倍加洁集团股份有限公司

PERFECT GROUP CORP.,LTD

（江苏省扬州市杭集工业园）

PERFECT 倍加洁®

首次公开发行股票招股说明书

（申报稿）

保荐人（主承销商）

广发证券股份有限公司
GF SECURITIES CO.,LTD.

广东省广州市黄埔区中新广州知识城腾飞一街 2 号 618 室

声 明

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

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）	每股面值	1.00 元
发行股数	2,000 万股	每股发行价格	【】元/股
预计发行日期	【】年【】月【】日	拟上市的证券交易所	上海证券交易所
发行后总股本		8,000 万股	
本次拟发行股份数量	公司本次拟公开发行股票数量不超过 2,000 万股，本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份。		
本次发行前股东所持股份的流通限制以及自愿锁定的承诺	1、公司控股股东、实际控制人张文生承诺：自发行人首次公开发行股票并在主板上市之日起三十六个月内，本人将不转让或者委托他人管理本人直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。本人所持股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有发行人股票的锁定期限自动延长至少 6 个月。若发行人股票在此期间发生除权、除息的，上述发行价格将作相应调整。本人与扬州竟成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）及扬州和成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）所持股票在锁定期满后两年内减持的，减持发行人股票比例合计不超过发行人股份总数的 15%，且股票减持不影响本人对发行人的控制权。本人		

	所持股票在锁定期满后两年内减持的，将提前 5 个交易日向发行人提交减持原因、减持数量、减持方式、未来减持计划、减持对发行人治理结构及持续经营影响的说明，并由发行人在减持前 3 个交易日予以公告。上述锁定期届满后，若本人仍担任发行人的董事或高级管理人员，则在任职期间每年转让的股份不超过所直接或间接持有的发行人股份总数的 25%；并在离职后半年内，不转让本人直接或间接持有的发行人股份。 2、公司股东扬州竟成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）以及扬州和成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）承诺：自发行人首次公开发行股票并在主板上市之日起三十六个月内，本企业将不转让或者委托他人管理本企业直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本企业直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。本企业所持股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本企业持有发行人股票的锁定期限自动延长至少 6 个月。若发行人股票在此期间发生除权、除息的，上述发行价格将作相应调整。张文生与本企业所持股票在锁定期满后两年内减持的，减持发行人股票比例合计不超过发行人股份总数的 15%，且股票减持不影响张文生对发行人的控制权。本企业所持股票在锁定期满后两年内减持的，将提前 5 个交易日向发行人提交减持原因、减持数量、减持方式、未来减持计划、减持对发行人治理结构及持续经营影响的说明，并由发行人在减持前 3 个交易日予以公告。 3、通过扬州竟成、扬州和成间接持有发行人股份的董事、监事、高级管理人员王新余、嵇玉芳、姜强、徐玲、蔡君鑫以及耿宜鹏承诺：自发行人股票上市交易之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。在上述锁定期满后两年内减持的，减持价格不

	低于发行人首次公开发行股票的发行价。发行人上市后6个月内如其股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价的，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价的，本人所直接或间接持有的发行人股份的锁定期自动延长6个月。若发行人股票在此期间发生除权、除息的，上述发行价格将作相应调整。在本人担任公司董事、监事、高级管理人员期间每年转让的股份不超过本人所直接或间接持有公司股份总数的25%；离职后半年内，不转让直接或间接持有的公司股份。 4、通过扬州竞成、扬州和成间接持有发行人股份的除发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员之外的其他自然人承诺：自发行人股票上市交易之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。 担任公司董事、监事、高级管理人员的相关承诺人承诺，不因职务变更、离职等原因，而放弃履行前述承诺。
保荐人（主承销商）	广发证券股份有限公司
招股说明书签署日期	2017 年 12 月 20 日

发行人声明

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

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

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

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

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

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

重大事项提示

一、本次发行的相关重要承诺的说明

（一）本公司股东及董事、监事和高级管理人员直接或间接持股自愿锁定的承诺

公司控股股东、实际控制人张文生承诺：自发行人首次公开发行股票并在主板上市之日起三十六个月内，本人将不转让或者委托他人管理本人直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。本人所持股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有发行人股票的锁定期限自动延长至少 6 个月。若发行人股票在此期间发生除权、除息的，上述发行价格将作相应调整。本人与扬州竟成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）及扬州和成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）所持股票在锁定期满后两年内减持的，减持发行人股票比例合计不超过发行人股份总数的 15%，且股票减持不影响本人对发行人的控制权。本人所持股票在锁定期满后两年内减持的，将提前 5 个交易日向发行人提交减持原因、减持数量、减持方式、未来减持计划、减持对发行人治理结构及持续经营影响的说明，并由发行人在减持前 3 个交易日予以公告。上述锁定期届满后，若本人仍担任发行人的董事或高级管理人员，则在任职期间每年转让的股份不超过所直接或间接持有的发行人股份总数的 25%；并在离职后半年内，不转让本人直接或间接持有的发行人股份。

公司股东扬州竟成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）以及扬州和成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）承诺：自发行人首次公开发行股票并在主板上市之日起三十六个月内，本企业将不转让或者委托他人管理本企业直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本企业直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。本企业所持股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续

20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本企业持有发行人股票的锁定期限自动延长至少 6 个月。若发行人股票在此期间发生除权、除息的，上述发行价格将作相应调整。张文生与本企业所持股票在锁定期满后两年内减持的，减持发行人股票比例合计不超过发行人股份总数的 15%，且股票减持不影响张文生对发行人的控制权。本企业所持股票在锁定期满后两年内减持的，将提前 5 个交易日向发行人提交减持原因、减持数量、减持方式、未来减持计划、减持对发行人治理结构及持续经营影响的说明，并由发行人在减持前 3 个交易日予以公告。

通过扬州竟成、扬州和成间接持有发行人股份的董事、监事、高级管理人员王新余、嵇玉芳、姜强、徐玲、蔡君鑫以及耿宜鹏承诺：自发行人股票上市交易之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。在上述锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票的发行价。发行人上市后 6 个月内如其股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价的，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价的，本人所直接或间接持有的发行人股份的锁定期自动延长 6 个月。若发行人股票在此期间发生除权、除息的，上述发行价格将作相应调整。在本人担任公司董事、监事、高级管理人员期间每年转让的股份不超过本人所直接或间接持有公司股份总数的 25%；离职后半年内，不转让直接或间接持有的公司股份。

通过扬州竟成、扬州和成间接持有发行人股份的除发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员之外的其他自然人承诺：自发行人股票上市交易之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

担任公司董事、监事、高级管理人员的相关承诺人承诺，不因职务变更、离职等原因，而放弃履行前述承诺。

（二）关于因信息披露重大违规回购新股、购回股份、赔偿损失的相关承诺

本公司控股股东及实际控制人、全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股

说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

1、发行人承诺

本公司郑重承诺：公司招股说明书如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将回购首次公开发行的全部新股。公司在上述违法违规行为被证券监管机构认定或司法部门判决生效后 1 个月内启动股票回购程序。回购价格按照证监会、交易所颁布的规范性文件依法确定，但不得低于回购时的股票市场价格。

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

2、发行人控股股东、实际控制人承诺

本公司控股股东、实际控制人张文生郑重承诺：

若本公司招股说明书如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将购回已转让的原限售股份。同时，本人将督促发行人在上述违法违规行为被证券监管机构认定或司法部门判决生效后 1 个月内启动股票回购程序。回购与购回价格按照证监会、交易所颁布的规范性文件依法确定，但不得低于回购与购回时的股票市场价格。

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

3、公司董事、监事、高级管理人员承诺

本公司全体董事、监事、高级管理人员郑重承诺：若因招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

（三）关于上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定股价的预案

经公司第一届董事会第三次会议、2016 年度第三次临时股东大会审议通过，公司股票挂牌上市之日起三年内，若出现股价持续低于上一年度末每股净资产的情形时，将启动稳定股价措施。

1、启动稳定股价措施的条件

（1）预警条件：当公司股票连续 5 个交易日的收盘价均低于上一年末每股净资产的 120%时，在 10 个工作日内召开投资者见面会，与投资者就公司经营状况、财务指标、发展战略进行深入沟通。

（2）启动条件：当公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于上一年末每股净资产时，在 10 个工作日内启动相关股价稳定措施，并及时公告具体实施方案。

其中每股净资产=经审计的财务报表中归属于发行人普通股股东权益合计数/年末发行人股份总数，如果发行人因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则相关的计算方法按照证券交易所的有关规定作相应调整，下同。

（3）停止条件：在上述第（2）项稳定股价具体方案的实施期间内，如发行人股票连续 5 个交易日收盘价高于每股净资产时，将停止实施股价稳定措施。

2、股价稳定预案的具体措施

公司股票上市后三年内，当上述启动股价稳定措施的条件成就时，发行人及其控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员将及时采取以下部分或全部措施稳定发行人股价：

（1）公司回购

公司为稳定股价之目的回购股份应符合相关法律、法规及交易所相关文件的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件，并依法履行有关回购股份的具体程序，及时进行信息披露。

公司董事会决议采取回购措施的，应提交股东大会审议，并须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过，公司控股股东、实际控制人承诺就该等表决事项在股东大会中以其控制的股份投赞成票。

公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司上一年度经审计的归属于公司普通股股东的净利润的 20%，回购股份的价格不超过上一年末每股净资产。

（2）控股股东增持

当公司实施了前述稳定股价的措施后，公司股票价格仍满足启动股价稳定措施的条件时，控股股东应提出增持股份的方案（包括拟增持的数量范围、价格区间、完成时间等信息）。

控股股东为稳定股价进行增持时，除应符合相关法律法规之要求之外，控股股东承诺单次增持金额不少于人民币 1,000 万元；单次增持金额不高于人民币 3,000 万元。

控股股东承诺在增持计划完成后的 6 个月内将不出售所增持的股份。

公司控股股东为稳定股价之目的增持公司股份应符合相关法律、法规及交易所相关文件的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件，并依法履行相应程序，及时进行信息披露。

（3）董事（不含独立董事、下同）、高级管理人员增持

当公司及其控股股东实施了前述稳定股价的措施后，公司股票价格仍满足启动股价稳定措施的条件时，发行人董事、高级管理人员应增持发行人股票以稳定发行人股价。

有增持义务的公司董事、高级管理人员承诺，为本次稳定股价而用于增持发行人股份的资金不少于其上一年度从发行人领取的现金薪酬的 30%。公司全体董事、高级管理人员对该等增持义务的履行承担连带责任。

公司董事、高级管理人员承诺在增持计划完成后的 6 个月内将不出售所增持的股份。

公司董事、高级管理人员为稳定股价之目的增持公司股份应符合相关法律、法规及交易所相关文件的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件，并依法履行相应程序，及时进行信息披露。

公司在首次公开发行上市后三年内聘任新的董事、高级管理人员前，将要求其签署承诺书，保证其履行公司首次公开发行上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。

（4）上述稳定股价具体方案实施期满后 120 个交易日内，上述稳定股价的义务自动解除。从上述稳定股价具体方案实施期满后的第 121 个交易日开始，如再次发生上述启动条件，则再次启动稳定股价措施。

3、稳定股价措施的启动程序

（1）公司回购

①公司董事会应在稳定股价措施启动条件触发之日起 10 个交易日内，作出实施回购股份或不实施回购股份的决议。公司董事会应当在作出决议后 2 个交易日内公告董事会决议、回购股份预案（应包括回购的数量范围、价格区间、完成时间等信息）或不回购股份的理由，并发布召开股东大会的通知。

②经股东大会决议通过实施回购的，应在履行完毕法律法规规定的程序后 30 日内实施完毕。

③公司回购方案实施完毕后，应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告，并依法注销所回购的股份，办理工商变更登记手续。

④公司董事会公告回购股份预案后，公司股票若连续 5 个交易日收盘价超过上一年末每股净资产时，公司董事会可以作出决议终止回购股份事宜。

（2）控股股东增持

①公司控股股东应在稳定股价措施启动条件触发之日起 10 个交易日内，就其增持公司股票的具体计划（包括拟增持的数量范围、价格区间、完成时间等信息）书面通知公司并进行公告。

②公司控股股东增持股份应在履行完毕法律法规规定的程序后 30 日内实施完毕。

（3）董事（不含独立董事）、高级管理人员增持

①董事（不含独立董事）、高级管理人员应在稳定股价措施启动条件触发之日起 10 个交易日内，就其增持公司股票的具体计划（应包括拟增持的数量范围、价格区间、完成时间等信息）书面通知公司并进行公告。

②董事（不含独立董事）、高级管理人员增持股份应在履行完毕法律法规规定的程序后 30 日内实施完毕。

4、约束措施

如未履行上述增持措施，公司控股股东将不得领取当年分红，公司董事和高级管理人员将不得领取当年现金薪酬及分红，其持有的发行人股票不得转让，直至已披露的股价稳定措施实施完毕。同时，应在公司股东大会会议及中国证监会指定报刊上公开说明具体原因，并向公司股东和社会公众投资者道歉。

（四）公司发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向

公司发行前持股 5%以上的股东为张文生、扬州竟成以及扬州和成，其中张文生为公司的控股股东及实际控制人。

1、张文生的持股意向及减持意向

（1）自发行人首次公开发行股票并在主板上市之日起三十六个月内，本人将不转让或者委托他人管理本人直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有发行人股票的锁定期限自动延长至少 6 个月。

（2）减持价格：本人在锁定期届满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票的发行价。

减持比例：本人与本人控制的企业扬州竟成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）及扬州和成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）所持股票在锁定期满后两年内减持的，减持发行人股票比例合计不超过发行人股份总数的 15%，且股票减持不影响本人对发行人的控制权。

本人所持股票在锁定期满后两年内减持的，将提前 5 个交易日向发行人提交减持原因、减持数量、减持方式、未来减持计划、减持对发行人治理结构及持续经营影响的说明，并由发行人在减持前 3 个交易日予以公告。

（3）本人在担任发行人董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接或间接持有的发行人股份总数的 25%；本人离职后半年内不转让所持有的发行人股份。

2、扬州竞成以及扬州和成的持股意向及减持意向

（1）自发行人首次公开发行股票并在主板上市之日起三十六个月内，本企业将不转让或者委托他人管理本企业直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本企业直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

（2）减持价格：本企业所持股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行人首次公开发行股票的发行价。

减持比例：本企业实际控制人张文生与本企业所持股票在锁定期满后两年内减持的，减持发行人股票比例合计不超过发行人股份总数的 15%，且股票减持不影响张文生对发行人的控制权。

本企业所持股票在锁定期满后两年内减持的，将提前 5 个交易日向发行人提交减持原因、减持数量、减持方式、未来减持计划、减持对发行人治理结构及持续经营影响的说明，并由发行人在减持前 3 个交易日予以公告。

（五）本次发行相关中介机构的承诺

保荐机构（主承销商）广发证券股份有限公司承诺：本公司将严格履行法定职责，遵守业务规则和行业规范，对发行人的申请文件和信息披露资料进行审慎核查，督导发行人规范运行，对其他中介机构出具的专业意见进行核查，对发行人是否具备持续盈利能力、是否符合法定发行条件做出专业判断，并确保发行人的申请文件和招股说明书等信息披露资料真实、准确、完整、及时。如因本公司为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，

给投资者造成损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。

审计机构立信会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：本所将严格履行法定职责，遵照本行业的业务标准和执业规范，对发行人的相关业务资料进行核查验证，确保所出具的相关专业文件真实、准确、完整、及时。如因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

发行人律师国浩律师（上海）事务所承诺：本所将严格履行法定职责，遵照本行业的业务标准和执业规范，对发行人的相关业务资料进行核查验证，确保所出具的相关专业文件真实、准确、完整、及时。如因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

资产评估机构评估银信资产评估有限公司承诺：本公司将严格履行法定职责，遵照本行业的业务标准和执业规范，对发行人的相关业务资料进行核查验证，确保所出具的相关专业文件真实、准确、完整、及时。如因本公司为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。

（六）中介机构核查意见

保荐机构、发行人律师经核查认为：上述承诺人为依法设立并有效存续的法人、其他组织或具有完全民事行为能力的自然人，具备出具上述承诺函的主体资格；承诺函已经承诺人适当签署，承诺函的内容符合法律、行政法规和规范性文件的规定以及中国证监会的要求，相关承诺及约束措施合法、有效。

（七）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

本次公开发行可能导致投资者的即期回报被摊薄，考虑上述情况，公司拟通过多种措施防范即期回报被摊薄的风险，积极应对外部环境变化，增厚未来收益，实现公司业务的可持续发展，以填补股东回报，充分保护中小股东的利益，具体措施如下：

1、公司现有业务板块运营状况、发展态势，面临的主要风险及改进措施

（1）公司现有业务板块运营状况、发展态势

公司主要从事口腔清洁护理用品以及一次性卫生用品的研发、生产和销售，其中口腔清洁护理用品主要包括牙刷、牙线、齿间刷、牙线签、假牙清洁片等产品，一次性卫生用品主要包括湿巾等产品。

经过多年发展，公司形成了以 ODM 为主兼顾自主品牌、国内和国外市场并重的业务格局，并从单一牙刷产品转变为涵盖牙刷、齿间刷、牙线、牙线签、假牙清洁片等口腔清洁护理用品和湿巾等一次性卫生用品的产品布局，已成为国内口腔清洁护理用品以及一次性卫生用品生产规模及出口规模领先的企业。公司先后参与行业内多项国家标准的制定，恒生模具作为高新技术企业，在牙刷模具领域取得多项高新技术产品认证，倍加洁日化还建立起了经 CNAS 认证的研发检测中心。截至招股说明书签署日，公司及子公司共拥有 218 项专利权，其中发明专利 11 项，实用新型专利 41 项，外观设计专利 166 项。公司拥有的“倍加洁”商标已连续十二年被评为江苏省著名商标。

公司的牙刷及其他口腔清洁护理用品在国内外口腔清洁护理用品市场占有重要地位。从国内市场看，公司的牙刷产量占我国牙刷产量的比重不断提高，从 2013 年的 3.4%提升至 2015 年的 4.4%，提高 1 个百分点。公司采取 ODM 为主兼顾自主品牌的销售模式。ODM 业务方面，公司主要客户包括舒客、冷酸灵、云南白药、蓝天、纳爱斯等知名品牌和屈臣氏、乐购、永辉超市、华润万家等大型商超等。从国际市场看，公司的牙刷产品出口量一直位居前列。根据海关总署统计数据，报告期内，公司连续三年始终保持我国牙刷（包括齿板刷）产品出口量排名前五名，行业地位较为突出。公司湿巾产品以出口为主，根据海关总署统计数据，报告期内，在我国湿巾出口量排名中，公司子公司倍加洁日化的湿巾出口量始终保持前三名。

随着公司产能的进一步提升以及新产品、新技术的研发，公司营业规模将进一步扩张。若行业继续向好，则公司业绩将会呈现健康、可持续的发展。

（2）公司现有业务板块面临的主要风险及改进措施

① 公司产品主要原材料包括包装材料、刷丝、无纺布、塑料粒子、胶料、PVC/PET 片材、化学品原料等。其中包装材料主要来源于造纸行业，造纸行业产品标准化程度较高，价格主要由市场供需关系决定，2014 年以来整体较为稳定，2016 年第四季度起上涨较快；塑料粒子、无纺布、刷丝、胶料和 PVC/PET 片材的主要原料均属于石化产品，与国际原油价格关联性较高。原油是国际大宗原材料，价格受经济周期影响明显，波动幅度较大，原油价格自 2014 年以来总体呈下降趋势，降幅较大，2016 年有所反弹。报告期内公司原材料占当期营业成本的比重分别为 66.25%、62.38%、65.37%及 65.66%，原材料价格的波动对公司产品成本的影响较大。若未来公司主要原材料价格上涨，将降低公司的盈利水平。

针对以上风险，公司拟进一步加强原材料采购管理，一方面公司将持续跟踪原材料价格变动趋势，对于部分使用量较大的原材料、如价格上涨趋势明显，通过提前备库的方法减少价格上涨影响；另一方面，公司对原材料供应商严格执行评审制度，通过综合考评，在确保质量的前提下选择价格更为优惠的供应商。

② 公司生产人员较多，报告期内公司直接人工占当期营业成本的比重分别为 12.45%、14.09%、13.77%及 13.61%，人工成本的变动对公司产品成本的具有一定影响。随着我国经济保持中高速增长，以及部分地区出现劳动力短缺现象，人工成本持续上升。由于公司生产人员人数较多，随着未来工资水平上升，直接人工成本可能继续增加，若公司利润水平增长不足以抵消人工成本的上升，将降低公司的盈利水平。

针对以上风险，公司拟对生产线进行自动化升级改造，提高生产自动化水平，降低单位产品人工成本。同时，进一步优化生产流程，提高管理水平，以提高生产效率。通过本次募集资金投资项目实施后，公司将形成集中化生产的牙刷生产线布局，进一步发挥规模效应，提高生产效率和降低生产成本。

③ 外销业务中公司采取的主要结算货币为美元。自我国汇率改革以来，2014 年之前人民币对美元主要以升值为主，2014 年以后人民币对美元主要以贬值为主，2017 年上半年人民币对美元有所升值。人民币汇率波动直接影响到公司外销产品的销售价格，公司面临一定的汇率波动风险。报告期内，公司汇兑损益分

别为-42.00 万元、-247.29 万元、-346.53 万元及 50.13 万元。随着募集资金投资项目的建成投产，公司海外市场开拓规模的进一步扩大，公司的出口销售收入将进一步增加，汇率的波动将对公司的经营业绩产生一定的影响。

针对以上风险，公司拟通过持续跟踪汇率变化趋势，在汇率发生大幅波动的情况下，适时通过远期结售汇业务、调整产品价格等方法，减少汇率波动带来的影响。

④ 报告期各期末，公司应收账款净额分别为 4,928.73 万元、5,966.55 万元、9,376.77 万元及 7,553.64 万元，占资产总额的比例分别为 12.56%、14.62%和 18.53%及 14.63%，2014 年至 2017 年 6 月，公司应收账款期末净额占当期营业收入的比例分别为 11.03%、12.64%、14.99%及 23.99%，公司应收账款随着业务规模的扩大有所增加。

虽然公司应收账款的产生均与公司正常的生产经营和业务发展有关，且应收账款的账龄主要在一年以内，应收账款质量较高，但随着公司经营规模的扩大，应收账款金额可能相应增加，如宏观经济环境、客户经营状况发生变化或公司采取的收款措施不力，应收账款将面临发生坏账损失的风险。

针对上述风险，公司将继续严格执行应收账款管理制度，通过及时了解客户资信情况、及时向客户催收账款等方式，降低应收账款发生坏账损失的风险。

2、加快公司募投项目建设，提高日常运营效率，提升公司经营业绩的措施

为保证本次募集资金有效使用，有效防范即期回报被摊薄的风险，公司拟通过加强募集资金管理，提高募集资金使用效率，巩固和提升主营业务，提高日常运营效率，降低运营成本，加强管理层的激励和考核，强化投资者回报机制等措施，提升资产质量，实现可持续发展，以填补股东回报。具体措施如下：

（1）加强对募集资金的监管，保证募集资金投资项目的顺利实施

本次发行的募集资金到账后，公司董事会将严格遵守《募集资金管理制度》的要求，开设募集资金专项账户，确保专款专用，严格控制募集资金使用的各个环节。公司将进一步完善募集资金管理制度，规范募集资金的管理和使用，提高

募集资金的使用效率，防范资金使用风险，确保资金使用安全，保护投资者的利益。

（2）积极实施募集资金投资项目，争取早日实现项目预期效益

本次募集资金主要投资于“年产 6.72 亿支牙刷项目”、“年产 14 亿片湿巾项目”。公司已对本次发行募集资金投资项目的可行性进行了充分论证，募投项目符合产业发展趋势和国家产业政策，具有较好的市场前景和盈利能力。本次发行募集资金到位后，公司将加快推进募投项目建设，争取募投项目早日达产并实现预期效益。

（3）加强经营管理和内部控制，提升经营效率

公司已根据法律法规和规范性文件的规定建立健全了股东大会、董事会及其各专门委员会、监事会、独立董事、董事会秘书和高级管理人员的管理结构，夯实了公司经营管理和内部控制的基础。未来公司将进一步提高经营管理水平，提升公司的整体盈利能力，努力提高资金的使用效率，设计更合理的资金使用方案，合理运用各种融资工具和渠道，控制资金成本，提升资金使用效率。同时，公司将进一步提升经营效率，节省公司的各项费用支出，全面有效地控制公司经营和管控风险。

（4）吸引优秀人才，加强管理层激励和考核，提升管理效率

公司的核心竞争力来源于人才。人才梯队建设是企业长期健康发展的基础。公司始终把人才战略视为企业长久发展的核心战略，建立了系统的人才吸引、激励和发展机制，优化人力资源配置，充分发挥人才优势，不断保持和提高公司的核心竞争力。同时，公司将加强对经营管理层的考核，完善与绩效挂钩的薪酬体系，确保管理层恪尽职守、勤勉尽责，提升管理效率，完成业绩目标。

（5）优化投资回报机制

为建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，对利润分配做出制度性安排，保证利润分配政策的连续性和稳定性，公司根据证监会《上市公司监管指引第 3 号—上市公司现金分红》的相关要求，修订了公司章程。《公司章程（草

案）》进一步明确了公司利润分配尤其是现金分红的具体条件、比例、分配形式和股票股利分配条件等，完善了公司利润的决策程序和机制以及利润分配政策的调整原则。

上述填补回报措施的实施，有利于增强公司的核心竞争力和持续盈利能力，增厚未来收益，填补股东回报，然而，由于公司经营面临的内外部风险客观存在，上述措施的实施不等于对公司未来利润做出保证。

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

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

（2）承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

（3）承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

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

（5）若公司未来推出股权激励计划，承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

二、本次发行前滚存利润的分配安排

根据公司 2016 年 11 月 18 日通过的 2016 年第三次临时股东大会决议：为维护新老股东的利益，本次公开发行股票完成后，公司本次公开发行股票前滚存的未分配利润由发行后的新老股东按持股比例共享。

三、本次发行上市后的股利分配政策

（一）公司发行上市后股利分配政策

1、利润分配的原则

公司实行持续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应当注重对投资者的合理投资回报，并兼顾股东的即期利益和长远利益，保证公司的可持续发展；公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证应当充分考虑独立董事、监事和公众投资者的意见。

2、利润分配的形式、比例

公司利润分配可采取现金或股票股利方式，或者法律、法规允许的其他方式分配股利；在符合现金分红的条件下，公司应当优先采取现金分红的方式进行利润分配。

公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配：公司当年度实现盈利，在依法弥补亏损、提取法定公积金、任意公积金后有可分配利润的，则公司应当进行现金分红。

在满足现金分红条件时，原则上每年进行一次年度利润分配，公司每年度采取的利润分配方式中必须含有现金分配方式，公司每年度现金分红金额应不低于当年实现的可供分配利润的 10%，且公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。

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

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

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

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

3、利润分配的决策机制与程序：

公司董事会应结合公司具体经营数据、盈利规模、现金流量状况、发展阶段及当期资金需求，认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，在考虑对全体股东持续、稳定、科学的回报基础上，提出年度或中期利润分配方案。独立董事须对利润分配方案发表明确意见；监事会应对利润分配方案进行审核。公司独立董事和监事会未对利润分配方案提出异议的，利润分配方案将提交公司董事会审议，经全体董事过半数以上表决通过后提交股东大会审议，相关提案应当由出席股东大会的股东或股东代理人所持表决权的二分之一以上表决通过。股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

4、利润分配政策的调整机制

公司利润分配政策的制订和修改由公司董事会向公司股东大会提出，公司董事会在利润分配政策论证过程中，需与独立董事充分讨论，在考虑对股东持续、稳定、科学的回报基础上，形成利润分配政策。

公司的利润分配政策不得随意变更。如现行政策与公司生产经营情况、投资规划和长期发展的需要确实发生冲突的，可以调整利润分配政策。调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。调整利润分配政策的相关议案需经过详细论证后，分别经监事会和二分之一以上独立董事同意后提交董事会，董事会通过后，提交股东大会审议，并经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过，提交股东大会的相关提案中应详细说明修改利润分配政策的原因。股东大会审议调整利润分配政策相关事项的，公司应当通过网络投票等方式为中小股东参加股东大会提供便利。

5、重大投资计划或重大现金支出是指以下情形之一：

（1）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%；

（2）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

（二）公司发行上市后股东分红回报规划

根据公司 2016 年第三次临时股东大会审议通过的《关于制定<公司股东未来分红回报规划）>的议案》，公司未来三年分红回报规划如下：

公司上市后三年的利润分配应当坚持现金分红为主这一基本原则，公司在足额预留法定公积金、盈余公积金以后，在公司当年盈利且无重大资金支出安排的情况下，每年向股东以现金形式分配的利润不低于当年实现的可供分配利润的百分之十，在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票股利分配和公积金转增。

四、本公司特别提醒投资者关注“风险因素”中的下列风险：

（一）成本波动的风险

1、主要原材料价格波动的风险

公司产品主要原材料包括包装材料、刷丝、无纺布、塑料粒子、胶料、PVC/PET 片材、化学品原料等。其中包装材料主要来源于造纸行业，造纸行业产品标准化程度较高，价格主要由市场供需关系决定，2014 年以来整体较为稳定，2016 年第四季度起上涨较快；塑料粒子、无纺布、刷丝、胶料和 PVC/PET 片材的主要原料均属于石化产品，与国际原油价格关联性较高。原油是国际大宗原材料，价格受经济周期影响明显，波动幅度较大，原油价格自 2014 年以来总体呈下降趋势，降幅较大，2016 年有所反弹。报告期内公司原材料占当期营业成本的比重分别为 66.25%、62.38%、65.37%及 65.66%，原材料价格的波动对公司产品成本的影响较大。若未来公司主要原材料价格上涨，将降低公司的盈利水平。

2、人工成本上升的风险

公司生产人员较多，报告期内公司直接人工占当期营业成本的比重分别为12.45%、14.09%、13.77%及13.61%，人工成本的变动对公司产品成本的具有一定影响。随着我国经济保持中高速增长，以及部分地区出现劳动力短缺现象，人工成本持续上升。由于公司生产人员人数较多，随着未来工资水平上升，直接人工成本可能继续增加，若公司利润水平增长不足以抵消人工成本的上升，将降低公司的盈利水平。

（二）财务风险

1、应收账款增加的风险

报告期各期末，公司应收账款净额分别为 4,928.73 万元、5,966.55 万元、9,376.77 万元及 7,553.64 万元，占资产总额的比例分别为 12.56%、14.62%、18.53%及 14.63%。2014 至 2017 年 6 月，公司应收账款期末净额占当期营业收入的比例分别为 11.03%、12.64%、14.99%及 23.99%，公司应收账款随着业务规模的扩大有所增加。

虽然公司应收账款的产生均与公司正常的生产经营和业务发展有关，且应收账款的账龄主要在一年以内，应收账款质量较高，但随着公司经营规模的扩大，应收账款金额可能相应增加，如宏观经济环境、客户经营状况发生变化或公司采取的收款措施不力，应收账款将面临发生坏账损失的风险。

2、存货余额较大的风险

公司的生产模式为以销定产加安全库存，报告期内随着公司经营规模扩大，原材料、库存商品以及在产品等存货相应增加。报告期各期末，公司的存货价值分别为 8,952.28 万元、7,591.22 万元、9,757.40 万元及 9,431.74 万元，占资产总额比重分别为 22.80%、18.61%、19.29%及 18.27%；2014 年至 2017 年 6 月存货期末价值占当期营业收入比重分别为 20.03%、16.08%、15.60%及 29.95%。虽然公司的存货周转率与公司整体业务规模相匹配，但是随着公司业务规模的不断扩大，未来公司存货余额可能会增加，若未能及时实现销售或者结算，公司的存货

周转能力有可能会下降，公司的资金利用效率会受到影响，从而对公司的经营成果和现金流量产生不利影响。

3、资产负债率偏高和短期偿债风险

报告期内，公司资产负债率（母公司）分别为 68.82%、55.50%、52.93%及 44.84%，流动比率分别为 1.05、1.04、1.05 及 1.13，速动比率分别为 0.63、0.64、0.65 及 0.70，总体处于合理范围。公司借款以短期借款为主，与同行业第一梯队内其他竞争对手相比，本公司资产负债率相对较高，流动比率和速动比率相对较低，面临一定的资产负债率偏高和短期偿债风险。

目 录

声 明 2

发行概况 2

发行人声明 5

重大事项提示 6

一、本次发行的相关重要承诺的说明 6

二、本次发行前滚存利润的分配安排 19

三、本次发行上市后的股利分配政策 19

四、本公司特别提醒投资者关注“风险因素”中的下列风险： 22

目 录 25

第一节 释义 30

一、一般释义 30

二、专业释义 32

第二节 概览 37

一、发行人简介 37

二、发行人控股股东及实际控制人简介 38

三、发行人主要财务数据 39

四、本次发行情况 40

五、募集资金用途 40

第三节 本次发行概况 42

一、本次发行的基本情况 42

二、本次发行股票的有关当事人 43

三、发行人与有关中介机构的关系 44

四、本次发行的主要时间表 44

第四节 风险因素 46

一、成本波动的风险 46

二、市场竞争的风险 46

三、海外销售的风险 47

四、销售渠道管理风险.....48
五、财务风险.....49
六、经营规模扩大的管理风险.....50
七、技术风险.....50
八、新产品研发的风险.....51
九、募集资金投向风险.....52
十、实际控制人控制的风险.....52
十一、搬迁风险.....53
十二、净资产收益率下降的风险.....54
第五节 发行人基本情况.....55
一、发行人基本资料.....55
二、发行人改制重组及设立情况.....55
三、发行人股本形成及其变化情况和重大资产重组情况.....58
四、发行人历次验资情况.....71
五、发行人组织结构.....72
六、发行人子公司的基本情况.....74
七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人情况.....90
八、发行人股本情况.....100
九、员工及社会保障情况.....103
十、实际控制人、持有 5%以上股份的主要股东以及董事、监事、高级管理人员的重要承诺.....110
第六节 业务与技术.....116
一、发行人的主营业务、主要产品及设立以来的变化情况.....116
二、发行人所处行业基本情况.....120
三、发行人在行业中的竞争地位.....161
四、发行人主营业务情况.....167
五、发行人主要固定资产及无形资产情况.....206
六、发行人拥有的特许经营权、生产经营活动相关的资质等.....228
七、发行人技术和研发情况.....230
第七节 同业竞争和关联交易.....236
一、发行人在业务、资产、人员、机构、财务等方面与股东的分开情况.....236

二、同业竞争情况.....238
三、关联方及关联关系.....239
四、关联交易.....243
五、控股股东、实际控制人亲属控制或施加重大影响的企业.....274
第八节 董事、监事、高级管理人员及核心技术人员.....276
一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介.....276
二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有发行人股份的情况.....280
三、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员其他对外投资情况.....282
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员收入情况.....282
五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员其他兼职情况.....283
六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间存在的亲属关系.....284
七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与公司签订的协议及承诺情况.....284
八、董事、监事、高级管理人员的任职资格.....285
九、董事、监事、高级管理人员近三年的变动情况.....285
第九节 公司治理.....287
一、公司三会、独立董事、董事会秘书制度建立健全及运行情况.....287
二、公司报告期内违法违规情况.....293
三、公司报告期内资金占用和对外担保情况.....294
四、公司内部控制制度情况.....295
第十节 财务会计信息.....296
一、财务报表.....296
二、注册会计师审计意见.....311
三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况.....311
四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计.....312
五、会计政策、会计估计变更及影响.....337
六、公司执行的税收政策和主要税种.....338
七、分部信息.....342
八、经注册会计师核验的非经常性损益明细表.....342
九、最近一期末主要资产.....343
十、最近一期末主要债项.....344
十一、所有者权益变动情况.....346

十二、现金流情况.....347
十三、期后事项、或有事项及其他重要事项.....347
十四、主要财务指标.....348
十五、历次验资及评估情况.....350

第十一节 管理层讨论与分析.....352

一、财务状况分析.....352
二、盈利能力分析.....392
三、现金流量分析.....424
四、资本性支出分析.....426
五、会计政策、会计估计变更及其影响.....427
六、担保、诉讼、其他或有事项.....428
七、财务状况和盈利能力的未来趋势分析.....428
八、公司未来分红回报规划及安排.....430
九、本次募集资金到位后即期回报被摊薄的相关情况分析.....435

第十二节 业务发展目标.....446

一、公司总体发展战略与目标.....446
二、未来三年发展计划.....447
三、公司发展计划与现有业务计划的关系及作用.....451
四、公司拟订发展计划的假设条件和实施困难.....451
五、确保战略目标和发展计划的措施.....452

第十三节 募集资金运用.....454

一、募集资金运用计划及概况.....454
二、募集资金投资与现有业务的关系.....456
三、募集资金投资项目的具体情况.....457
四、募集资金固定资产投入与产出的匹配关系及其合理性分析.....484
五、募集资金项目所面临的主要风险.....486
六、募集资金运用对公司未来经营成果及财务状况的影响.....487

第十四节 股利分配政策.....490

一、公司近三年股利分配政策.....490
二、公司近三年股利分配情况.....490

三、发行完成前滚存利润分配政策.....491
四、发行后公司股利分配政策.....491
第十五节 其他重要事项.....496
一、发行人信息披露和投资者关系的相关组织安排.....496
二、重大商务合同.....496
三、对外担保情况.....503
四、诉讼、仲裁情况.....503
第十六节 有关声明.....504
发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....504
保荐人（主承销商）声明.....505
保荐机构董事长、总经理声明.....506
发行人律师声明.....507
会计师事务所声明.....508
验资机构声明.....509
验资复核机构声明.....510
资产评估机构声明.....511
第十七节 备查文件.....512
一、附录和备查文件.....512
二、发行申请材料和备查文件查阅地点.....512

第一节 释义

在本招股说明书中，除非文意另有所指，下列简称具有以下特定意义：

一、一般释义

发行人、公司、本公司、股份公司、倍加洁集团	指	倍加洁集团股份有限公司
报告期	指	2014年1月1日至2017年6月30日
明星牙刷	指	扬州明星牙刷有限公司
扬州竟成	指	扬州竟成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）
扬州和成	指	扬州和成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）
倍加洁宿迁	指	倍加洁口腔护理用品宿迁有限公司，为发行人子公司
江苏明星牙刷	指	江苏明星牙刷有限公司，为发行人子公司
恒生模具	指	扬州恒生精密模具有限公司，为发行人子公司
倍加洁日化	指	扬州倍加洁日化有限公司，为发行人子公司
美星口腔	指	扬州美星口腔护理用品有限公司，为发行人子公司
金星贸易	指	扬州金星国际贸易有限公司，为发行人曾经的子公司
邗江联营厂	指	上海光明皮鞋厂邗江联营厂
皮塑厂	指	邗江县光明皮塑制品厂
新生村	指	邗江县杭集镇新生村
国嵘贸易	指	上海国嵘贸易发展有限公司
江苏倍加洁	指	江苏倍加洁日用品有限公司
扬州佳吉	指	扬州佳吉投资管理有限公司
富添乐	指	上海富添乐日用品有限公司
扬州农商行	指	江苏扬州农村商业银行股份有限公司
扬州嘉华	指	扬州嘉华创业投资有限公司
永达塑料制品厂	指	广陵区杭集永达塑料制品厂
洁豪刷业	指	扬州洁豪刷业有限公司
扬州伊卡璐	指	扬州伊卡璐日化科技有限公司
皇冠房地产	指	江苏皇冠房地产开发有限公司
HSS	指	HSS INTERNATIONAL INVESTMENT LIMITED
HS	指	HS ENTERPRISE INVESTMENT LIMITED

P&S	指	PERFECT AND STAR (HK) LIMITED
TESCO	指	TESCO PLC，英国上市公司
BOOTS	指	BOOTS COMPANY PLC
富邦电子	指	扬州富邦电子科技有限公司
雅月包装	指	扬州雅月包装材料有限公司
生威包装	指	扬州生威包装制品有限公司
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司章程》	指	《倍加洁集团股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	在首次公开发行股票并上市后自动生效的《倍加洁集团股份有限公司章程（草案）》
股东大会	指	倍加洁集团股份有限公司股东大会
董事会	指	倍加洁集团股份有限公司董事会
监事会	指	倍加洁集团股份有限公司监事会
招股说明书	指	《倍加洁集团股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》
高露洁-棕榄	指	高露洁-棕榄公司（Colgate Palmolive Co）
高露洁三笑	指	高露洁三笑有限公司
宝洁	指	宝洁公司（Procter & Gamble Co）
狮王	指	日本狮王株式会社
好来化工（中山）	指	好来化工（中山）有限公司
薇美姿	指	广州薇美姿实业有限公司、广州薇美姿个人护理用品有限公司
重庆登康	指	重庆登康口腔护理用品股份有限公司
三笑集团	指	江苏三笑集团有限公司
兴盛刷业	指	江苏兴盛刷业有限公司
晨洁日化	指	江苏晨洁日化有限公司
广东雪洁	指	广东雪洁日化用品有限公司
三椒口腔	指	三椒口腔健康股份有限公司
杭州国光	指	杭州国光旅游用品有限公司
铜陵洁雅	指	铜陵洁雅生物科技股份有限公司
河北义厚成	指	河北义厚成日用品有限公司
上海美馨	指	上海美馨卫生用品有限公司
重庆珍爱	指	重庆珍爱卫生用品有限责任公司
恒安集团	指	恒安国际集团有限公司
苏州宝丽洁	指	苏州宝丽洁日化有限公司

广东景兴	指	广东景兴健康护理实业股份有限公司
南六企业（平湖）	指	南六企业（平湖）有限公司
康那香	指	康那香企业（上海）有限公司
诺斯贝尔	指	诺斯贝尔化妆品股份有限公司
维尼健康	指	深圳市维尼健康用品有限公司
中顺洁柔	指	中顺洁柔纸业股份有限公司
金红叶	指	金红叶纸业集团有限公司
金春股份	指	安徽金春无纺布股份有限公司，前身为滁州金春无纺布有限公司
Cardinal Health	指	Cardinal Health 是全球知名专业从事健康营养品、保健食品、医疗健康产品的全球性销售的跨国集团，Cardinal Health 在 2016 年世界财富 500 强中排名第 21 位。旗下 Cardinal Health Singapore 225 PTE LTD 为公司客户。
Medline	指	Medline 是美国知名的私营医疗用品制造商和经销商。旗下 Medline Industries, Inc.和 Medline International 为公司客户。
Watsons	指	屈臣氏集团（香港）有限公司（A.S. Watson Group (Hong Kong) Ltd.，）是长江和记有限公司旗下的国际零售及食品制造机构，屈臣氏（Watsons）为其保健及美容品牌。
全国人大	指	中华人民共和国全国人民代表大会，全国人民代表大会常务委员会（全国人大常委会）是全国人大常设机构。
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
国家卫计委	指	中华人民共和国国家卫生和计划生育委员会
国家工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
国家质检总局	指	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
海关总署	指	中华人民共和国海关总署
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
元、万元	指	人民币元、人民币万元
主承销商、保荐人、保荐机构	指	广发证券股份有限公司
立信会计师、会计师	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
国浩律师、发行人律师	指	国浩律师（上海）事务所
A 股	指	每股面值 1.00 元的人民币普通股

二、专业释义

口腔清洁护理用品	指	口腔清洁护理用品是用来保持口腔清洁、预防口腔疾病、维护口腔健康的产品，其与人民生活息息相关，品类多种多样，最主要的用品为牙刷和牙膏，其他口腔清洁护理用品还包括牙线、齿间刷、牙线签、牙签、牙贴、婴幼儿磨牙器具、漱口水、假牙清洁片、牙粉、口喷雾等产品。

一次性卫生用品	指	一次性卫生用品是指使用一次后即丢弃的、与人体直接或间接接触的、并为达到人体生理卫生或卫生保健目的而使用的各种日常生活用品。例如，纸巾、湿巾、卫生湿巾、电话膜、帽子、口罩、内裤、妇女经期卫生用品、尿布等。其中，具有纸制品属性的一次性卫生用品包括湿巾和吸收性卫生用品。 本招股说明书中所述一次性卫生用品，如无特别注明，均指具有纸制品属性的一次性卫生用品。
牙刷	指	一般由刷毛和刷柄组成的用于清洁牙齿的口腔清洁护理工具。牙刷可分为成人牙刷、儿童牙刷（供 14 岁及以下儿童使用的牙刷）、磨尖丝牙刷、注胶毛牙刷（刷毛全部为模塑一体成型的牙刷）、抗菌牙刷（刷毛使用抗菌材料制成的牙刷）、电动牙刷等。
牙线	指	由合成纤维或其他材料制成，或添加香料、色素、活性成分等，用来清洁牙齿邻面附着物的线。
牙线签	指	又称牙线棒，由固定架和合成纤维或其他材料制成的线组成，用来清洁牙齿邻面附着物的口腔清洁护理工具。
齿间刷	指	又称牙间刷，为单束毛刷，用于清除难以自洁的牙面和牙间隙的牙菌斑的口腔清洁护理用具。
舌刮器	指	由手持柄、支撑环及刮舌片等部分组成，用来清洁舌苔及舌头表面附着物的口腔清洁护理工具。
假牙清洁剂	指	又称活动义齿清洁剂，专门用来对活动义齿（假牙）进行口腔外清洁，帮助去除牙渍、牙石、牙菌斑、异味的口腔清洁护理产品。按剂型可分为泡腾片型、溶液型、粉剂型。
牙膏	指	由摩擦剂、保湿剂、增稠剂、芳香剂、水和其他添加剂（含用于改善口腔健康状况的功效成分）混合组成的膏状物质。
湿巾	指	以无纺布（非织造布）、织物、无尘纸或其他原料为载体，以纯化水为生产用水，适量添加防腐剂、消毒液、精华液、养护液等辅料，对人体或物体表面具有清洁、护肤、抑菌等作用的一次性卫生用纸。 湿巾可分为人体用湿巾和物体用湿巾两大类，人体用湿巾包括普通湿巾和卫生湿巾，物体用湿巾包括厨具用湿巾、卫具用湿巾及其他用途湿巾。
塑料粒子	指	又称塑料颗粒，是塑料以半成品形态进行储存、运输和加工成型的原料。
PP	指	英文 Polypropylene 的缩写，是指一种塑料的名称，化学名为聚丙烯，是由丙烯经聚合而制得的一种热塑性树脂。
PE	指	英文 Polyethylene 的缩写，是指一种塑料的名称，化学名为聚乙烯，是由乙烯经聚合而制得的一种热塑性树脂。
PET	指	英文 Polyethylene Terephthalate 的缩写，是指一种塑料的名称，化学名为聚对苯二甲酸乙二醇酯，俗称涤纶树脂，是生活中常见的一种树脂，可以分为 APET、RPET 和 PETG。

PVC	指	英文 Polyvinyl Chloride 的缩写，是指一种塑料的名称，化学名为聚氯乙烯，可以分为通用型 PVC 树脂、高聚合度 PVC 树脂等。
TPE	指	英文 Thermoplastic Elastomer（热塑性弹性体）的缩写，是一种具有橡胶的高弹性、高强度、高回弹性，又具有可注塑加工特征的材料。
无纺布	指	即非织造布，一种不需要纺纱织布而形成的织物，通过将纺织短纤维或者长丝进行定向或随机排列，然后经过摩擦、抱合或粘合，或者这些方法的组合而相互结合制成的片状物、纤网或絮垫。
可冲散无纺布	指	一种环保型无纺布，具备 100%从抽水马桶桶身冲出、100%可分解和 100%可生物降解的特点，常用于制作可冲散湿巾。
注塑	指	是一种工业产品生产造型的方法，分为橡胶注塑和塑料注塑。塑料注塑是将熔融的塑料利用压力注进塑料制品模具中，冷却成型得到想要各种塑料件。
双色注塑	指	采用双螺杆炮筒同时注塑成型，将传统的二次注塑两步法成型集成为一次注塑一步法成型的注塑工艺。
四色注胶	指	一台设备配有四组螺杆炮筒，每个炮筒可单独注塑一种颜色，可同步注四种不同的颜色的注胶工艺。
热流道技术	指	通过电热加温温控系统控制模具及原料温度，将模具的流道加温使原料塑化熔体通过热流道直接点入产品表面的技术。
十万级净化车间	指	净化车间按照空气洁净度进行分级，洁净度等级从低到高依次可以分为百级、万级、十万级和三十万级。其中，十万级空气洁净度等级，要求每立方米的空间内粒径≥0.5μm 的尘粒数应≤3,500,000 个，粒径≥5μm 的尘粒数应≤20,000 个，并且要求所含沉降菌浓度≤10 个/皿，浮游菌含菌浓度≤500 个/立方米。
EDI 技术	指	英文 Electrodeionization 的缩写，EDI 技术是一种新的纯水和超纯水制备技术，可以完成水的深度除盐。
OEM	指	英文 Original Equipment Manufacturer（原始设备制造商）的缩写，指受托厂商按来样厂商之需求与授权，按照厂家特定的条件而生产，所有的设计图等都完全依照来样厂商的设计来进行制造加工。
ODM	指	英文 Original Design Manufacturer（原始设计商）的缩写，是一家厂商根据另一家厂商的规格和要求，设计和生产产品。受委托方拥有设计能力和技术水平，基于授权合同生产产品。
美国 FDA	指	美国食品药品管理局（Food And Drug Administration），简称 FDA，负责美国药品、食品、生物制品、化妆品、兽药、医疗器械以及诊断用品等的管理，医疗器械、化妆品、食品、药品类等产品需进行 FDA 注册。
OTC	指	非处方药物（Over The Counter），消费者可不经过医生处方，直接从药房或药店购买的药品，而且是不在医疗专业人员指导下就能安全使用的药品。

英国 BRC	指	英国零售商协会（British Retail Consortium），简称 BRC，是重要的国际性贸易协会，其成员包括大型的跨国连锁零售企业、百货商场、城镇店铺、网络卖场等各类零售商，产品涉及种类非常广泛。
CE 认证	指	法语 Conformite Europeenne 的缩写，是欧盟对产品和质量体系的认证，通过认证的商品可加贴 CE 标志，表示符合安全、卫生、环保和消费者保护等一系列欧洲指令的要求，可在欧盟统一市场内自由流通，要求加贴 CE 标志的产品如果没有 CE 标志的，将不得进入欧盟市场销售。
GMPC	指	化妆品良好生产规范（Guideline for Good Manufacture Practice of Cosmetic Products），在美国和欧盟市场上销售的化妆品，都必须符合美国联邦化妆品法规或欧盟化妆品指令 GMPC，以确保消费者正常使用后的健康。
CNAS	指	中国合格评定国家认可委员会（China National Accreditation Service for Conformity Assessment，CNAS）是根据《中华人民共和国认证认可条例》的规定，由国家认证认可监督管理委员会批准设立并授权的国家认可机构，统一负责对认证机构、实验室和检查机构等相关机构的认可工作。
ISO 9001:2008	指	国际标准化组织（ISO）发布的《质量管理体系 要求》国际标准。
ISO 13485:2003	指	国际标准化组织（ISO）发布的《医疗器械质量管理体系用于法规的要求》国际标准，该标准是专门用于医疗器械产业的一个独立的质量管理体系标准。
EN ISO 13485:2012	指	欧盟在 ISO 13485:2003 基础上对前言和附件（AC）进行修订后转换为欧盟适用的标准，即 EN ISO 13485:2012、EN ISO 13485:2012/AC:2012。
ISO 22716:2007（E）	指	国际标准化组织（ISO）发布的《化妆品-良好操作规范指南》国际标准。
VCAR	指	供应商改善行动报告（Vendor Corrective Action Report）
智研咨询	指	北京智研科信咨询有限公司，是国内专业的调研报告、行业咨询公司，研究涵盖机械、汽车、纺织、化工、轻工、冶金、建筑、建材、电力、医药等几十个行业。

特别说明：

1、本《招股说明书》中涉及我国、我国经济以及行业的事实、统计和预测，包括本公司的市场地位等信息，来源于一般认为可靠的各种公开信息渠道，尽管本公司从上述来源转载或摘录信息时保持了合理的谨慎，但是由于编制方法可能存在潜在偏差，或市场管理存在差异，或基于其他原因，此等信息可能与国内或国外所编制的其他资料存在差异。

2、本招股说明书相关数据表格若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因所致。

第二节 概览

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

一、发行人简介

（一）公司基本情况

中文名称	倍加洁集团股份有限公司
英文名称	Perfect Group Corp., Ltd
名称缩写	倍加洁集团
注册资本	6,000.00 万元
法定代表人	张文生
有限公司成立日期	1997 年 1 月 7 日
股份公司成立日期	2016 年 6 月 23 日
住　　所	扬州市杭集工业园
主要办公场所	扬州市杭集工业园
邮政编码	225111
电　　话	0514-87497666
传　　真	0514-87276903
互联网网址	http://www.toothbrush.com.cn/
电子邮箱	wangxinyu@oralstar.com

（二）设立情况

本公司是由成立于 1997 年 1 月 7 日的扬州明星牙刷有限公司整体变更设立的股份公司。2016 年 6 月 6 日，经明星牙刷股东会决议，由自然人股东张文生和法人股东扬州竟成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）、扬州和成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）作为发起人，以明星牙刷截至 2016 年 4 月 30 日经立信会计师审计的净资产 133,857,726.59 元为基准，按 1:0.4482 的比例折为 6,000.00 万股，每股面值为 1.00 元，其余 73,857,726.59 元计入资本公积。2016 年 6 月 23 日，公司在扬州市工商行政管理局登记注册成立，领取了统一社会信用代码为 91321000608803135L 的《营业执照》，注册资本 6,000.00 万元。

（三）经营情况

公司主要从事口腔清洁护理用品以及一次性卫生用品的研发、生产和销售，其中口腔清洁护理用品主要包括牙刷、牙线、齿间刷、牙线签、假牙清洁片等产品，一次性卫生用品主要包括湿巾等产品。

在设立初期，公司主要从事以牙刷为主的口腔清洁护理用品的研发、生产和销售。在后续经营发展过程中，逐步形成了以下业务布局，其中：美星口腔专业从事齿间刷、牙线、牙线签、假牙清洁片等产品的研发、生产和销售，进一步丰富了公司口腔清洁护理用品产品种类；倍加洁日化专业从事湿巾等产品的研发、生产和销售，将公司产品拓展至一次性卫生用品；恒生模具专业从事公司产品及包装所使用的模具的研发和生产，进一步提升了公司产品的制造工艺水平。

经过多年发展，公司形成了以 ODM 为主兼顾自主品牌、国内和国外市场并重的业务格局，并从单一牙刷产品转变为涵盖牙刷、牙线、齿间刷、牙线签、假牙清洁片等口腔清洁护理用品和湿巾等一次性卫生用品的产品布局，已成为国内口腔清洁护理用品以及一次性卫生用品生产规模及出口规模领先的企业。公司先后参与行业内多项国家标准的制定，恒生模具作为高新技术企业，在牙刷模具领域取得多项高新技术产品认证，倍加洁日化还建立起了经 CNAS 认证的研发检测中心。截至招股说明书签署日，公司及子公司共拥有 218 项专利权，其中发明专利 11 项，实用新型专利 41 项，外观设计专利 166 项。公司拥有的“倍加洁”商标已连续十二年被评为江苏省著名商标。

二、发行人控股股东及实际控制人简介

（一）股权结构

截至招股说明书签署日，本公司股权结构如下：

序号	股东名称	股份（万股）	持股比例
1	张文生	5,040.00	84.00%
2	扬州竟成	600.00	10.00%
3	扬州和成	360.00	6.00%
合计		**6,000.00**	**100.00%**

（二）控股股东及实际控制人简介

本公司控股股东、实际控制人为张文生，其直接持有公司股份 5,040.00 万股，通过扬州竟成间接持有公司 275.04 万股，通过扬州和成间接持有公司 180.90 万股，合计占总股本的 91.60%，任公司董事长、总经理。

张文生先生，1968 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号：32102719681019****，住所：江苏省扬州市广陵区杭集镇新生村****。

三、发行人主要财务数据

以下数据均摘自立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的信会师报字[2017]第 ZA16085 号《审计报告》，或依据报告计算得出。

（一）简要合并资产负债表数据

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
资产总额	51,630.62	50,595.53	40,799.09	39,256.16
负债总额	21,858.97	24,555.89	18,651.08	21,219.16
股东权益	29,771.65	26,039.64	22,148.01	18,037.01
归属于母公司所有者权益	29,771.65	26,039.64	20,642.09	15,543.40

（二）简要合并利润表数据

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业总收入	31,492.34	62,558.75	47,197.66	44,694.64
营业利润	5,519.39	8,864.10	6,388.18	6,096.88
利润总额	5,649.63	8,824.96	6,787.92	6,280.73
净利润	4,334.09	6,781.81	5,332.76	4,890.51
归属于母公司所有者的净利润	4,334.09	6,781.81	5,098.70	4,505.01

（三）合并现金流量表数据

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额	3,321.40	7,915.39	7,715.88	3,920.80
投资活动产生的现金流量净额	-2,537.55	-3,241.75	-4,925.80	-4,630.81
筹资活动产生的现金流量净额	-410.07	-3,486.94	-3,602.11	954.36

现金及现金等价物净增加额	373.78	1,186.71	-812.03	244.36

（四）主要财务指标

项目	2017 年 6 月 30 日 /2017 年 1-6 月	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度	2014 年 12 月 31 日 /2014 年度
流动比率	1.13	1.05	1.04	1.05
速动比率	0.70	0.65	0.64	0.63
资产负债率（母公司）	44.84%	52.93%	55.50%	68.82%
应收账款周转率（次）	3.49	7.61	8.06	9.33
存货周转率（次）	2.39	5.13	4.26	4.59
息税折旧摊销前利润（万元）	7,208.16	11,786.48	9,541.41	8,921.93
利息保障倍数（倍）	27.98	21.78	15.13	12.11
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.55	1.32	1.29	0.65
每股净现金流量（元）	0.06	0.20	-0.14	0.04
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	0.02%	0.14%	0.43%	0.07%

四、本次发行情况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	1.00元
发行股数	不超过2,000万股
发行价格及定价方式	由公司及主承销商根据市场情况，通过向询价对象询价的方式确定发行价格，或采用中国证监会认可的其他方式定价。
发行方式	采用网下向配售对象询价配售与网上市值申购定价发行相结合的方式；或采用中国证监会要求或认可的其他方式。
发行对象	符合资格的询价对象和在上海证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）。
承销方式	余额包销

五、募集资金用途

根据发展需要，公司拟将首次公开发行股票募集资金用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资金额	拟用募集资金投入金额

1	年产 6.72 亿支牙刷项目	46,606.47	40,397.68
2	年产 14 亿片湿巾项目	5,177.62	5,177.62
3	研发中心建设项目	1,952.94	1,776.09
4	补充流动资金项目	3,650.24	3,650.24
合　计		**57,387.27**	**51,001.63**

如果本次发行募集资金不能满足拟投资项目的资金需求，公司将以自筹资金方式解决资金缺口。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

1、发行股票的种类：人民币普通股（A 股）；

2、每股面值：1.00 元；

3、拟发行股数：公司本次拟公开发行股票数量不超过 2,000 万股，本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份。公司本次公开发行股票数量不超过发行后总股本的 25%。

4、每股发行价：【】元/股

5、市盈率：【】倍（以发行前总股本计算）；

【】倍（以发行后总股本计算）；

6、发行前每股净资产：4.22 元/股（按 2016 年 12 月 31 日经审计的净资产和发行前总股本计算）；

7、发行后每股净资产：【】元/股（按【】年【】月【】日经审计的净资产和拟募集资金合计额与发行后总股本计算）；

8、市净率：【】（以发行前每股净资产值计算）；

【】（以发行后每股净资产值计算）；

9、发行方式：采用网下向配售对象询价配售与网上市值申购定价发行相结合的方式；或采用中国证监会要求或认可的其他方式

10、发行对象：符合资格并在上海证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）

11、承销方式：余额包销；

12、预计募集资金总额和净额：【】万元；

13、发行费用概算：

序号	项目	费用
1	承销及保荐费用	
2	审计费用	
3	律师费用	
4	路演推介及公告费用	
5	发行手续费用	

二、本次发行股票的有关当事人

（一）发行人：倍加洁集团股份有限公司

住所：	扬州市杭集工业园
法定代表人：	张文生
联　系　人：	王新余
联 系 电 话：	0514-87497666
传真：	0514-87276903
互联网网址：	http:// www.toothbrush.com.cn/
电子信箱：	wangxinyu@oralstar.com

（二）保荐机构：广发证券股份有限公司

住所：	广东省广州市黄埔区中新广州知识城腾飞一街2号618室
法定代表人：	孙树明
联 系 电 话：	020-87555888
传真：	020-87553577
保荐代表人：	顾培培、吴广斌
项目协办人：	黄璐叶丹
项目组成员：	王旻辰、蓝博靖

（三）发行人律师：国浩律师（上海）事务所

住所：	上海市北京西路968号嘉地中心23-25层
负责人：	黄宁宁
联 系 电 话：	021-52341668
传真：	021-52341670
经办律师：	宣伟华、孙芳尘

（四）会计师事务所：立信会计师事务所（特殊普通合伙）

住所：	上海市黄浦区南京东路61号4楼

负责人：	朱建弟
联 系 电 话：	021-63391166
传真：	021-63392558
经办注册会计师：	杜志强、吴文俊

（五）资产评估机构：银信资产评估有限公司

住所：	上海市九江路69号
法定代表人：	梅惠民
联 系 电 话：	021-63391088
传真：	021-63391116
经办注册评估师：	谢灏波、王睿

（六）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司上海分公司

住所：	上海市浦东新区陆家嘴东路166号
联 系 电 话：	021-68870587
传真：	021-58754185

（七）保荐机构（主承销商）收款银行：工商银行广州市分行第一支行

户名：	广发证券股份有限公司
账号：	3602000109001674642

三、发行人与有关中介机构的关系

本公司各直接及间接股东与本次申请发行中介机构及其负责人、工作人员之间不存在亲属关系、其他关联关系或其他可能输送不正当利益的关系。本公司与本次申请发行中介机构及其负责人、工作人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、本次发行的主要时间表

刊登发行公告的日期：【】年【】月【】日

开始询价推介的日期：【】年【】月【】日

刊登定价公告的日期：【】年【】月【】日

申购日期和缴款日期：【】年【】月【】日

股票上市日期：【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者在评价发行人此次发售的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，敬请投资者在购买本公司股票前逐项仔细阅读。

一、成本波动的风险

（一）主要原材料价格波动的风险

公司产品主要原材料包括包装材料、刷丝、无纺布、塑料粒子、胶料、PVC/PET片材、化学品原料等。其中包装材料主要来源于造纸行业，造纸行业产品标准化程度较高，价格主要由市场供需关系决定，2014 年以来整体较为稳定，2016 年第四季度起上涨较快；塑料粒子、无纺布、刷丝、胶料和 PVC/PET 片材的主要原料均属于石化产品，与国际原油价格关联性较高。原油是国际大宗原材料，价格受经济周期影响明显，波动幅度较大，原油价格自 2014 年以来总体呈下降趋势，降幅较大，2016 年起有所反弹。报告期内公司原材料占当期营业成本的比重分别为 66.25%、62.38%、65.37%及 65.66%，原材料价格的波动对公司产品成本的影响较大。若未来公司主要原材料价格上涨，将降低公司的盈利水平。

（二）人工成本上升的风险

公司生产人员较多，报告期内公司直接人工占当期营业成本的比重分别为 12.45%、14.09%、13.77%及 13.61%，人工成本的变动对公司产品成本的具有一定影响。随着我国经济保持中高速增长，以及部分地区出现劳动力短缺现象，人工成本持续上升。由于公司生产人员人数较多，随着未来工资水平上升，直接人工成本可能继续增加，若公司利润水平增长不足以抵消人工成本的上升，将降低公司的盈利水平。

二、市场竞争的风险

公司自成立以来，通过不断的技术积累和研发创新，公司产品系列不断丰富，

综合实力不断增强，目前公司已发展成为业内具有较高影响力的企业。随着居民健康意识的不断提高以及国家产业政策大力支持，口腔清洁护理用品及一次性卫生用品行业在未来仍将保持稳定增长。

口腔清洁护理用品因行业门槛相对较低，生产企业大多数规模较小、产品档次和质量较低、营销能力和产品开发能力有限，而中高端市场主要被大型外资企业所占据。为了维持生存和发展，行业内企业在规模化、品牌效应及服务质量等方面展开全方位的竞争。如果公司在产品品质、交货时间和服务水平等方面不能持续满足客户需求，可能会面临客户资源流失、市场份额下降的风险。

三、海外销售的风险

（一）海外市场的风险

报告期内，公司外销收入占主营业务收入的比重分别为 51.52%、45.78%、47.27%及 49.49%。经过多年的海外市场拓展，本公司与美洲、欧洲、东南亚等地区的客户建立了良好稳定的合作关系，主要客户报告期内基本保持稳定。但如果公司在产品质量控制、交货期、产品设计等方面不能持续满足客户需求，或者公司主要出口国或地区市场出现大幅度波动，出口市场所在国家或地区的政治、经济形势、贸易政策等发生重大变化以及这些国家、地区与我国政治、外交、经济合作关系发生变化，均会对公司的经营造成不利影响。

（二）汇率波动的风险

外销业务中公司采取的主要结算货币为美元。自我国汇率改革以来，2014 年之前人民币兑美元主要以升值为主，2014 年至 2016 年人民币兑美元以贬值为主，2017 年上半年人民币兑美元有所升值。人民币汇率波动直接影响到公司外销产品的销售价格，公司面临一定的汇率波动风险。报告期内，公司汇兑损益分别为-42.00 万元、-247.29 万元、-346.53 万元及 50.13 万元。

随着募集资金投资项目的建成投产，公司海外市场开拓规模的进一步扩大，公司的出口销售收入将进一步增加，汇率的波动将对公司的经营业绩产生一定的影响。

（三）出口退税率下调的风险

发行人出口产品执行国家的出口产品增值税“免、抵、退”政策，主要出口产品享受的退税率为13%。报告期内，发行人收到出口退税金额分别为1,307.50万元、911.52万元、1,548.90万元及786.25万元，占当期利润总额的比例分别为20.82%、13.43%、17.55%及13.92%。

未来公司仍将大力拓展海外业务，如果国家未来下调产品的出口退税率，将对公司的外销业务造成不利影响。

四、销售渠道管理风险

（一）客户维护的风险

公司自成立以来，始终重视产品创新和产品品质管理，公司产品系列不断丰富，综合实力不断增强，在业内积累了良好的口碑，与主要客户保持了稳定的合作关系。报告期内，公司向前五大客户的销售收入占主营业务收入的比例分别为38.90%、38.93%、42.97%及41.15%，比重有所提高，前五大客户较为稳定。如果主要客户的需求发生变动，或者公司在产品品质、交货时间和服务水平等方面不能持续满足客户需求，可能导致公司订单出现波动进而影响业绩。

（二）线上销售对传统销售渠道冲击的风险

近年来，随着科技的进步、电子商务和网络经济、以及第三方物流配送的发展，消费者网络购物更为便利，越来越多的消费者加入到网络购物行列。同时，随着我国网络普及率的提高，线上销售的规模有望进一步提高。

公司产品销售模式以ODM为主，报告期内，公司国内自主品牌销售占主营业务收入的比重分别为16.26%、15.38%、12.92%及12.75%。公司国内自主品牌销售主要通过经销商、代理商和天猫、淘宝网、京东等电商渠道销售，其中电商渠道销售占国内自主品牌销售的比重分别为5.81%、9.07%、16.62%及15.40%，占比总体呈增长趋势。

虽然公司自主品牌销售方面已通过电商渠道进行线上销售，但未来如果公司

不能快速适应消费者购物方式的变化，将对自主品牌销售产生一定影响。

五、财务风险

（一）应收账款增加的风险

报告期各期末，公司应收账款净额分别为 4,928.73 万元、5,966.55 万元、9,376.77 万元及 7,553.64 万元，占资产总额的比例分别为 12.56%、14.62%、18.53%及 14.63%；2014 至 2017 年 6 月，公司应收账款期末净额占当期营业收入的比例分别为 11.03%、12.64%、14.99%及 23.99%，公司应收账款随着业务规模的扩大有所增加。

虽然公司应收账款的产生均与公司正常的生产经营和业务发展有关，且应收账款的账龄主要在一年以内，应收账款质量较高，但随着公司经营规模的扩大，应收账款金额可能相应增加，如宏观经济环境、客户经营状况发生变化或公司采取的收款措施不力，应收账款将面临发生坏账损失的风险。

（二）存货余额较大的风险

公司的生产模式为以销定产加安全库存，报告期内随着公司经营规模扩大，原材料、库存商品以及在产品等存货相应增加。报告期各期末，公司的存货价值分别为 8,952.28 万元、7,591.22 万元、9,757.40 万元及 9,431.74 万元，占资产总额比重分别为 22.80%、18.61%、19.29%及 18.27%；2014 年至 2017 年 6 月存货期末价值占当期营业收入比重分别为 20.03%、16.08%、15.60%及 29.95%。虽然公司的存货周转率与公司整体业务规模相匹配，但是随着公司业务规模的不断扩大，未来公司存货余额可能会增加，若未能及时实现销售或者结算，公司的存货周转能力有可能会下降，公司的资金利用效率会受到影响，从而对公司的经营成果和现金流量产生不利影响。

（三）资产负债率偏高和短期偿债风险

报告期内，公司资产负债率（母公司）分别为 68.82%、55.50%、52.93%及 44.84%，流动比率分别为 1.05、1.04、1.05 及 1.13，速动比率分别为 0.63、0.64、

0.65 及 0.70，总体处于合理范围。公司借款以短期借款为主，与同行业第一梯队内其他竞争对手相比，本公司资产负债率相对较高，流动比率和速动比率相对较低，面临一定的资产负债率偏高和短期偿债风险。

六、经营规模扩大的管理风险

（一）公司管理风险

公司自成立以来，业务发展势头良好，经营业绩保持较快增长，资产和人员结构较为稳定，已建立起较为完善的现代企业管理制度，拥有独立的产、供、销体系，并根据自身实际情况制订了一系列行之有效的规章制度。但随着公司规模的不断扩大，特别是募集资金到位和投资项目实施后，公司的资产、业务、机构和人员将进一步扩张，将增加公司运作与管理的难度，对公司管理层提出更高的要求。如果管理层不能适应公司规模迅速扩张的需要，组织模式和管理制度未能随着公司规模的扩大而适时调整、完善，将会给公司带来一定的管理风险。

（二）产品质量风险

公司产品主要为口腔清洁护理用品和一次性卫生用品，均为直接与人体接触的日用消费品，且在日常生活中使用频率较高。上述产品的质量好坏不仅影响消费者使用时的舒适度，甚至直接影响消费者的身体健康。

报告期内，公司产品质量控制良好，未发生因产品质量导致的大批量退货或诉讼、纠纷。但公司产品产量大，批次多，若一旦发生质量问题，可能导致公司产品因质量问题发生退货，进而影响公司品牌形象和产品竞争力。

（三）安全生产风险

公司原材料中包装材料为可燃物品。公司在安全生产和操作流程等方面制定一系列严格的制度和要求，但是公司的日常经营仍然存在发生安全事故的潜在风险，一旦发生安全事故，公司的正常经营将受到不利影响。

七、技术风险

（一）技术泄密的风险

公司自成立以来一直专注于产品生产技术和生产工艺的升级和创新，自主进行各类牙刷制作模具和湿巾药液配方设计、开发与生产。截至招股说明书签署日，公司拥有“一种全降解牙刷柄的加工工艺”和“一种牙刷的加工系统及其使用方法”等 11 项发明专利、41 项实用新型专利和 166 项外观设计专利，并总结了多项核心配方及专有技术。这些技术直接应用于公司的主营产品，服务于用户，构成主营产品的核心竞争力。为此，公司制定了保密制度，与主要技术人员签署的合同中也有保密条款，从法律上保证技术秘密的安全性。目前公司的技术队伍稳定，未出现技术失密事件。如果未来公司的知识产权保护不力或技术配方失密，将对公司造成不利影响。

（二）核心技术人员流失的风险

公司历来重视技术创新，保持技术人员队伍的稳定，并不断吸引优秀技术人员加盟是公司保持持续创新能力的关键。公司已采取诸如改善工作环境、鼓励创新、人才激励、建立健康和谐的企业文化等措施来提高员工的归属感，避免人员的非正常流失，但不排除在特定环境和条件下核心技术人员流失的可能。核心技术人员流失将在一定程度上影响公司的技术创新能力。

八、新产品研发的风险

随着人们收入水平的不断提升和口腔健康理念的转变，人们对口腔健康的重视程度也不断地提高，人们消费心理和需求逐渐呈现出多样化和个性化的特点，比如电动牙刷作为近几年出现的新产品，凭借清洁更彻底、减少牙龈炎等优势，逐渐受到消费者青睐。因此，持续推出适应市场需求的新产品是公司保持经营业绩增长的重要动力。公司通过加强与客户交流，不断了解市场对新产品的需求，并投入了较多的资源用于新产品的研究和开发，陆续推出了各种功能性牙刷，如抗菌牙刷、磁力按摩牙刷、护龈牙刷和亮白牙刷等，目前也正在进行电动牙刷开发项目。公司虽然对研发项目均进行了详细论证，并向部门投入较多人力物力以保障研发项目的顺利实施，但是如果市场需求发生变化或者研发中遇到技术难题不能顺利解决，可能造成公司的新产品不能及时推向市场，从而对公司经营情况

产生不利影响。

九、募集资金投向风险

（一）募集资金投向实施风险

本次募集资金投资项目包括“年产 6.72 亿支牙刷项目”、“年产 14 亿片湿巾项目”、“研发中心建设项目”和“补充流动资金项目”。本公司对项目的可行性进行了详细分析。但项目从设计到竣工投产有一定的建设和试生产周期，工程项目管理、预算控制、设备引进、项目建成后其设计生产能力与技术工艺水平是否达到设计要求等因素都可能影响项目如期竣工投产。因此，如果投资项目不能顺利实施，或实施后由于市场开拓不力无法消化新增的产能，公司将会面临投资项目部分失败的风险，使公司无法按照既定计划实现预期的经济效益。

（二）固定资产折旧大幅增加的风险

根据本次募投计划，本次募集资金中的 43,992.51 万元用于固定资产投资。项目建成后，公司固定资产规模将大幅增加，如果项目效益不能充分发挥，可能会影响公司整体经济效益。

（三）募投项目效益不能达到预期目标的风险

未来随着募投项目的达产，预计将年新增销售收入 43,315.35 万元，新增年均净利润 9,112.59 万元。募投项目的顺利实施能够使公司把握行业发展的机遇，进一步提升公司的盈利能力。公司对募投项目经济效益的预测是基于公司现状、发展战略以及行业发展趋势的谨慎预测。

虽然公司对募投项目进行了充分的可行性论证，但由于本次募投项目所需投资金额较大，对项目经济效益分析数据均为预测性信息，募投项目建成投产尚需时间，如果未来原材料成本、人工成本、管理成本等上升，公司在执行发展战略过程中遇到困难，以及未来行业的发展对公司产生不利影响，都会对募投项目经济效益造成不利影响，使募投项目的实际效益与预期效益存在一定差异。

十、实际控制人控制的风险

本公司实际控制人为张文生，目前张文生直接持有公司 84%的股份，通过扬州竟成及扬州和成间接持有公司 4.58%和 3.02%的股份；张文生直接和间接持有本公司共计 91.60%的股份。本次发行后，公司实际控制人仍将直接和间接持有本公司 68.70%的股份。公司存在实际控制人控制的风险，如果实际控制人利用其控制地位，通过行使表决权对本公司的人事、发展战略、经营决策等重大事项进行控制，可能会损害公司及其他股东的利益。

十一、搬迁风险

公司是国内较早进入口腔清洁护理产品领域并拥有较强竞争力的制造商之一，经营规模逐年扩大， 2014 年至 2016 年，公司牙刷产品销售收入从 30,560.46 万元增至 45,163.22 万元，年均复合增长 21.57%。在业务高速增长的同时，尽管公司可通过流程优化、技术改造和空间挖潜等措施提高产能，但公司牙刷制造规模因受场地限制，现有生产能力逐步接近满负荷状态。

根据公司未来业务增长趋势，公司亟需突破现有场地对于公司制造规模的制约，通过本项目的实施，公司将整合现有分散于宿迁及本部厂区两地的牙刷生产布局，在原制造规模基础上扩大至 6.72 亿支，使产能瓶颈在中长期内得到充分缓解，进而为业务高速增长提供坚实保障。

因此，公司计划于未来逐步将倍加洁集团厂区和倍加洁宿迁厂区内的牙刷生产设备搬迁至江苏明星新厂区内，作为公司本次募集资金投资项目“年产 6.72 亿支牙刷项目”的一部分，进行生产线搬迁及设备升级改造，打造设施自动化水平更高、流程更优化、布局更科学、管理更完善、更具国际化水准的口腔护理产品生产基地，使生产能力和场地空间的瓶颈在中长期内得到充分缓解。

根据规划，项目建成后将拥有年产 6.72 亿支牙刷的产能，其中 4 亿支牙刷产能将用于承接公司目前的牙刷产能。公司将于上述生产基地建设完成后陆续进行搬迁，以保障公司生产经营的顺利衔接。

虽然公司对搬迁规划进行了充分的可行性论证，且公司已取得发改委备案、环保部门审批意见等文件，但建设和搬迁过程存在一定不确定性，可能会对公司经营产生不利影响。

十二、净资产收益率下降的风险

2014 年度、2015 年度、2016 年度及 2017 年 1-6 月，公司加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润）分别为 32.43%、26.21%、29.78%及 15.06%，净资产收益率处于较高水平。本次发行完成后，公司的净资产规模将大幅上升，而募集资金投资项目从实施到产生效益需要一定时间，预计本次发行后，公司净资产收益率与过去年度相比将出现下降，因此，公司存在短期内净资产收益率被摊薄的风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本资料

中文名称：	倍加洁集团股份有限公司
英文名称：	Perfect Group Corp.,Ltd
注册资本：	6,000 万元
法定代表人：	张文生
成立日期：	1997 年 1 月 7 日
住所：	扬州市杭集工业园
邮政编码：	225111
电话：	0514-87497666
传真号码：	0514-87276903
互联网网址：	http:// www.toothbrush.com.cn/
电子信箱：	wangxinyu@oralstar.com
经营范围：	牙刷、塑壳料制品模具、旅游用品（不含专项许可产品）制造、加工、销售；牙签棒、漱口水、口腔喷雾产品、湿巾、牙膏、日用品销售，经营本企业自产产品及相关技术的出口业务，经营本企业生产科研所需的原辅材料、机械设备、仪器仪表、零配件及相关技术的进口业务，经营本企业的进料加工和“三来一补”业务，提供技术服务、咨询服务、加工服务；普通货物运输；自有房屋出租；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）

二、发行人改制重组及设立情况

（一）设立方式：有限责任公司整体变更

发行人是由成立于 1997 年 1 月 7 日的扬州明星牙刷有限公司整体变更设立的股份公司。2016 年 6 月 6 日，经明星牙刷股东会决议，由自然人股东张文生和法人股东扬州竟成、扬州和成作为发起人，以明星牙刷截至 2016 年 4 月 30 日经立信会计师审计的净资产 133,857,726.59 元为基准，按 1:0.4482 的比例折为 6,000.00 万股，每股面值为 1.00 元，其余 73,857,726.59 元计入资本公积。2016 年 6 月 23 日，公司在扬州市工商行政管理局登记注册成立，领取了统一社会信用代码为 91321000608803135L 的《营业执照》，注册资本 6,000 万元。

（二）发起人

公司的发起人为张文生 1 名自然人和扬州竟成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）与扬州和成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）2 家企业。股份公司设立时，发起人持股情况如下：

序号	发起人	持股数（万股）	持股比例
1	张文生	5,040.00	84.00%
2	扬州竟成	600.00	10.00%
3	扬州和成	360.00	6.00%
合计		**6,000.00**	**100.00%**

（三）在改制设立发行人前后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司的主要发起人为张文生、扬州竟成与扬州和成，扬州竟成与扬州和成系公司员工持股平台。

发行人改制设立前，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务如下：

张文生拥有的主要资产为持有明星牙刷 84%的股权、扬州竟成 80%的份额，扬州和成 80%的份额、国嵘贸易 70%的股权、HSS100%的股权、HS100%的股权、江苏倍加洁 95%的股权、扬州佳吉 80%的股权以及扬州农商行 0.17%的股权，通过 HS 间接持有 P&S100%的股权。

扬州竟成拥有的主要资产为明星牙刷 10%的股权，除此之外未开展其他经营

性业务。

扬州和成拥有的主要资产为明星牙刷 6%的股权，除此之外未开展其他经营性业务。

发行人改制设立后，公司实际控制人为了避免同业竞争，消除关联交易，对关联方进行了转让或注销。其中，其所持国嵘贸易 70%股权已于 2016 年 9 月转让，江苏倍加洁已于 2016 年 6 月注销，HSS 已于 2017 年 5 月注销，HS 及 P&S 已停止一切经营活动，P&S 正在办理注销流程。自此，张文生不再持有国嵘贸易、江苏倍加洁的股权，具体情况参见招股说明书“第七节 同业竞争和关联交易”中的相关内容。

（四）发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

发行人是由明星牙刷整体变更设立，成立时承继了明星牙刷的全部资产和业务。公司的主要业务为口腔清洁护理用品以及一次性卫生用品的研发、生产和销售，拥有包括土地使用权、房屋建筑物、机器设备、专利技术、商标等在内的与主营业务相关的完整资产体系。

（五）改制前后发行人的业务流程以及业务流程之间的联系

发行人系有限公司整体变更设立，改制前后发行人的业务流程未发生变化，具体业务流程参见招股说明书“第六节 业务与技术”中的相关内容。

（六）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

发行人成立以来，独立面向市场经营，拥有独立完整的采购、生产、销售体系以及经营所需的各项资产和资质，在生产经营方面，主要与控股股东及关联方之间存在借款、担保，及少量采购、销售等关联交易。

具体情况参见招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”中的相关内容。

（七）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

发行人由明星牙刷整体变更设立，明星牙刷的资产全部由本公司承继。公司设立后，已完成专利权利人名称变更，土地使用权、房产产权、商标权利人名称变更正在办理中。

三、发行人股本形成及其变化情况和重大资产重组情况

（一）公司设立以来股本演变情况说明

1、1997 年 1 月，明星牙刷设立

1997 年 1 月 7 日，经扬州市邗江工商行政管理局核准，张文生与上海光明皮鞋厂邗江联营厂（以下简称“邗江联营厂”）共同出资组建扬州明星牙刷有限公司，注册资本为 160 万元。其中张文生认缴注册资本 83.20 万元，占注册资本的 52%；邗江联营厂认缴注册资本 76.80 万元，占注册资本的 48%。

1996 年 12 月 23 日，邗江县审计师事务所出具了邗审验发[1996]085 号《验资报告》进行了审验确认。

1997 年 1 月 7 日，明星牙刷取得了扬州市邗江工商行政管理局颁发的注册号为 3210272737014 的《企业法人营业执照》。明星牙刷注册资本为 160 万元，明星牙刷设立时的股权结构如下：

单位：万元

股东名称	出资额			出资比例
	固定资产出资	货币出资	合计	
张文生	43.80	39.40	83.20	52.00%
邗江联营厂	67.30	9.50	76.80	48.00%
合计	**111.10**	**48.90**	**160.00**	**100.00%**

经保荐机构、发行人律师和会计师核查，邗江联营厂未对明星牙刷出资，实际出资人为邗江县光明皮塑制品厂，邗江联营厂系明星牙刷的名义股东，具体详见本节“三、发行人股本形成及其变化情况和重大资产重组情况”之“（二）关于历史沿革的说明”部分内容。

2、2000 年 12 月，第一次股权转让

2000 年 12 月 18 日，邗江县杭集镇新生村、张德荣及张文生三方协商一致

将邗江联营厂（实际为皮塑厂）对明星牙刷的所有出资额 76.80 万元进行转让，其中：张文生受让 28.80 万元出资额，张德荣受让 48.00 万元出资额。

本次股权转让完成后，明星牙刷出资情况如下：

单位：万元

股东名称	出资额			出资比例
	固定资产出资	货币出资	合计	
张文生	63.10	48.90	112.00	70.00%
张德荣	48.00	—	48.00	30.00%
合计	**111.10**	**48.90**	**160.00**	**100.00%**

经保荐机构、发行人律师及会计师核查，明星牙刷的实际股东为皮塑厂，皮塑厂系杭集镇新生村投资举办的村办集体企业。1997 年 6 月，邗江联营厂因联营期限届满，联营双方不再继续联营，因此联营双方结清了债权债务并办理了注销手续。1997 年 9 月，皮塑厂、明星牙刷、张文生就股权转让和资产转让等事宜达成一致，皮塑厂将其实际拥有的明星牙刷 48%股权转让给张文生，并将第三栋厂房出售给明星牙刷。截至 1998 年底前，张文生在受让皮塑厂持有的全部 48%股权，并足额支付股权转让款后，实际持有明星牙刷 100%股权。

鉴于当时《公司法》尚未允许一人有限责任公司形式，2000 年 12 月，新生村将上述 48%明星牙刷股权分别转让给张文生和张德荣，本次股权转让实质上是对 1997 年 9 月皮塑厂、明星牙刷、张文生的股权转让进行的工商登记。股权受让方张德荣系张文生兄弟，实为代张文生持有。为规范上述代持情况，避免潜在的股权纠纷，2016 年 3 月由张德荣将代持的股权无偿转让给张文生，至此，发行人已还原并规范了上述股权代持情况。

3、2001 年 3 月，第一次增资，注册资本增加至 500 万元

2001 年 2 月 16 日，明星牙刷股东会作出决议，将注册资本由 160 万元增至 500 万元。其中，张文生以货币认缴出资 258 万元，张德荣以货币认缴出资 82 万元。

2001 年 3 月 1 日，扬州恒信会计师事务所有限公司出具了扬恒会验字（2001）第 008 号《验资报告》审验确认。

本次增资完成后，明星牙刷股权结构如下：

单位：万元

股东名称	出资额			出资比例
	固定资产出资	货币出资	合计	
张文生	63.10	306.90	370.00	74.00%
张德荣	48.00	82.00	130.00	26.00%
合计	**111.10**	**388.90**	**500.00**	**100.00%**

4、2005 年 9 月，第二次增资，注册资本增加至 1,080 万元

2005 年 9 月 13 日，明星牙刷股东会作出决议，将注册资本由 500 万元增至 1,080 万元。其中，张文生以货币认缴 548 万元，张德荣以货币认缴 32 万元。

2005 年 9 月 26 日，扬州汇诚联合会计师事务所出具了扬汇会验字（2005）第 292 号《验资报告》审验确认。

本次增资完成后，明星牙刷股权结构如下：

单位：万元

股东名称	出资额			出资比例
	固定资产出资	货币出资	合计	
张文生	63.10	854.90	918.00	85.00%
张德荣	48.00	114.00	162.00	15.00%
合计	**111.10**	**968.90**	**1,080.00**	**100.00%**

5、2011 年 10 月，第三次增资，注册资本增加至 1,680 万元

2011 年 10 月 20 日，明星牙刷股东会作出决议，将注册资本由 1,080 万元增至 1,680 万元。新增注册资本 600 万元均由张文生以货币认缴。

2011 年 10 月 24 日，扬州弘瑞会计师事务所出具了扬弘瑞验字[2011]第 864 号《验资报告》审验确认。

本次增资完成后，明星牙刷股权结构如下：

单位：万元

股东名称	出资额			出资比例
	固定资产出资	货币出资	合计	
张文生	63.10	1,454.90	1,518.00	90.36%
张德荣	48.00	114.00	162.00	9.64%

合计	**111.10**	**1,568.90**	**1,680.00**	**100.00%**

6、2012 年 10 月，第四次增资，注册资本增加至 2,680 万元

2012 年 10 月 19 日，明星牙刷股东会作出决议，将注册资本由 1,680 万元增至 2,680 万元。新增注册资本 1,000 万元均由张文生以货币认缴。

2012 年 10 月 26 日，扬州诚瑞会计师事务所有限公司出具了扬诚会验字（二）（2012）第 110 号《验资报告》审验确认。

本次增资完成后，明星牙刷股权结构如下：

单位：万元

股东名称	出资额			出资比例
	固定资产出资	货币出资	合计	
张文生	63.10	2,454.90	2,518.00	93.96%
张德荣	48.00	114.00	162.00	6.04%
合计	**111.10**	**2,568.90**	**2,680.00**	**100.00%**

7、2016 年 3 月，第二次股权转让

2016 年 3 月 29 日，经明星牙刷股东会决议，同意张德荣将其持有的明星牙刷 6.04%股权（对应认缴出资 162 万元）无偿转让给张文生；同意张文生将其持有的明星牙刷 10%股权（对应认缴出资 268 万元），以对价 268 万元转让给扬州竟成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）；同意张文生将其持有的明星牙刷 6%股权（对应认缴出资 160.80 万元），以对价 160.80 万元转让给扬州和成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）。2016 年 3 月 29 日，转让一方张德荣与受让方张文生就上述转让事项共同签署《股权交割证明》；2016 年 3 月 30 日，另一转让方张文生与受让方扬州竟成、扬州和成分别就上述转让事项签署《股权交割证明》。

本次股权转让后，明星牙刷股权结构及出资情况如下：

单位：万元

股东名称	出资额			出资比例
	固定资产出资	货币出资	合计	
张文生	111.10	2,140.10	2,251.20	84.00%
扬州竟成	—	268.00	268.00	10.00%
扬州和成	—	160.80	160.80	6.00%
合计	**111.10**	**2,568.90**	**2,680.00**	**100.00%**

经保荐机构、发行人律师及会计师核查，本次张德荣将其持有的 6.04%的股权无偿转让给张文生，实际是还原张德荣自 2000 年 12 月代张文生持有明星牙刷股权的行为。2016 年 3 月 1 日，张德荣和张文生共同出具了《关于代持问题的说明》，张德荣出具了《确认函》，确认历史上张德荣所持有明星牙刷的股权系代张文生持有，由于当时《公司法》尚未允许一人有限责任公司形式，因此张文生委托张德荣代其持有部分明星牙刷股权。上述代持及解除代持的行为系双方协商一致后的自愿行为，该股权代持行为未对发行人造成损失，也不存在纠纷。上述代持行为已于 2016 年 3 月清理完毕。

8、2016 年 6 月，股份公司设立

2016 年 6 月 6 日，经明星牙刷股东会决议，同意以明星牙刷截至审计基准日 2016 年 4 月 30 日经审计的净资产 133,857,726.59 元为基础，按 1:0.4482 的比例折为 6,000 万股，整体变更为股份有限公司，未折股部分 73,857,726.59 元计入变更后股份公司的资本公积。同日，明星牙刷的全体股东共同作为发起人签署《倍加洁集团股份有限公司发起人协议》。

2016 年 6 月 23 日，公司经扬州市工商行政管理局核准登记并换取《营业执照》（统一社会信用代码：91321000608803135L）。

股份公司设立时，股权结构如下：

单位：万股

股东名称	持股数量	股权比例
张文生	5,040.00	84.00%
扬州竟成	600.00	10.00%
扬州和成	360.00	6.00%
合计	**6,000.00**	**100.00%**

截至招股说明书签署之日，倍加洁集团股权结构未发生变化。

（二）关于历史沿革的说明

1、明星牙刷设立初期出资及股东相关情况

（1）明星牙刷设立及股东出资情况

1996 年初，新生村与张文生协商计划共同出资设立明星牙刷，新生村拟以其投资举办的集体企业皮塑厂为出资主体与张文生共同设立明星牙刷。由于当时邗江联营厂在当地知名度较高，信誉良好。且邗江联营厂的相关印章和营业执照均由皮塑厂财务负责人吴安祥保管（吴安祥当时兼任邗江联营厂副厂长及财务负责人），出于经营上的考虑，新生村借用了邗江联营厂的名义，用皮塑厂的二栋厂房、相关土地及 2/3 附属设施作价 67.3 万元，以及现金 9.5 万元出资，合计 76.8 万元。张文生以生产经营的机器设备 43.8 万元以及现金 39.4 万元出资，合计 83.2 万元。双方于 1997 年 1 月 7 日在邗江县工商局登记设立了明星牙刷。在明星牙刷的设立过程中，邗江联营厂系明星牙刷的名义股东，实际未投入任何现金或实物。

根据“邗审验发[1996]085 号”《验资报告》后附的《实物投资作价清单》、《评估确认书》、相关各方出具的《情况说明》以及新生村村民代表大会决议，张文生用以出资的机器设备系其个人所有，并于明星牙刷成立时交付其使用，该等机器设备的所有权自交付时起转移至明星牙刷。

皮塑厂利用新生村土地建造了三栋厂房及厕所、电房、宿舍、厨房、传达室、围墙及大门等全部附属设施，其中二栋（北西厂房及北东厂房）厂房、相应土地及附属设施用作对明星牙刷的出资。1996 年 8 月，时任新生村总支委员会书记林知亮、新生村村委会主任刘寿祥及皮塑厂财务负责人吴安祥共同组成了评估确认小组，对皮塑厂投入明星牙刷的实物资产和相应土地进行了评估确认并出具了《评估确认书》，当时评估的资产包括皮塑厂的二栋厂房、相应土地（由于土地系为 3 栋厂房共同使用，故其中 2/3 土地计入其中）及全部的附属设施，总价值为 738,319.45 元，上述资产已于明星牙刷设立时全部交付明星牙刷使用。皮塑厂本次作为出资的资产仅包括二栋厂房及相应附属设施和土地费用，作价 67.3 万元，因该三栋厂房的附属设施系共同使用，无法实际分割，故明星牙刷设立时将全部附属设施投入公司使用，其中 2/3 附属设施作为出资，其余 1/3 附属设施价值计入明星牙刷对皮塑厂的应付款项。根据入账的固定资产价值减去皮塑厂实物出资额 67.3 万元，确认明星牙刷对皮塑厂的负债为 65,319.45 元。因皮塑厂当时资金周转不及时，遂向张文生借款 9.5 万元现金用于对明星牙刷的出资，并以邗江联营厂的名义将 9.5 万元存入明星牙刷的账户。此后，张文生因个人需要，向

明星牙刷借用 9.5 万元现金。即在事实上形成皮塑厂欠张文生 9.5 万元，张文生欠明星牙刷 9.5 万元。由于明星牙刷对皮塑厂负有 65,319.45 元债务，因此，当时三方同意就上述债权债务中的 65,319.45 元进行抵销，完成抵销后，皮塑厂尚欠张文生 29,680.55 元，张文生欠明星牙刷 29,680.55 元。皮塑厂作为新生村投资举办的村办集体企业，成立当时未向土地管理部门申请集体建设用地，但皮塑厂于 1995 年补办用地手续，获得了邗江县人民政府批准，由邗江县土地管理局作出《补办使用土地的批复》，并缴纳了权属用途变更费等用地费用。上述土地价款已经缴纳完毕，发行人无需补缴土地价款。

2016 年 10 月 18 日，张文生、新生村村委会及时任和现任相关负责人、邗江联营厂副厂长兼财务负责人兼皮塑厂财务负责人吴安祥出具《情况说明》，对以上情况进行了确认。

邗江联营厂联营方上海光明皮鞋厂系由上海经纬（集团）有限公司（以下简称“经纬集团”）实施管理，经纬集团于 2017 年 8 月 25 日出具《说明》，确认：邗江联营厂并非明星牙刷的实际出资人，而是由皮塑厂借用其名义，与张文生共同出资设立了明星牙刷，皮塑厂为明星牙刷持股 48%的实际股东。上海市黄浦区国有资产管理委员会对前述《说明》予以了确认。

在明星牙刷的设立过程中，张文生与皮塑厂的非货币出资均未经第三方评估机构评估，可能存在出资不实之瑕疵；同时皮塑厂用以出资的土地和厂房权属未及时变更，违反了当时《公司法》的相关规定。

针对上述情况，2010 年 12 月 29 日，张文生向明星牙刷一次性缴纳货币资金 160.6 万元，以该笔出资充实了公司资本，弥补和消除了股东在公司设立当初出资方面存在的瑕疵。公司将该笔款项记入了资本公积。2016 年 10 月 21 日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了信会师报字[2016]第 116376 号《关于倍加洁集团股份有限公司资本公积的复核报告》，确认公司已收到上述款项。

2016 年 10 月 25 日，扬州市生态科技新城市场监督管理局出具《关于倍加洁集团股份有限公司工商登记有关事项的确认意见》，确认“鉴于：联营厂并非明星牙刷的实际出资人，仅为注册登记的名义股东，该等情况已得到相关当事人各方的认可；股东用以出资的资产及其价值虽存在未经评估、权属未变更等瑕疵，

但该等资产均已投入公司使用并由公司实际控制，各方并无争议，且公司股东已于 2010 年 12 月 29 日前足额履行完毕缴纳注册资本的义务，未损害公司、其他股东及包括国家、集体在内的任何第三方的利益，同时公司股东存在代持情形也未对公司或债权人造成实际损害，故根据《中华人民共和国公司法》的相关规定，本局决定不予处罚。”

2017 年 6 月 13 日，扬州市工商行政管理局出具《关于倍加洁集团股份有限公司有关情况的说明》，确认“鉴于：联营厂并非明星牙刷的实际出资人，仅为注册登记的名义股东，该等情况已得到相关当事人各方的认可；股东用以出资的资产及其价值虽存在未经评估、权属未变更等瑕疵，但该等资产均已投入公司使用并由公司实际控制，各方并无争议，且公司股东已于 2010 年 12 月 29 日前足额履行完毕缴纳注册资本的义务，未损害公司、其他股东及包括国家、集体在内的任何第三方的利益，同时公司股东存在代持情形亦未对公司或债权人造成实际损害。” 扬州市工商行政管理局进一步确认，对发行人上述行为不予行政处罚，将来亦不会再给予行政处罚。

2016 年 12 月 19 日，扬州市人民政府办公室出具了《市政府办公室关于确认倍加洁集团股份有限公司历史沿革等有关事项合规性的函》（扬府办函[2016]8 号）；2017 年 9 月 25 日，江苏省人民政府办公厅出具了《省政府办公厅关于确认倍加洁集团股份有限公司历史沿革有关事项合规性的函》（苏政办函[2017]72 号），确认明星牙刷设立时的实际出资股东为皮塑厂及张文生，邗江联营厂仅为名义股东。

发行人律师认为，明星牙刷设立时的实际出资股东为皮塑厂及张文生，邗江联营厂仅为名义股东；设立时的相关出资瑕疵业已消除，各股东的出资真实、有效；明星牙刷的设立合法、有效，不存在争议或潜在的争议。

保荐机构认为，明星牙刷设立时的实际出资股东为皮塑厂及张文生，邗江联营厂仅为名义股东；设立时的相关出资瑕疵已消除，各股东的出资真实、有效；明星牙刷的设立合法、有效，不存在争议或潜在的争议。

（2）皮塑厂退出明星牙刷

保荐机构、发行人律师查阅了邗江联营厂的工商登记资料，并对时任新生村党委书记、时任邗江联营厂的联营方上海光明皮鞋厂相关负责人、时任邗江联营厂副厂长、以及时任邗江联营厂副厂长兼财务负责人兼皮塑厂财务负责人进行了访谈。经核查，1997 年 6 月，邗江联营厂因联营期限届满，联营双方决定不再继续联营，因此联营双方结清了债权债务并办理了注销手续。

为了激发企业活力，发展壮大新生村工业经济，让企业向规模化发展，新生村决定退出明星牙刷，由张文生独资经营。1997 年 9 月，皮塑厂、明星牙刷、张文生就股权转让和资产转让等事宜达成一致，皮塑厂将其实际拥有的明星牙刷 48%股权转让给张文生，并将第三栋厂房出售给明星牙刷。因皮塑厂尚欠张文生 29,680.55 元，因此皮塑厂将明星牙刷 48%股权转让给张文生时，经双方协商同意，股权转让款 76.8 万元抵销上述债权债务 29,680.55 元，抵销后股权转让款为 738,319.45 元。上述股权转让款由明星牙刷先支付给皮塑厂，再由张文生支付给明星牙刷。

因当时经办人员对《公司法》等相关法律法规不了解，将本次股权转让理解为先由明星牙刷退还皮塑厂出资，再由张文生向明星牙刷出资。因此，皮塑厂、明星牙刷按照当时的理解于 1997 年 9 月签定了《协议书》，约定：1、结清之前明星牙刷对皮塑厂的往来欠款 205,030 元；2、皮塑厂投入企业的总资产（包括三栋厂房、相关土地及全部附属设施）作价 110 万元转让给明星牙刷（该 110 万元实际包括了皮塑厂将全部股权转让给张文生的股权转让款和明星牙刷购买第三栋厂房及相关土地的价款）；以上合计明星牙刷应向皮塑厂支付 1,305,030 元。

根据相关银行凭证及收据，1997 年 10 月至 1998 年 9 月，明星牙刷共计向皮塑厂支付 1,305,030 元，具体支付情况如下：1997 年 10 月 5 日，明星牙刷直接向皮塑厂转账 405,030 元；1997 年 10 月 16 日，应皮塑厂要求，明星牙刷向邗江联营厂账户（邗江联营厂已于 1997 年 6 月注销，但账户未注销）转账 300,000 元，次日该款即从邗江联营厂账户转给皮塑厂；1998 年 9 月，张文生以现金方式代明星牙刷向皮塑厂支付 60 万元，明星牙刷将该 60 万元记为对张文生的负债。至此，明星牙刷已全部付清了股权转让（退出）款、第三栋厂房及相关土地费用购买款以及往来欠款合计 1,305,030 元。

明星牙刷设立初期资金较为紧张，1998 年底前明星牙刷陆续向张文生借入货币资金 146.49 万元用于生产经营，形成张文生对明星牙刷的债权。1998 年 9 月 18 日，明星牙刷将张文生尚欠明星牙刷的 29,680.55 元在明星牙刷欠张文生的款项中予以抵销；1998 年 9 月 29 日，明星牙刷将张文生欠明星牙刷为其代付的股权转让款 738,319.45 元在明星牙刷欠张文生的款项中予以抵销。

鉴于张文生欠明星牙刷代付股权转让款 738,319.45 元，以及张文生尚欠明星牙刷 29,680.55 元，已于 1998 年底前在张文生和明星牙刷的往来款中抵销。

至此，皮塑厂退出了明星牙刷，1998 年底前张文生在受让皮塑厂持有的全部 48%股权，并足额支付股权转让款后，实际持有明星牙刷 100%股权。

2016 年 10 月 18 日，张文生、新生村村委会及时任和现任相关负责人、邗江联营厂副厂长兼财务负责人兼皮塑厂财务负责人吴安祥出具了《情况说明》；2017 年 9 月 26 日，新生村召开村民代表大会，对以上情况进行了确认。

皮塑厂于 1997 年转让给明星牙刷的第三栋厂房已于转让时交付明星牙刷使用。皮塑厂转让股权及出售第三栋厂房未经评估，出售第三栋厂房未依法办理财产权转移手续。上述转让股权及出售第三栋厂房的过程存在一定瑕疵，但各方已就上述资产变更签署了协议，各方对实物资产的权属和转让价格不存在争议和潜在纠纷。各方积欠款项已经清偿完毕，现金付款已取得收款方的书面确认，相关各方不存在纠纷或潜在纠纷。

2016 年 11 月 1 日，银信资产评估有限公司出具了银信评报字（2016）沪第 1114 号《扬州明星牙刷有限公司股东全部权益价值追溯评估报告》，评估基准日为 1997 年 8 月 31 日，评估对象为明星牙刷截至评估基准日所拥有的股东全部权益价值，评估范围为明星牙刷截至评估基准日所拥有的全部资产和负债。经评估，评估对象截至评估基准日总资产价值为 352.88 万元，总负债 194.74 万元，净资产为 158.14 万元。同日，银信资产评估有限公司出具了银信评报字（2016）沪第 1115 号《扬州市生态科技新城（原邗江县）杭集镇新生村房地产价值追溯评估报告》，评估基准日为 1997 年 8 月 31 日，评估对象为扬州明星牙刷有限公司资产收购所涉及的房地产，评估范围包括房屋建筑物及所涉土地费用，评估对象

的市场价值为 27.08 万元。

根据以上评估结果，皮塑厂转让给张文生的扬州明星牙刷 48%的股权评估价值为 75.9072 万元，皮塑厂转让给扬州明星牙刷有限公司一栋厂房及相关土地费用评估价值为 27.08 万元，上述费用合计 102.9872 万元，不高于当时支付给皮塑厂的股权转让款和资产出售的价格 110 万元。

2002 年明星牙刷将上述厂房、土地及相关附属设施全部转让给扬州五爱刷业有限公司，并由扬州五爱刷业有限公司于 2003 年 9 月办理了国有土地出让手续并取得了《国有土地使用证》。

2016 年 12 月 19 日，扬州市人民政府办公室出具《市政府办公室关于确认倍加洁集团股份有限公司历史沿革等有关事项合规性的函》（扬府办函[2016]8 号），确认倍加洁集团股份有限公司历史沿革等有关事项履行了相关程序，并经主管部门批准，符合国家相关法律法规和政策规定。

2017 年 3 月 8 日，扬州市人民政府出具《扬州市人民政府关于确认倍加洁集团股份有限公司历史沿革等有关事项的请示》（扬府发[2017]32 号），认为倍加洁集团历史沿革等有关事项履行了相关程序，并经主管部门批准，符合国家相关法律法规和政策规定，不存在集体资产流失的情形。

2017 年 9 月 25 日，江苏省人民政府办公厅出具《省政府办公厅关于确认倍加洁集团股份有限公司历史沿革有关事项合规性的函》（苏政办函[2017]72 号），确认倍加洁集团股份有限公司历史沿革有关事项履行了相关程序，并经主管部门批准，符合国家法律法规和政策规定。

发行人律师认为，前述皮塑厂股权转让和资产出售的价格符合当时市场情况，价格公允，不存在国有资产或集体资产流失的情况；皮塑厂通过股权转让退出明星牙刷以及明星牙刷购买皮塑厂资产的行为系各方当事人的真实意思表示，各方的权利义务均已履行完毕，不存在纠纷或潜在的纠纷。

保荐机构认为，前述皮塑厂股权转让和资产出售的价格符合当时市场情况，价格公允，不存在国有资产或集体资产流失的情况；皮塑厂通过股权转让退出明星牙刷以及明星牙刷购买皮塑厂资产的行为系各方当事人的真实意思表示，各方

的权利义务均已履行完毕，不存在纠纷或潜在的纠纷。

2、张德荣代张文生持有公司股权情况

为了激发企业活力，发展壮大新生村工业经济，让企业向规模化发展，新生村决定退出明星牙刷，由张文生独资经营。1997 年 9 月，皮塑厂、明星牙刷、张文生就股权转让和资产转让等事宜达成一致，皮塑厂将其实际拥有的明星牙刷 48%股权转让给张文生，并将第三栋厂房出售给明星牙刷。截至 1998 年 9 月，张文生在受让皮塑厂持有的全部 48%股权，并足额支付股权转让款后，实际持有明星牙刷 100%股权。

鉴于当时《公司法》尚未允许一人有限责任公司形式，2000 年 12 月，新生村将上述 48%明星牙刷股权（对应出资额 76.80 万元）分别转让给张文生和张德荣，张文生受让 28.80 万元出资额，张德荣受让 48.00 万元出资额，本次股权转让实质上是对 1997 年 9 月皮塑厂、明星牙刷、张文生的股权转让进行的工商登记。

本次股权转让完成后，公司于 2001 年 3 月及 2005 年 9 月分别进行了两次货币增资，张德荣受张文生委托分别认缴了新增注册资本 82 万元及 32 万元，其出资款项均由张文生实际支付。

截至 2016 年 3 月，经过公司多次增资后，张德荣共计持有公司 6.04%股权（对应出资额 162 万元），均为受张文生委托持有。

2016 年 3 月，为清理公司存在的股权代持情况，经公司股东会决议通过，张德荣将其持有的公司 6.04%股权（对应出资额 162 万元）无偿转让给张文生，转让双方就上述转让事项共同签署《股权交割证明》，并办理股权转让相关公司变更登记手续。

上述股权转让完成后，张德荣与张文生不再存在任何代持股权的关系，也不存在任何纠纷或潜在纠纷。

2016 年 3 月 1 日，张德荣和张文生共同出具了《关于代持问题的说明》，张德荣出具了《确认函》，确认了张德荣代持明星牙刷股权的情况。

2016 年 10 月 25 日，扬州市生态科技新城市场监督管理局出具《关于倍加洁集团股份有限公司工商登记有关事项的确认意见》，确认“公司股东存在代持情形也未对公司或债权人造成实际损害，故根据《中华人民共和国公司法》的相关规定，本局决定不予处罚。”

发行人律师认为：张德荣代张文生持有发行人股权的情形已清理完毕，不会对发行人本次发行并上市构成实质性障碍。

保荐机构认为：2000 年 12 月至 2016 年 3 月，张德荣所持公司股权实际系代张文生持有，在 2016 年 3 月股权转让中已全部无偿转让给张文生，该等股权曾经存在代持行为，但股权代持已经清理完毕，不存在纠纷，不会对发行人本次发行并上市构成实质性障碍。

（三）发行人改制设立股份公司前的资产重组情况

发行人设立以来发生过以下资产重组事项：

1、资产重组的概况

单位：万元

时间	内容	交易金额	定价基础	交易目的	交易对方	关联关系	备注
2010 年 12 月	受让恒生模具 100%股权	300.00	原始出资额	完善业务体系	张文生、张德荣	公司实际控制人	受让后持有恒生模具 100%的股权
2016 年 3 月	受让美星口腔 25%股权	214.10	参考净资产	完善业务体系	HSS 国际投资有限公司	实际控制人控制的其他企业	受让后持有美星口腔 100%股权
2010 年 12 月	受让美星口腔 75%股权	947.40					受让后持有美星口腔 75%的股权
2016 年 3 月	受让倍加洁日化 25%股权	300.10	参考净资产	完善业务体系	迪威集团公司	无关联关系	受让后持有倍加日化 100%股权
2009 年 12 月	通过增资取得倍加洁日化 45%股权	48.6 万美元				无关联关系	增资后持有倍加洁日化 75%股权

发行人改制设立股份公司前的上述股权收购，其主要目的是为了突出公司主营业务，完善业务体系。

2、恒生模具、美星口腔以及倍加洁日化被收购前后的具体业务情况和经营情况

恒生模具、美星口腔以及倍加洁日化被发行人收购前后的具体业务情况如下：

公司	被发行人收购前的具体业务情况	被收购后的具体业务情况
恒生模具	从事口腔清洁护理用品产品使用的精密模具的研发、生产和销售	与被收购前一致
美星口腔	从事齿间刷、牙线、牙线签、假牙清洁片等产品的研发、生产和销售	与被收购前一致
倍加洁日化	从事湿巾等产品的研发、生产和销售	与被收购前一致

由上表可知，恒生模具、美星口腔以及倍加洁日化在被发行人收购前后业务未发生变化。

发行人设立以来未发生重大资产重组事项。

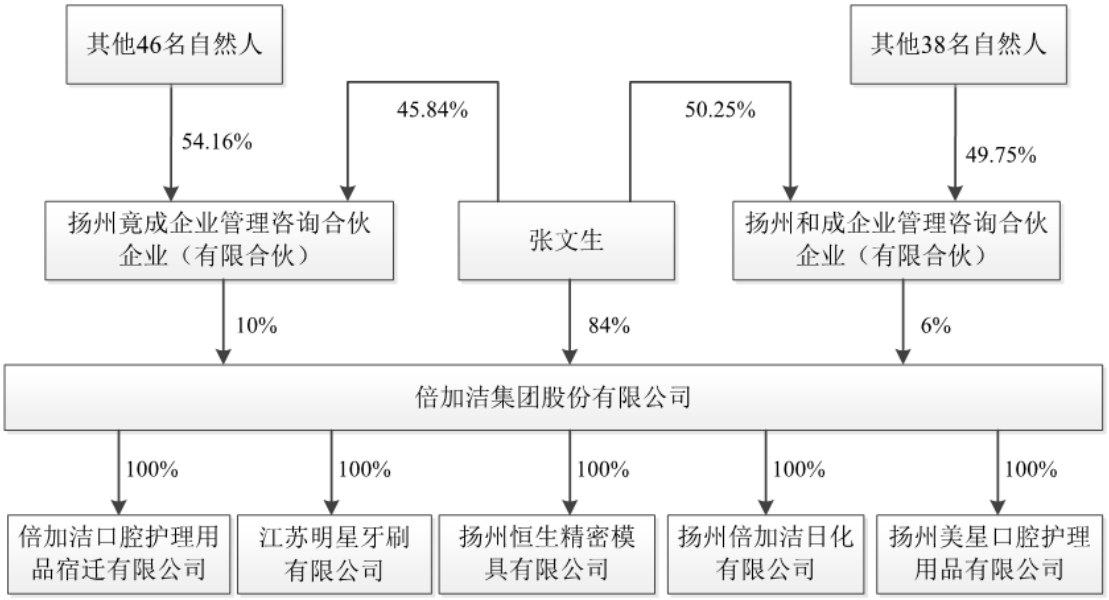
四、发行人历次验资情况

序号	验资报告文号	验资机构	报告出具日期	对应验资事项
1	邗审验发[1996]085 号	邗江县审计师事务所	1996 年 12 月 23 日	1997 年 1 月公司成立暨首期出资，实收资本 160 万元
2	扬恒会验字（2001）第 008 号	扬州恒信会计师事务所有限公司	2001 年 3 月 1 日	2001 年 3 月第一次增资，实收资本 500 万元
3	扬汇会验字（2005）第 292 号	扬州汇诚联合会计师事务所	2005 年 9 月 26 日	2005 年 9 月第二次增资，实收资本 1,080 万元
4	扬弘瑞验字[2011]第 864 号	扬州弘瑞会计师事务所	2011 年 10 月 24 日	2011 年 10 月第三次增资，实收资本 1,680 万元
5	扬诚会验字（二）（2012）第 110 号	扬州诚瑞会计师事务所有限公司	2012 年 10 月 26 日	2012 年 10 月第四次增资，实收资本 2,680 万元
6	信会师报字[2016]第 151678 号	立信会计师事务所（特殊普通合伙）	2016 年 6 月 21 日	2016 年 6 月整体变更设立股份公司，股份公司注册资本 6,000 万元

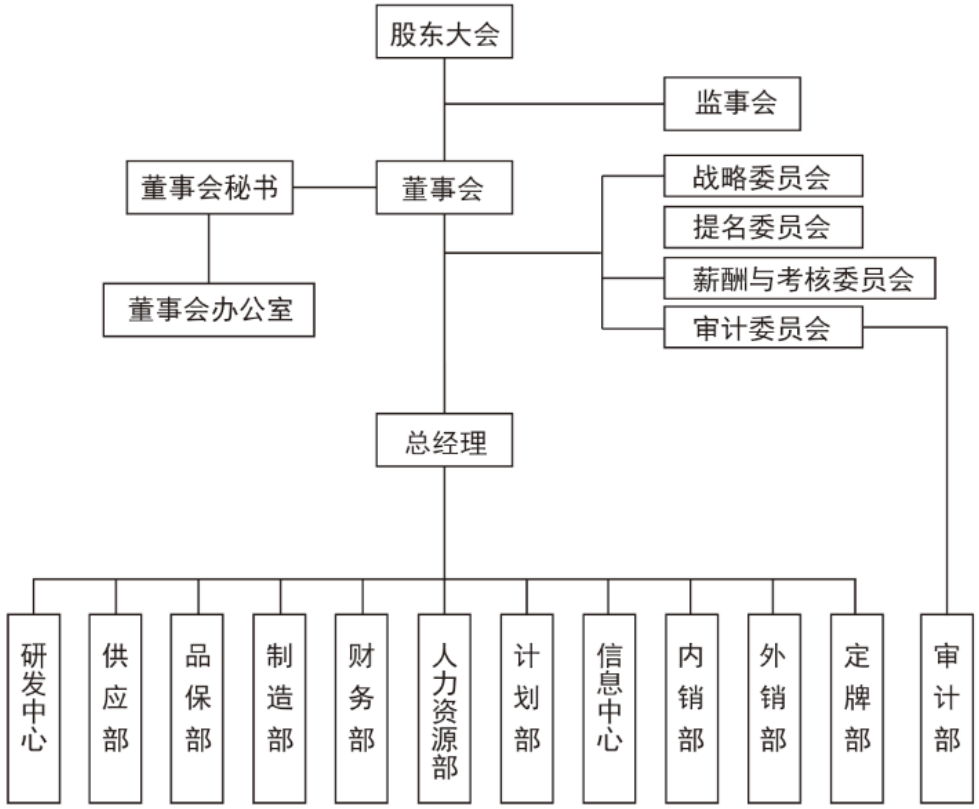
7	信会师报字[2016]第 116376 号	立信会计师事务所（特殊普通合伙）	2016 年 10 月 21 日	对 2010 年 12 月 29 日张文生缴纳 160.60 万元计入明星牙刷资本公积事项进行复核

五、发行人组织结构

（一）发行人股权结构图



（二）发行人内部组织结构图



（三）公司各职能部门的主要职责

公司各职能部门的主要职责如下：

部门名称	部门职能
董事会办公室	负责办理董事会的日常事务，信息披露等相关证券事务，以及董事会秘书交办的其他事宜。
研发中心	负责建立健全研发管理制度及管理体系，负责新产品、新工艺和新技术的研究与开发，制定产品的研发战略和技术规范，组织产品的研制、开发，转化并落实研发成果。
供应部	负责供应商的开发、评审、整改及辅导，物料的议价、核价、定价，商务合约的签订管理，物料的下单购买，保质保量按时的将物料采购入库，保证公司生产整体工作运转良好，对所承担的工作负责。
品保部	负责公司品质管理策划，推进品质改善工作和推进品质目标的达成、负责标准制定与质量管控。
制造部	组织实施公司下达的生产经营计划；管理生产活动中的各种资源，以达到公司对成本控制的要求；负责公司生产设备的管理维修，产品的制造技术改进以及新产品的研究开发工作，使制造的产品满足客户要求并符合相关标准。
财务部	负责公司会计和财务核算、提供财务数据、相关报表及其财务分析，以及公司经营过程中财务管理的监督和指导，保证公司财务运转良好，对所承担的工作认真负责。
人力资源部	根据公司发展战略，建立和完善人力资源管理体系，为公司提供和培养合格的人才，以确保人力资源战略目标的实现。主要负责人力资源

	规划、员工招聘、培训、薪酬及福利核算以及员工关系处理等工作。
计划部	负责公司生产计划的编制、下达、执行督导和订单跟进，不断缩短交期提高交货准时达成率，给业务部门提供最好的支持。
信息中心	负责公司信息化系统的规划和建设，整合公司信息资源，优化业务管理流程，持续改进信息化管理系统，为企业快速发展提供信息化管理解决方案；完善公司信息管理和信息安全制度体系，推进信息化进程；保障公司的计算机网络、电话通信和信息系统的安全正常运转。
内销部	负责产品国内市场销售，通过建立和推行有效的销售运营体系和售前、售中服务体系，组织协调销售资源，不断开发和巩固客户，提高客户满意度。负责公司的品牌和产品的市场推广；参与销售计划和策略的制定，并监督其执行；管理客户信息及信用状况；收集市场信息，并指导产品的开发和改进。
外销部	建立和维护国际经销商网络，保持和公司各个相关部门的协调合作，保证订单的完成，组织和参加国际展览，推广公司形象和产品，对海外销售部进行日常的管理工作。
定牌部	负责定牌产品的客户管理与销售工作，负责客户与公司研发部门在产品设计等方面的协调与沟通工作。
审计部	在审计委员会的指导下,制定公司审计制度，配合外部审计机构对公司及下属分/子公司的审计工作，日常的财务工作进行审计和监督，防范企业财务风险。

六、发行人子公司的基本情况

（一）全资子公司

1、倍加洁口腔护理用品宿迁有限公司

（1）基本情况

子公司全称	倍加洁口腔护理用品宿迁有限公司
子公司类型	全资子公司
统一社会信用代码	91321391566887739U
法定代表人	张文生
成立日期	2010年12月24日
注册地及经营地	宿迁经济开发区富民大道东侧、金鸡湖路北侧（成长型企业科技示范区A区）
注册资本	300.00万元
实收资本	300.00万元
经营范围	牙刷及口腔护理用品生产、销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

倍加洁宿迁的股权结构如下：

序号	股东	出资额（万元）	出资比例
1	倍加洁集团	300.00	100.00%

合计	300.00	100.00%

倍加洁宿迁最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

年份	总资产	净资产	净利润	是否审计
2017 年 6 月 30 日/2017 年 1-6 月	2,957.28	685.01	198.97	已经立信会计师审计
2016 年 12 月 31 日/2016 年度	3,534.16	2,573.61	880.29	已经立信会计师审计

（2）历史沿革

2010 年 12 月 24 日，江苏省宿迁工商行政管理局下发《名称核准通知书》（名称预先登记[2010]第 12080017 号），核准倍加洁宿迁的名称预先登记。

2010 年 12 月 24 日，经江苏省宿迁工商行政管理局核准，明星牙刷出资设立倍加洁口腔护理用品宿迁有限公司，注册资本为 300 万元，注册资本由明星牙刷全额认缴。

2010 年 12 月 23 日，宿迁信德联合会计师事务所出具了信德会所验（2010）443 号《验资报告》对首期出资进行了验证。

2010 年 12 月 24 日，倍加洁宿迁取得了江苏省宿迁工商行政管理局颁发的注册号为 321300566887739 的《企业法人营业执照》。公司注册资本为 300 万元，公司设立时的股权结构如下：

股东名称	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	出资比例
明星牙刷	300.00	300.00	100.00%
合计	**300.00**	**300.00**	**100.00%**

2、江苏明星牙刷有限公司

（1）基本情况

子公司全称	江苏明星牙刷有限公司
子公司类型	全资子公司
统一社会信用代码	91321000MA1MFWNW6N
法定代表人	张文生
成立时间	2016年3月8日
注册地及经营地	扬州市杭集工业园

注册资本	20,000.00万元
实收资本（注）	6,213.80 万元
经营范围	牙刷、塑料制品及模具、旅游用品制造、加工、销售；牙签棒、白牙贴、漱口水、口腔喷雾产品、湿巾、牙膏、日用品销售；自营和代理各类商品及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

注：此处指截至招股说明书签署日已实缴注册资本金额。

江苏明星牙刷的股权结构如下：

序号	股东	认缴出资额（万元）	认缴出资比例
1	倍加洁集团	20,000.00	100.00%
合计		**20,000.00**	**100.00%**

江苏明星牙刷最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

年份	总资产	净资产	净利润	是否审计
2017 年 6 月 30 日/2017 年 1-6 月	4,664.22	4,580.34	-23.21	已经立信会计师审计
2016 年 12 月 31 日/2016 年度	3,106.10	3,045.55	-29.45	已经立信会计师审计

江苏明星牙刷有限公司成立至今暂未开始生产经营。截至招股说明书签署日，江苏明星牙刷实缴注册资本为 6,213.80 万元。

（2）历史沿革

2016 年 3 月 3 日，江苏省工商行政管理局下发《企业名称预先核准通知书》（名称预先登记[2016]第 03020063 号），核准江苏明星牙刷名称申请。

2016 年 3 月 8 日，江苏明星牙刷领取了扬州市工商局颁发的“91321000MA1MFWNW6N 号”《营业执照》。

3、扬州恒生精密模具有限公司

（1）基本情况

子公司全称	扬州恒生精密模具有限公司
子公司类型	全资子公司
统一社会信用代码	91321000754644072P
法定代表人	张文生
成立时间	2003年10月17日

注册地及经营地	杭集工业园
注册资本	300.00万元
实收资本	300.00万元
经营范围	模具设计、制造、维修；机械零配件加工；塑胶制品、旅游用品（不含专项许可产品）制造、加工；塑胶原料销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

恒生模具的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	倍加洁集团	300.00	100.00%
合计		**300.00**	**100.00%**

恒生模具最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

年份	总资产	净资产	净利润	是否审计
2017 年 6 月 30 日/2017 年 1-6 月	3,314.37	1,642.57	221.84	已经立信会计师审计
2016 年 12 月 31 日/2016 年度	3,044.47	1,420.73	212.04	已经立信会计师审计

（2）历史沿革

① 2003 年 10 月，扬州恒生塑胶有限公司设立

2003 年 10 月 13 日，邗江工商行政管理局下发《企业名称预先核准通知书》（名称预核[2003]第 10130083 号），核准“扬州恒生塑胶有限公司”名称预核登记。

2003 年 10 月 16 日，经扬州市邗江工商行政管理局核准，张文生与张德荣共同出资设立扬州恒生塑胶有限公司。其中张文生认缴注册资本 70 万元，占注册资本的 70%；张德荣认缴注册资本 30 万元，占注册资本的 30%。

2003 年 10 月 17 日，扬州汇诚联合会计师事务所出具了扬汇会验字[2003]第 250 号《验资报告》对本次出资进行了验证。

2003 年 10 月 17 日，扬州恒生塑胶有限公司取得了扬州市邗江工商行政管理局颁发的注册号为 3210272300535 的《企业法人营业执照》。公司注册资本为 100 万元，公司设立时的股权结构如下：

股东名称	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	出资比例
张文生	70.00	70.00	70.00%

张德荣	30.00	30.00	30.00%
合计	**100.00**	**100.00**	**100.00%**

② 2004 年 5 月，扬州恒生塑胶有限公司名称变更及第一次增资

2004 年 5 月 15 日，扬州恒生塑胶有限公司股东会作出如下决议：1、同意企业名称由扬州恒生塑胶有限公司变更为扬州恒生精密模具有限公司；2、同意企业注册资本由 100 万元增至 300 万元，其中张德荣增资至 90 万元，张文生增资至 210 万元；3、同意扩大企业经营范围。

扬州汇诚联合会计师事务所出具了扬汇会验字（2004）第 002 号《验资报告》对本次出资进行了验证。

本次增资完成后，公司股权结构如下：

股东姓名	出资额（万元）	出资比例
张文生	210.00	70.00%
张德荣	90.00	30.00%
合计	**300.00**	**100.00%**

2004 年 5 月 18 日，扬州恒生精密模具有限公司就本次变更事宜办理了工商变更登记手续，并领取了换发的营业执照。

③ 2010 年 12 月，扬州恒生精密模具有限公司第一次股权转让

2010 年 11 月 20 日，张文生与张德荣分别与扬州明星牙刷有限公司签订了《股权转让协议》，约定张文生将其持有的扬州恒生精密模具有限公司 70%股权（对应认缴出资 210 万元）以 210 万元转让给扬州明星牙刷有限公司；张德荣将其持有的扬州恒生精密模具有限公司 30%股权（对应认缴出资 90 万元）以 90 万元转让给扬州明星牙刷有限公司。

2010 年 11 月 22 日，公司股东作出决议，股东各方一致同意上述事项。

本次股权转让后，公司股权结构及出资情况如下：

股东名称	出资额（万元）	股权比例
明星牙刷	300.00	100.00%
合计	**300.00**	**100.00%**

2010 年 12 月 21 日，扬州恒生精密模具有限公司就本次变更事宜办理了工商变更登记手续，并领取了换发的营业执照。

经保荐机构与发行人律师核查并与张文生、张德荣访谈确认，扬州恒生精密模具有限公司历史上由张德荣代张文生持有股权，上述股权代持情况已在 2010 年上述两人将其持有扬州恒生精密模具有限公司股权转让给发行人时消除。2016 年 3 月 1 日，张文生、张德荣出具了《说明》，对恒生模具历史上存在的股权代持情况进行了确认。

4、扬州美星口腔护理用品有限公司

（1）基本情况

子公司全称	扬州美星口腔护理用品有限公司
子公司类型	全资子公司
统一社会信用代码	91321000783383537F
法定代表人	张文生
成立时间	2006年1月9日
注册地及经营地	扬州市杭集工业园
注册资本	436.17万元
实收资本	436.17万元
经营范围	牙刷、漱口水、牙线、牙签、牙签刷、非金属制品模具、假牙清洁片、口腔喷雾产品生产、销售；牙膏销售；自营和代理各类商品及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

美星口腔的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	倍加洁集团	436.17	100.00%
合计		**436.17**	**100.00%**

美星口腔最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

年份	总资产	净资产	净利润	是否审计
2017 年 6 月 30 日/2017 年 1-6 月	2,840.89	2,166.34	456.61	已经立信会计师审计
2016 年 12 月 31 日/2016 年度	2,519.75	1,709.73	746.89	已经立信会计师审计

（2）历史沿革

① 2006 年 1 月，扬州美星口腔护理用品有限公司设立暨第一期出资

2005 年 12 月 28 日，扬州市工商局下发《企业名称核准通知书》（名称预先登记[2005]第 12280048 号），核准美星口腔的名称预先登记。

2005 年 12 月 28 日，扬州市邗江区人民政府出具扬邗政复[2005]67 号《区政府关于同意 HSS 国际投资有限公司在邗江区境内设立外资企业的批复》。

2005 年 12 月 29 日，扬州市邗江区对外贸易经济合作局出具扬邗外经贸[2005]251 号《关于 HSS 国际投资有限公司在邗江区境内设立外资企业的答复》。

2005 年 12 月 30 日，扬州市对外贸易经济合作局出具扬外经贸资[2005]484 号《关于外资企业扬州美星口腔护理用品有限公司章程的批复》。

2005 年 12 月 30 日，江苏省人民政府颁发商外资苏府资字[2005]64065 号的《中华人民共和国外商投资企业批准书》，投资总额 75 万美元，注册资本 55 万美元，投资者为 HSS 国际投资有限公司。

2006 年 1 月 9 日，扬州美星口腔护理用品有限公司领取了江苏省扬州工商行政管理局颁发的企独苏扬总字第 003315 号《营业执照》。

2006 年 1 月 12 日，扬州汇诚联合会计师事务所出具扬汇会验字[2006]第 005 号《验资报告》，对截至 2016 年 1 月 12 日注册资本的实收情况作出了审验。HSS 国际投资有限公司一期出资额为 284,867.57 美元。公司设立时的股权结构如下：

出资者名称	认缴注册资本（万美元）		实缴注册资本（万美元）
	金额	比例	金额
HSS 国际投资有限公司	55.00	100%	28.486757
合计	**55.00**	**100%**	**28.486757**

② 2006 年 12 月，扬州美星口腔护理用品有限公司第二期出资

2006 年 12 月 21 日，扬州弘瑞会计师事务所出具扬弘瑞验字[2006]第 818 号《验资报告》，对截至 2016 年 12 月 13 日注册资本的实收情况作出了审验。HSS 国际投资有限公司第二期出资额为 265,112.43 美元，累计实缴注册资本为 549,980 美元。本次出资完成后公司注册资本以及实收资本情况如下：

出资者名称	认缴注册资本（万美元）		实缴注册资本（万美元）
	金额	比例	金额
HSS 国际投资有限公司	55.00	100%	54.9980
合计	**55.00**	**100%**	**54.9980**

2007 年 1 月 11 日，扬州美星口腔护理用品有限公司领取了江苏省扬州工商行政管理局换发的《营业执照》。

③ 2010 年 12 月，扬州美星口腔护理用品有限公司补足实收资本

2010 年 12 月 20 日，扬州美星口腔护理用品有限公司向江苏省扬州工商行政管理局提交了《外商投资的公司变更（备案）登记申请书》，提出实收资本变更登记。

2010 年 12 月 22 日，扬州弘瑞会计师事务所出具扬弘瑞验字[2010]第 1473 号《验资报告》，对本次补足实收资本的情况作出了查验。变更后的注册资本 55 万美元，变更后的累积实收资本 55 万美元，公司本次增资后股权结构如下：

出资者名称	认缴注册资本（万美元）		实缴注册资本（万美元）
	金额	比例	金额
HSS 国际投资有限公司	55.00	100%	55.00
合计	**55.00**	**100%**	**55.00**

④ 2010 年 12 月，扬州美星口腔护理用品有限公司第一次股权转让

2010 年 11 月 20 日，HSS 国际投资有限公司与扬州明星牙刷有限公司签订了《股权转让协议》，约定明星牙刷向 HSS 国际投资有限公司收购其持有的美星口腔 75%的股权，价格为 9,474,014.32 元。上述股权转让价格的定价依据系参考美星口腔 2010 年 9 月末的净资产扣除以前年度的未分配利润后得出。

2010 年 12 月 24 日，扬州市商务局出具了《关于同意扬州美星口腔护理用品有限公司股权转让及新合同、章程的批复》（扬商行服[2010]374 号），同意扬州美星口腔护理用品有限公司中 HSS 国际投资有限公司所持有的 75%股权转让给扬州明星牙刷有限公司。

2010 年 12 月 24 日，江苏省人民政府换发商外资苏府资字[2005]64065 号的《中华人民共和国外商投资企业批准书》，投资总额 75 万美元，注册资本 55 万

美元，投资者为扬州明星牙刷有限公司以及 HSS 国际投资有限公司。

本次股权转让后，公司股权结构及出资情况如下：

股东名称	出资额（万美元）	股权比例
明星牙刷	41.25	75.00%
HSS 国际投资有限公司	13.75	25.00%
合计	**55.00**	**100.00%**

2010 年 12 月 28 日，扬州美星口腔护理用品有限公司就本次变更事宜办理了工商变更登记手续，并领取了江苏省工商行政管理局颁发的注册号为 321000400009570 的《营业执照》。

⑤ 2016 年 3 月，扬州美星口腔护理用品有限公司第二次股权转让

2016 年 3 月 22 日，HSS 国际投资有限公司与扬州明星牙刷有限公司签订了《股权转让协议》，约定 HSS 国际投资有限公司将其持有的扬州美星口腔护理用品有限公司 25%股权以人民币 2,141,000.34 元转让给明星牙刷，因美星口腔已向 HSS 进行了利润分配，上述股权转让价格的定价依据系参考美星口腔 2015 年末扣除未分配利润后的净资产。

2016 年 3 月 28 日，扬州市商务局作出《关于同意扬州美星口腔护理用品有限公司股权转让的批复》（扬商行服[2016]70 号），同意上述股权转让事宜。

本次股权转让后，公司股权结构及出资情况如下：

股东名称	出资额（万元）	股权比例
明星牙刷	436.17	100.00%
合计	**436.17**	**100.00%**

2016 年 4 月 27 日，扬州美星口腔护理用品有限公司就本次变更事宜办理了工商变更登记手续，并领取了扬州市生态科技新城市场监督管理局换发的统一社会信用代码号为 91321000783383537F 的《营业执照》。

5、扬州倍加洁日化有限公司

（1）基本情况

子公司全称	扬州倍加洁日化有限公司

子公司类型	全资子公司
统一社会信用代码	91321000760545492E
法定代表人	张文生
成立时间	2004年4月26日
注册地及经营地	扬州市广陵区杭集镇工业园
注册资本	741.12万元
实收资本	741.12万元
经营范围	牙刷、卫生湿巾、湿巾、漱口水、牙线、牙签刷、日用刷的生产及批发，化妆品的批发；自营和代理各类商品及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

倍加洁日化的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	倍加洁集团	741.12	100.00%
合计		**741.12**	**100.00%**

倍加洁日化最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

年份	总资产	净资产	净利润	是否审计
2017 年 6 月 30 日/2017 年 1-6 月	6,464.39	2,760.50	267.24	已经立信会计师审计
2016 年 12 月 31 日/2016 年度	5,673.47	2,493.26	700.08	已经立信会计师审计

（2）历史沿革

① 2004 年 4 月，扬州倍加洁日化有限公司设立

2004 年 3 月 10 日，扬州明星牙刷有限公司与迪威集团公司（D.V.R. GROUP）签订《中外合资（合作）经营意向书》。

2004 年 3 月 18 日，扬州市工商局下发《企业名称核准通知书》（名称预核[2004]第 03180027 号），核准倍加洁日化的名称预核登记。

倍加洁日化合资双方明星牙刷与迪威集团公司于 2004 年 3 月 20 日签订的《合同书》第二十一条的规定，由董事会会议一致通过合营公司注册资本的增加、转让、调整投资比例等问题。

2004 年 3 月 31 日，扬州市邗江区对外贸易经济合作局出具了《关于合资兴

办〈扬州倍加洁日化有限公司合同、章程的批复〉》（扬邗外经贸[2004]59 号）。

2004 年 4 月 22 日，江苏省人民政府颁发了批准号为商外资苏府资字[2004]53612 号《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。扬州倍加洁日化有限公司注册资本 8 万美元，总投资额 11.2 万美元。

2004 年 4 月 26 日，扬州倍加洁日化有限公司领取了江苏省扬州工商行政管理局颁发的企合苏扬总字第 002892 号《营业执照》。

2004 年 8 月 24 日，扬州汇诚联合会计师事务所出具扬汇验字[2004]第 302 号《验资报告》，注册资金 8 万美元，全体股东缴入注册资金 7.993832 万美元，公司设立时的股权结构如下：

出资者名称	认缴注册资本（万美元）		实缴注册资本（万美元）
	金额	比例	金额
明星牙刷	2.40	30%	2.40
迪威集团公司	5.60	70%	5.593832
合计	**8.00**	**100%**	**7.993832**

② 2009 年 12 月，扬州倍加洁日化有限公司第一次增资

2009 年 8 月 8 日，扬州倍加洁日化有限公司董事会作出决议，决定将倍加洁日化的注册资本由原来的 8 万美元增加为 68 万美元，增加金额 60 万美元，其中由明星牙刷认缴出资 48.6 万美元，迪威集团公司（D.V.R. GROUP）认缴出资 11.4 万美元，均以倍加洁日化的未分配利润转增。

2009 年 10 月 13 日，扬州市对外贸易经济合作局出具了《关于同意扬州倍加洁日化有限公司增加注册资本及修改公司合同、章程的批复》（扬外经贸资[2009]450 号）。

2009 年 10 月 15 日，江苏省人民政府换发了批准号为商外资苏府资字[2004]53612 号《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。扬州倍加洁日化有限公司注册资本变更为 68 万美元，总投资额变更为 71.2 万美元。

2009 年 11 月 10 日，倍加洁日化已于国家外汇管理局扬州市中心支局办理了迪威集团公司的上述转增资核准登记，符合外汇管理相关法律法规规定。

2009 年 11 月 19 日，扬州弘瑞会计师事务所出具扬弘瑞验字[2009]第 729 号《验资报告》，截至 2009 年 11 月 21 日，倍加洁日化已将未分配利润中应分配给明星牙刷和迪威集团公司的股利 3,317,824.8 元、778,255.2 元按当日中国人民银行公布的汇率中间价折算美元并转增注册资本，变更后的注册资本 68 万美元，变更后的累积实收资本 67.993832 万美元，公司本次增资后股权结构如下：

出资者名称	认缴注册资本（万美元）		实缴注册资本（万美元）
	金额	比例	金额
明星牙刷	51.00	75%	51.00
迪威集团公司	17.00	25%	16.993832
合计	**68.00**	**100%**	**67.993832**

2009 年 12 月 2 日，扬州倍加洁日化有限公司领取了江苏省扬州工商行政管理局颁发的注册号为 321000400006730 的《企业法人营业执照》。

③ 2010 年 12 月，扬州倍加洁日化有限公司补足实收资本

2010 年 12 月 28 日，扬州倍加洁日化有限公司向江苏省扬州工商行政管理局提交了《外商投资的公司变更（备案）登记申请书》，提出实收资本变更登记。

同日，扬州弘瑞会计师事务所出具扬弘瑞验字[2010]第 1482 号《验资报告》，对本次补足实收资本的情况作出了查验。变更后的注册资本 68 万美元，变更后的累积实收资本 68 万美元，公司本次增资后股权结构如下：

出资者名称	认缴注册资本（万美元）		实缴注册资本（万美元）
	金额	比例	金额
明星牙刷	51.00	75%	51.00
迪威集团公司	17.00	25%	17.00
合计	**68.00**	**100%**	**68.00**

④ 2014 年 9 月，扬州倍加洁日化有限公司第二次增资

2014 年 8 月 18 日，扬州倍加洁日化有限公司董事会作出决议，决定公司总投资额由 71.2 万美元增至 99.2 万美元，注册资本由 68 万美元增至 96 万美元。本次增资由明星牙刷认缴出资额 21 万美元，迪威集团公司认缴出资额 7 万美元，双方均以外商投资企业 2013 年 1 月至 2013 年 12 月的未分配人民币利润出资。

2014 年 9 月 9 日，扬州市商务局出具了《关于同意扬州倍加洁日化有限公

司变更合同、章程的批复》（扬商行服[2014]190 号）。

2014 年 9 月 10 日，江苏省人民政府换发了批准号为商外资苏府资字[2004]53612 号《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。扬州倍加洁日化有限公司注册资本变更为 96 万美元，总投资额变更为 99.2 万美元。

公司本次增资后股权结构如下：

出资者名称	认缴注册资本（万美元）		实缴注册资本（万美元）
	金额	比例	金额
明星牙刷	72.00	75%	72.00
迪威集团公司	24.00	25%	24.00
合计	**96.00**	**100%**	**96.00**

2014 年 9 月 16 日，扬州倍加洁日化有限公司领取了江苏省扬州工商行政管理局换发的《企业法人营业执照》。

2016 年 2 月 29 日，扬州弘瑞会计师事务所出具扬弘瑞验字（一）[2016]第 008 号《验资报告》，对本次补足实收资本的情况作出了查验。变更后的注册资本 96 万美元，变更后的累积实收资本 96 万美元。

⑤ 2016 年 3 月，扬州倍加洁日化有限公司第一次股权转让

2016 年，倍加洁日化董事会作出决议，向明星牙刷分配利润 23,031,175.09 元，向迪威集团公司分配利润 8,785,918.52 元。

2016 年 3 月 3 日，扬州倍加洁日化有限公司董事会作出决议，同意股东迪威集团公司将在扬州倍加洁日化有限公司中的 25%股权全部转让给扬州明星牙刷有限公司。变更后，扬州倍加洁日化有限公司由外商投资企业转为内资企业。孔宪波持有迪威集团 50%股份，公司客户 SOLENT MANUFACTURING LIMITED 的控股股东为 SOLENT GLOBAL HOLDINGS LIMITED，孔宪波在 SOLENT GLOBAL HOLDINGS LIMITED 中的持股比例为 20%。报告期内，发行人向 SOLENT MANUFACTURING LIMITED 销售口腔清洁护理用品及一次性卫生用品，金额分别为 745.55 万元、50.47 万元、1,641.26 万元及 1,689.93 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 1.67%、0.11%、2.63%及 5.38%。

根据明星牙刷与迪威集团公司于 2016 年 3 月 22 日签署的《股权转让协议》，明星牙刷以 3,001,000.86 元受让迪威集团公司持有的倍加洁日化 25%的股权。上述股权转让价格的定价依据系参考倍加洁日化 2015 年末扣除未分配利润后的净资产，经双方协商一致后得出。

2016 年 3 月 28 日，扬州市商务局下发《关于同意扬州倍加洁日化有限公司股权转让的批复》（扬商行服[2016]69 号），同意迪威集团公司将其所持倍加洁日化的股份全部转让给明星牙刷，转让双方按照签订的《股权转让合同》支付转让对价。

本次股权转让后，公司股权结构及出资情况如下：

股东名称	出资额（万元）	股权比例
明星牙刷	741.12	100.00%
合计	**741.12**	**100.00%**

2016 年 4 月 27 日，扬州倍加洁日化有限公司就本次变更事宜办理了工商变更登记手续，并领取了扬州市生态科技新城市场监督管理局换发的统一社会信用代码号为 91321000760545492E 的《营业执照》。

保荐机构及发行人律师认为，发行人各生产性子公司已取得了公司设立及项目建设所履行的核准或备案等相关法律程序。

（二）参股子公司

1、江苏扬州农村商业银行股份有限公司

（1）基本情况

子公司全称	江苏扬州农村商业银行股份有限公司
子公司类型	参股子公司
统一社会信用代码	9132100014073476XX
法定代表人	周仁山
成立时间	1996年3月7日
注册地及经营地	扬州市鸿大路1号
注册资本	52,029万元
实收资本	52,029万元
经营范围	吸收公众存款；发放短期、中期和长期贷款；办理国内结算；办

	理票据承兑与贴现；代理发行、代理兑付、承销政府债券；买卖政府债券、金融债券；从事同业拆借；从事借记卡业务；代理收付款项；提供保管箱服务；外汇存款，外汇贷款；外汇汇款；外币兑换；国际结算；外汇票据的承兑与贴现；外汇担保；同业外汇拆借；资信调查、咨询和见证业务。经银行业监督管理机构批准的其他业务。（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）

江苏扬州农村商业银行股份有限公司是扬州市区农村信用合作联社改制设立的股份有限公司性质的农村商业银行，是由扬州市城建国有资产控股（集团）有限责任公司、建业庆松集团有限公司等 91 家法人发起人以及何海军、裘云芬等 1,918 名自然人发起人于 2010 年 12 月 25 日共同出资组建的。截至招股说明书签署日，发行人持有扬州农商行 3.60%股权。

扬州农商行最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

年份	总资产	净资产	净利润	是否审计
2017 年 6 月 30 日/2017 年 1-6 月	2,851,739.39	176,925.27	16,869.67	否
2016 年 12 月 31 日/2016 年度	2,602,475.90	162,865.32	22,821.58	已经扬州德诚联合会计师事务所审计

江苏扬州农村商业银行股份有限公司主营业务为资金业务与银行业务。

2、扬州嘉华创业投资有限公司

（1）基本情况

子公司全称	扬州嘉华创业投资有限公司
子公司类型	参股子公司
统一社会信用代码	9132100008506941XW
法定代表人	王一军
成立时间	2013年12月10日
注册地及经营地	扬州广陵区北河下23号
注册资本	20,500万元
实收资本	20,500万元
经营范围	创业投资业务；代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务；创业投资咨询业务；为创业企业提供创业管理服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

扬州嘉华创业投资有限公司的股权结构如下：

序号	股东	认缴出资额（万元）	认缴出资比例

1	中国风险投资有限公司	6,000.00	29.27%
2	科学技术部科技型中小企业技术创新基金管理中心	5,000.00	24.39%
3	北京拓美投资有限公司	4,000.00	19.51%
4	北京航丰园科技发展有限责任公司	2,500.00	12.20%
5	江苏扬安投资有限公司	2,000.00	9.76%
6	扬州恒生精密模具有限公司	1,000.00	4.88%
合计		**20,500.00**	**100.00%**

扬州嘉华创业投资有限公司最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

年份	总资产	净资产	净利润	是否审计
2017 年 6 月 30 日/2017 年 1-6 月	20,098.95	20,098.95	702.64	否
2016 年 12 月 31 日/2016 年度	19,896.31	19,896.31	-334.90	已经北京鼎中诸和会计师事务所（普通合伙）审计

扬州嘉华创业投资有限公司主营业务为创业投资业务。

（三）已注销的子公司

1、扬州金星国际贸易有限公司

子公司全称	扬州金星国际贸易有限公司
统一社会信用代码	9132101605863636XH
法定代表人	张文生
成立时间	2012年11月29日
注册地及经营地	扬州市广陵区杭集镇工业园6/7/8/9
注册资本	200万元
经营范围	自营和代理各类商品的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品及技术除外）。（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）

该公司注销前的股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
倍加洁集团	200.00	100.00%
合计	**200.00**	**100.00%**

该公司自成立起未实际开展经营业务，已于 2016 年 6 月 30 日注销。

扬州金星国际贸易有限公司注销当年的主要财务数据如下：

单位：万元

年份	总资产	净资产	净利润	是否审计
2016 年 12 月 31 日/2016 年度	-	-	-0.44	已经立信会计师审计

七、发起人、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人情况

（一）发起人基本情况

1、张文生先生，1968 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号：32102719681019****，住所：江苏省扬州市广陵区杭集镇新生村****，直接持有公司股份 5,040 万股，通过扬州竟成间接持有公司 275.04 万股，通过扬州和成间接持有公司 180.90 万股，合计持有公司的股份占总股本的 91.60%，任公司董事长、总经理。

2、扬州竟成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）

（1）扬州竟成的基本情况

名称	扬州竟成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91321000MA1MGWX38J
执行事务合伙人	张文生
出资额	268 万元
主要经营场所	杭集镇锦都扬州国际酒店用品城 C9-11 号
合伙期限	2016 年 3 月 28 日至 2036 年 3 月 18 日
经营范围	管理咨询、股权投资、股权投资管理(不含金融、类金融业务，依法取得许可或备案的除外)。（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）

扬州竟成持有本公司 10%的股份，系员工持股平台，不属于私募投资基金。

（2）最近一年及一期扬州竟成的主要财务数据如下：

单位：万元

年份	总资产	净资产	净利润	是否审计
2017 年 6 月 30 日/2017 年 1-6 月	328.22	316.08	48.08	否
2016 年 12 月 31 日/2016 年度	268.10	160.80	-	否

（3）扬州竟成系主要为公司员工持股的合伙企业。其历史沿革情况如下：

2016 年 3 月 28 日，张文生与其妻徐秋萍签订《扬州竟成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）合伙协议》。同日，扬州市工商局向其核发《营业执照》。扬州竟成成立时的合伙人及其出资的具体情况如下：

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	合伙份额占比（%）	合伙人类型
1	张文生	128.6400	80.00	普通合伙人
2	徐秋萍	32.1600	20.00	有限合伙人
总计		**160.8000**	**100.00**	/

2016 年 7 月 6 日，为设立员工持股平台，发行人员工共计 86 人共同签署了《倍加洁集团股份有限公司员工激励持股方案》（以下简称“《持股方案》”），确认按 3.8 元/发行人股份的价格计算，由发行人员工受让扬州竟成、扬州和成的合伙份额，转让价格系经张文生与该等员工协商后按照明星牙刷截至 2016 年 4 月 30 日经评估的每股净资产的基础上给予一定下调优惠后确定。

2016 年 12 月 19 日，扬州竟成合伙人张文生、徐秋萍分别将其所持有的扬州竟成 55.5028 万元、30.82 万元的财产份额转让给仇庆凤等 46 人，同意其入伙并通过了新的合伙协议。新入伙的合伙人与原合伙人据此签订了《入伙协议》。

变更后的扬州竟成合伙人出资情况具体如下：

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	合伙份额占比（%）	合伙人类型
1	张文生	73.1372	45.48	普通合伙人
2	姜强	12.4620	7.75	有限合伙人
3	徐玲	9.6480	6.00	有限合伙人
4	蔡君鑫	8.8440	5.50	有限合伙人
5	杨秀殿	8.0400	5.00	有限合伙人
6	嵇玉芳	7.5040	4.67	有限合伙人
7	王新余	4.4220	2.75	有限合伙人
8	范华丽	2.6800	1.67	有限合伙人
9	仇庆凤	2.4120	1.50	有限合伙人
10	滕志刚	2.4120	1.50	有限合伙人
11	陈平	2.2780	1.42	有限合伙人
12	梁强	2.0100	1.25	有限合伙人
13	陆留华	1.8760	1.17	有限合伙人
14	吴琼	1.6080	1.00	有限合伙人
15	高振坤	1.4740	0.92	有限合伙人
16	姚启芳	1.3400	0.83	有限合伙人

17	徐秋萍	1.3400	0.83	有限合伙人
18	姜福海	1.2060	0.75	有限合伙人
19	周小波	1.0720	0.67	有限合伙人
20	王卉	1.0184	0.63	有限合伙人
21	俞晨波	0.8040	0.50	有限合伙人
22	唐飞	0.6700	0.42	有限合伙人
23	吴红艳	0.6700	0.42	有限合伙人
24	蒋爱剑	0.5360	0.33	有限合伙人
25	管庆	0.5360	0.33	有限合伙人
26	郭子明	0.5360	0.33	有限合伙人
27	孙雲霞	0.5360	0.33	有限合伙人
28	郑美丽	0.5360	0.33	有限合伙人
29	刘亚璇	0.5360	0.33	有限合伙人
30	马彭杰	0.5360	0.33	有限合伙人
31	王领	0.5360	0.33	有限合伙人
32	龚国斌	0.5360	0.33	有限合伙人
33	李云霞	0.5360	0.33	有限合伙人
34	赵清	0.5360	0.33	有限合伙人
35	朱世锋	0.5360	0.33	有限合伙人
36	刘萌	0.5360	0.33	有限合伙人
37	张智	0.5360	0.33	有限合伙人
38	葛金龙	0.5360	0.33	有限合伙人
39	侯晨	0.5360	0.33	有限合伙人
40	傅启兰	0.5360	0.33	有限合伙人
41	崔成爱	0.4824	0.30	有限合伙人
42	戚智霞	0.4020	0.25	有限合伙人
43	顾修雅	0.4020	0.25	有限合伙人
44	程丹	0.4020	0.25	有限合伙人
45	段荣君	0.2680	0.17	有限合伙人
46	李娟	0.2680	0.17	有限合伙人
47	陈华	0.2680	0.17	有限合伙人
48	居蕾	0.2680	0.17	有限合伙人
总计		**160.8000**	**100.00**	/

2017 年 3 月 6 日，扬州竟成全体合伙人一致同意将合伙企业的认缴出资总额由 160.8 万元变更为 268 万元，全体合伙人以货币形式认缴该部分出资。

本次增资后扬州竟成各合伙人的出资情况如下：

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	合伙份额占比（%）	合伙人类型

1	张文生	121.9668	45.51	普通合伙人
2	姜强	20.7700	7.75	有限合伙人
3	徐玲	16.0800	6.00	有限合伙人
4	蔡君鑫	14.7400	5.50	有限合伙人
5	杨秀殿	13.4000	5.00	有限合伙人
6	嵇玉芳	12.5156	4.67	有限合伙人
7	王新余	7.3700	2.75	有限合伙人
8	范华丽	4.4756	1.67	有限合伙人
9	仇庆凤	4.0200	1.50	有限合伙人
10	滕志刚	4.0200	1.50	有限合伙人
11	陈平	3.8056	1.42	有限合伙人
12	梁强	3.3500	1.25	有限合伙人
13	陆留华	3.1356	1.17	有限合伙人
14	吴琼	2.6800	1.00	有限合伙人
15	高振坤	2.4656	0.92	有限合伙人
16	姚启芳	2.2244	0.83	有限合伙人
17	徐秋萍	2.2244	0.83	有限合伙人
18	姜福海	2.0100	0.75	有限合伙人
19	周小波	1.7956	0.67	有限合伙人
20	王卉	1.6884	0.63	有限合伙人
21	俞晨波	1.3400	0.50	有限合伙人
22	唐飞	1.1256	0.42	有限合伙人
23	吴红艳	1.1256	0.42	有限合伙人
24	蒋爱剑	0.8844	0.33	有限合伙人
25	管庆	0.8844	0.33	有限合伙人
26	郭子明	0.8844	0.33	有限合伙人
27	孙雲霞	0.8844	0.33	有限合伙人
28	郑美丽	0.8844	0.33	有限合伙人
29	刘亚璇	0.8844	0.33	有限合伙人
30	马彭杰	0.8844	0.33	有限合伙人
31	王领	0.8844	0.33	有限合伙人
32	龚国斌	0.8844	0.33	有限合伙人
33	李云霞	0.8844	0.33	有限合伙人
34	赵清	0.8844	0.33	有限合伙人
35	朱世锋	0.8844	0.33	有限合伙人
36	刘萌	0.8844	0.33	有限合伙人
37	张智	0.8844	0.33	有限合伙人
38	葛金龙	0.8844	0.33	有限合伙人
39	侯晨	0.8844	0.33	有限合伙人

40	傅启兰	0.8844	0.33	有限合伙人
41	崔成爱	0.8040	0.30	有限合伙人
42	戚智霞	0.6700	0.25	有限合伙人
43	顾修雅	0.6700	0.25	有限合伙人
44	程丹	0.6700	0.25	有限合伙人
45	段荣君	0.4556	0.17	有限合伙人
46	李娟	0.4556	0.17	有限合伙人
47	陈华	0.4556	0.17	有限合伙人
48	居蕾	0.4556	0.17	有限合伙人
总计		**268.0000**	**100.00**	/

2017 年 8 月 25 日，经扬州竟成全体合伙人一致同意，张智退伙并将其持有的 0.8844 万元资产份额转让给张文生。2017 年 9 月 6 日，扬州竟成办理了上述转让的工商登记备案。本次转让完成后，张文生持有扬州竟成 45.84%的财产份额。

（4）股份支付事项中权益工具的公允价值、确认方法及会计处理

报告期内，公司不存在引入外部 PE 机构的情形，故以评估确认公司股权公允价值。银信资产评估有限公司出具了银信财报字（2017）沪第 042 号《倍加洁集团股份有限公司涉及股份支付会计准则的会计计量评估报告》，对倍加洁集团截至 2016 年 6 月 30 日的股东全部权益价值进行评估，并以此作为公司于权益工具授予日的净资产公允价值，扣减职工获得此权益工具实际出价，以确定发行人应确认的股份支付金额。

经评估，采用收益法确定的发行人全部权益价值评估结果为 59,600.00 万元，则对应的发行人公允价值为 9.93 元/股（59,600 万元/6,000 万股，对应发行人 2015 年度市盈率约为 11.69 倍），扣减职工的受让价 3.80 元/股，则对应的股份支付金额为 6.13 元/股，全部股份支付金额为 3,115.73 万元。

发行人将股份支付确认的金额 3,115.73 万元计入 2016 年度管理费用中。

3、扬州和成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）

（1）扬州和成的基本情况

名称	扬州和成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）

统一社会信用代码	91321000MA1MGX495Q
执行事务合伙人	张文生
出资额	160.80 万元
主要经营场所	杭集镇锦都扬州国际酒店用品城 C9-11 号
合伙期限	2016 年 3 月 28 日至 2036 年 3 月 18 日
经营范围	管理咨询、股权投资、股权投资管理(不含金融、类金融业务，依法取得许可或备案的除外)。（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）

扬州和成持有本公司 6%的股份，系员工持股平台，不属于私募投资基金。

（2）最近一年及一期扬州和成的主要财务数据如下：

单位：万元

年份	总资产	净资产	净利润	是否审计
2017 年 6 月 30 日/2017 年 1-6 月	196.94	189.61	28.81	否
2016 年 12 月 31 日/2016 年度	160.90	160.80	-	否

（3）扬州和成系主要为公司员工持股的合伙企业。其历史沿革情况如下：

2016 年 3 月 28 日，张文生与徐秋萍签订《扬州和成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）合伙协议》。同日，扬州市工商局向其核发《营业执照》，扬州和成成立时的合伙人及其出资的具体情况如下：

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	合伙份额占比（%）	合伙人类型
1	张文生	128.6400	80.00	普通合伙人
2	徐秋萍	32.1600	20.00	有限合伙人
总计		**160.8000**	**100.00**	/

2016 年 7 月 6 日，为设立员工持股平台，发行人员工共计 86 人共同签署了《倍加洁集团股份有限公司员工激励持股方案》（以下简称“《持股方案》”），确认按 3.8 元/发行人股份的价格计算，由发行人员工受让扬州竞成、扬州和成的合伙份额，转让价格系经张文生与该等员工协商后按照明星牙刷截至 2016 年 4 月 30 日经评估的每股净资产的基础上给予一定下调优惠后确定。

2016 年 12 月 19 日，扬州和成合伙人张文生、徐秋萍分别将其所持有的扬州和成 53.1082 万元、29.9267 万元的财产份额转让给耿宜鹏等 40 人，同意其入伙并通过了新的合伙协议。新入伙的合伙人与原合伙人据此签订了《入伙协议》。

变更后的扬州和成合伙人的出资情况具体如下：

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	合伙份额占比（%）	合伙人类型
1	张文生	75.5318	46.97	普通合伙人
2	徐顺兰	8.9333	5.56	有限合伙人
3	马涛	5.1367	3.19	有限合伙人
4	申建峰	4.9133	3.06	有限合伙人
5	陈睿铭	4.6900	2.92	有限合伙人
6	胡方奎	3.7967	2.36	有限合伙人
7	张芬	3.7520	2.33	有限合伙人
8	耿宜鹏	3.5733	2.22	有限合伙人
9	陈顺弟	3.5733	2.22	有限合伙人
10	胡术臣	3.4840	2.17	有限合伙人
11	唐加宝	2.7693	1.72	有限合伙人
12	张雪华	2.6800	1.67	有限合伙人
13	刘学年	2.6800	1.67	有限合伙人
14	曹正红	2.4120	1.50	有限合伙人
15	董金海	2.2333	1.39	有限合伙人
16	卓加荣	2.2333	1.39	有限合伙人
17	徐秋萍	2.2333	1.39	有限合伙人
18	李光	1.7867	1.11	有限合伙人
19	张苗	1.7867	1.11	有限合伙人
20	江方容	1.6973	1.06	有限合伙人
21	杨帅	1.5633	0.97	有限合伙人
22	陈乃国	1.3400	0.83	有限合伙人
23	陈铭	1.3400	0.83	有限合伙人
24	赵柏清	1.3400	0.83	有限合伙人
25	孙贵勇	1.2507	0.78	有限合伙人
26	史媛	1.1167	0.69	有限合伙人
27	张晓银	0.8933	0.56	有限合伙人
28	严功兵	0.8933	0.56	有限合伙人
29	朱志文	0.8933	0.56	有限合伙人
30	姚永进	0.8933	0.56	有限合伙人
31	曹海兵	0.8933	0.56	有限合伙人
32	赵宗武	0.8933	0.56	有限合伙人
33	张进海	0.8933	0.56	有限合伙人
34	李云峰	0.8933	0.56	有限合伙人
35	陆永金	0.8933	0.56	有限合伙人
36	蔡国铭	0.8933	0.56	有限合伙人
37	蔡勇华	0.8933	0.56	有限合伙人

38	周海涛	0.8933	0.56	有限合伙人
39	管伟	0.6700	0.42	有限合伙人
40	童俊	0.6700	0.42	有限合伙人
41	吴娟	0.4467	0.28	有限合伙人
42	李玉翠	0.4467	0.28	有限合伙人
总计		**160.8000**	**100.00**	/

注：陈乃国为发行人实际控制人张文生妹夫。

2017 年 6 月 21 日，经扬州和成全体合伙人一致同意，胡术臣、蔡国铭 2 人退伙，胡术臣将其持有的 3.4840 万元资产份额转让给张文生，蔡国铭将其持有的 0.8933 万元资产份额转让给张文生。2017 年 6 月 27 日，扬州和成办理了上述转让的工商登记备案。本次转让完成后，张文生持有扬州和成 49.69%的财产份额。

2017 年 8 月 31 日，经扬州和成全体合伙人一致同意，姚永进退伙并将其持有的 0.8933 万元资产份额转让给张文生。截至招股说明书签署日，上述转让的工商登记备案已完成。本次转让完成后，张文生持有扬州和成 50.25%的财产份额。

（4）股份支付事项中权益工具的公允价值、确认方法及会计处理

参见本节“2、扬州竟成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）”中的相关内容。

（二）实际控制人基本情况

本公司实际控制人为张文生，直接持有公司股份 5,040 万股，通过扬州竟成间接持有公司 275.04 万股，通过扬州和成间接持有公司 180.90 万股，直接和间接持有本公司共计 91.60%的股份。

（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业

截至招股说明书签署日，张文生除直接持有本公司 84%的股份外，另持有扬州竟成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）45.84%的份额、扬州和成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）50.25%的份额、扬州佳吉投资管理有限公司 80%的股权、HS ENTERPRISE INVESTMENT LIMITED100%的股权以及通过 HS ENTERPRISE INVESTMENT LIMITED 持有 PERFECT AND

STAR(HK)LIMITED 100%的股权。

扬州竟成、扬州和成的情况参见本节“（一）发起人基本情况”。

1、扬州佳吉投资管理有限公司的情况

名称	扬州佳吉投资管理有限公司
统一社会信用代码	91321000MA1MGXRG9K
法定代表人	张文生
注册资本	500 万元
主要经营场所	杭集镇锦都扬州国际酒店用品城 C9-11 号
成立时间	2016 年 3 月 28 日
经营范围	股权投资，股权投资管理（不含金融、类金融业务，依法取得许可或者备案的除外）（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）

扬州佳吉成立至今尚未开展经营，未来将主要从事投资管理业务。

扬州佳吉的股权结构如下：

序号	股东	认缴出资额（万元）	认缴出资比例(%)
1	张文生	400.00	80.00
2	徐秋萍	100.00	20.00
合计		**500.00**	**100.00**

扬州佳吉最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

年份	总资产	净资产	净利润	是否审计
2017 年 6 月 30 日/2017 年 1-6 月	-	-	-	否
2016 年 12 月 31 日/2016 年度	-	-	-	否

2、HS ENTERPRISE INVESTMENT LIMITED 的情况

名称	HS ENTERPRISE INVESTMENT LIMITED
注册号	1755953
住所	Palm Grove House, P.O. Box 438, Road Town, Tortola, British Virgin Islands
股本	50,000 美元
成立日期	2013 年 1 月 15 日
董事	张文生
股东	张文生（100%）

HS ENTERPRISE INVESTMENT LIMITED 主要从事日用品的国际贸易业

务。报告期内，HS 主要向公司采购牙刷产品、湿巾产品以及口腔清洁护理用品，已于 2016 年底停止经营活动。

HS 的股权结构如下：

序号	股东	认缴出资额（万美元）	认缴出资比例(%)
1	张文生	5.00	100.00
合计		**5.00**	**100.00**

HS 最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

年份	总资产	净资产	净利润	是否审计
2017 年 6 月 30 日 /2017 年 1-6 月	0.06	0.06	0.00	否
2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	158.58	158.58	266.53	否

3、PERFECT AND STAR(HK)LIMITED 的情况

名称	PERFECT AND STAR(HK)LIMITED
注册号	809165
住所	HZ2834 UNIT (S) 2 LG 1,MIRROR TOWER 61 MODY ROAD,TSIM SHA TSUI KL,HONG KONG
股本	10,000 港币
成立日期	2013 年 2 月 6 日
董事	施慧
股东	HS ENTERPRISE INVESTMENT LIMITED（100%）

PERFECT AND STAR(HK)LIMITED 主要从事日用品的国际贸易业务。报告期内 P&S 主要向公司采购牙刷产品，已于 2016 年 9 月底停止经营活动，目前正在办理注销手续。

截至 2017 年 10 月 24 日，P&S 已取得香港税务局出具的不反对撤销公司注册的通知书，确认 P&S 已完成税务注销。P&S 已向香港公司注册处提交了撤销公司注册申请材料。

P&S 的股权结构如下：

序号	股东	认缴出资额（万港币）	认缴出资比例(%)
1	HS ENTERPRISE INVESTMENT LIMITED	1.00	100.00
合计		**1.00**	**100.00**

P&S 最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

年份	总资产	净资产	净利润	是否审计
2017 年 6 月 30 日/2017 年 1-6 月	13.59	13.59	-0.91	否
2016 年 12 月 31 日/2016 年度	315.95	315.95	98.33	否

（四）其他持有公司 5%以上股份的主要股东

公司除发起人张文生、扬州竟成、扬州和成外，不存在其他持有公司 5%以上股份的股东。

（五）控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份是否存在质押或其他有争议的情况

截至招股说明书签署日，公司控股股东和实际控制人直接或者间接持有的公司的股份不存在质押或其他争议的情况。

八、发行人股本情况

（一）本次拟发行的股份及发行前后股本结构

公司本次公开发行股票数量不超过 2,000 万股，本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份。本次发行前后，公司股本结构如下：

股东名称	发行前		发行后	
	持股数（万股）	持股比例（%）	持股数（万股）	持股比例（%）
张文生	5,040.00	84.00	5,040.00	63.00
扬州竟成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	600.00	10.00	600.00	7.50
扬州和成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	360.00	6.00	360.00	4.50
社会公众股	-	-	2,000.00	25.00
合计	**6,000.00**	**100.00**	**8,000.00**	**100.00**

（二）自然人股东及其在发行人处担任的职务

本公司自然人股东共计 1 名，直接所持股份及在本公司任职情况如下：

序号	股东名称	持股数额（万股）	持股比例（%）	在公司任职
1	张文生	5,040.00	84.00	董事长、总经理

（三）发行前股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

公司股东为自然人张文生以及法人股东扬州竟成、扬州和成。扬州竟成、扬州和成合伙人张文生与徐秋萍为夫妻关系，扬州和成合伙人陈乃国系张文生妹妹之配偶。张文生直接持有公司 84.00%的股权，通过扬州竟成间接持有公司 4.58%的股权，通过扬州和成间接持有公司 3.02%的股权。徐秋萍通过扬州竟成、扬州和成间接持有公司 0.17%股权。陈乃国通过扬州和成间接持有公司 0.05%股权。

发行人各直接、间接股东及董事、监事、高级管理人员除张文生、徐秋萍、陈乃国之外，其他直接及间接股东与发行人实际控制人、董监高之间不存在亲属关系、其他关联关系或其他可能输送不正当利益的关系。

发行人各直接和间接股东不存在以委托持股或信托持股等形式代他人间接持有发行人股份的行为，不存在其他利益输送安排。保荐机构、其他中介机构及负责人、工作人员不存在直接或间接持有发行人股份的行为。

发行人各直接和间接股东具备法律、法规规定的股东资格，不存在违法违规情形。

（四）发行人是否存在发行内部职工股的情况

公司自设立以来，不存在发行内部职工股的情况。

（五）发行人是否存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人的情况

公司不存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人的情况。

（六）本次发行前股东所持股份的限售安排和自愿锁定股份的承诺

公司控股股东、实际控制人张文生承诺：自发行人首次公开发行股票并在主板上市之日起三十六个月内，本人将不转让或者委托他人管理本人直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。本人所持股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有发行人股票的锁定期限自动延长至少 6 个月。若发行人股票在此期间发生除权、除息的，上述发行价格将作相应调整。本人与扬州竟成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）及扬州和成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）所持股票在锁定期满后两年内减持的，减持发行人股票比例合计不超过发行人股份总数的 15%，且股票减持不影响本人对发行人的控制权。本人所持股票在锁定期满后两年内减持的，将提前 5 个交易日向发行人提交减持原因、减持数量、减持方式、未来减持计划、减持对发行人治理结构及持续经营影响的说明，并由发行人在减持前 3 个交易日予以公告。上述锁定期届满后，若本人仍担任发行人的董事或高级管理人员，则在任职期间每年转让的股份不超过所直接或间接持有的发行人股份总数的 25%；并在离职后半年内，不转让本人直接或间接持有的发行人股份。

公司股东扬州竟成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）以及扬州和成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）承诺：自发行人首次公开发行股票并在主板上市之日起三十六个月内，本企业将不转让或者委托他人管理本企业直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本企业直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。本企业所持股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本企业持有发行人股票的锁定期限自动延长至少 6 个月。若发行人股票在此期间发生除权、除息的，上述发行价格将作相应调整。张文生与本企业所持股票在锁定期满后两年内减持的，减持发行人股票比例合计不超过发行人股份总数的 15%，且股票减持不影响张文生对发行人的控制权。本企业所持股票在锁定期满后两年内减持的，将提前 5 个交易日向发行人提交减持原因、减持数量、减持方式、未来减持计划、减持对发行人治理结构及持续经营影响的说明，并由发行人

在减持前 3 个交易日予以公告。

通过扬州竞成、扬州和成间接持有发行人股份的董事、监事、高级管理人员王新余、嵇玉芳、姜强、徐玲、蔡君鑫以及耿宜鹏承诺：自发行人股票上市交易之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。在上述锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票的发行价。发行人上市后 6 个月内如其股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价的，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价的，本人所直接或间接持有的发行人股份的锁定期自动延长 6 个月。若发行人股票在此期间发生除权、除息的，上述发行价格将作相应调整。在本人担任公司董事、监事、高级管理人员期间每年转让的股份不超过本人所直接或间接持有公司股份总数的 25%；离职后半年内，不转让直接或间接持有的公司股份。

通过扬州竞成、扬州和成间接持有发行人股份的除发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员之外的其他自然人承诺：自发行人股票上市交易之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

担任公司董事、监事、高级管理人员的相关承诺人承诺，不因职务变更、离职等原因，而放弃履行前述承诺。

九、员工及社会保障情况

（一）员工人数、变化情况及变化原因

截至 2017 年 6 月 30 日，公司（含子公司）员工人数变化情况如下：

时间	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
员工人数（人）	1,675	1,661	1,519	1,572

（二）员工专业结构

截至 2017 年 6 月 30 日，公司员工按岗位划分，具体情况如下：

岗位	员工人数（人）	占员工总数的比例

行政管理人员	185	11.04%
研发及技术人员	131	7.82%
销售人员	64	3.82%
生产人员	1,295	77.31%
合计	**1,675**	**100.00%**

（三）员工受教育程度

截至 2017 年 6 月 30 日，公司员工按受教育程度划分，具体情况如下：

受教育程度	员工人数（人）	占员工总数的比例
研究生	8	0.48%
大学	89	5.31%
大专	166	9.91%
大专以下	1,412	84.30%
合计	**1,675**	**100.00%**

（四）员工年龄分布

截至 2017 年 6 月 30 日，公司员工按照年龄划分，具体情况如下：

年龄区间	员工人数（人）	占员工总数的比例
30 岁以下	826	49.31
31-40 岁	501	29.91
41-50 岁	296	17.67
50 岁以上	52	3.1
合计	**1,675**	**100.00%**

（五）员工社会保障及福利制度情况

1、发行人及其子公司社保、公积金缴纳情况

发行人及其子公司缴纳社保和住房公积金的起始时间具体情况如下：

公司名称	社保缴纳起始时间	住房公积金缴纳起始时间
倍加洁集团	2000 年 8 月	2015 年 2 月
倍加洁日化	2006 年 8 月	2015 年 2 月
美星口腔	2007 年 4 月	2015 年 2 月
恒生模具	2012 年 8 月	2015 年 2 月
倍加洁宿迁	2011 年 7 月	2016 年 11 月

发行人及其子公司员工报告期内各期缴纳社会保险的情况如下：

单位：人

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
员工人数合计	1,675	1,661	1,519	1,572
缴纳社会保险人数	1,189	1,060	624	496
缴纳新农合、新农保人数[注]	424	390	0	0
退休返聘	12	11	6	5
正在办理转移	50	24	18	18
在其日常工作居住地以灵活就业人员身份自行缴纳社会保险	0	3	4	4
暂未缴纳社会保险、新农合及新农保人数	0	173	867	1,049

注：2016 年缴纳新农合、新农保的 390 人中，其中 146 人缴纳了新农保及新农合，28 人仅缴纳了新农保，216 人仅缴纳了新农合。自 2016 年起，公司已向所有放弃缴纳城镇职工社会保险的员工发放了新农保及新农合补贴。2017 年缴纳新农合、新农保的 424 人均已缴纳了新农保及新农合。

发行人及其子公司员工报告期内各期缴纳住房公积金的情况如下：

单位：人

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
员工人数合计	1,675	1,661	1,519	1,572
缴纳住房公积金人数	1,220	1,088	381	0
发放租房补贴人数	136	209	406	433
提供宿舍人数	290	338	359	455
退休返聘	11	11	6	5
正在办理转移	18	15	8	0
暂未缴纳住房公积金、未领取租房补贴、未住员工宿舍人数	0	0	359	679

发行人及其子公司报告期各期缴纳社会保险及住房公积金缴纳金额情况如下：

单位：万元

基准日	2017 年 1-6 月缴纳金额		2016 年度缴纳金额		2015 年度缴纳金额		2014 年度缴纳金额	
缴费类别	单位	个人	单位	个人	单位	个人	单位	个人
基本养老保险	328.35	138.25	424.19	173.42	313.41	125.36	237.28	94.91
医疗保险	152.13	38.56	227.71	63.28	164.05	44.63	111.26	31.52
生育保险	8.64	-	10.84	-	8.82	-	11.86	-
工伤保险	16.72	-	21.19	-	15.10	-	11.52	-
失业保险	14.11	8.64	24.56	10.84	23.51	7.84	18.25	6.38
住房公积金	114.64	114.64	118.43	118.43	69.87	69.87	-	-
合计	**634.59**	**300.09**	**826.93**	**365.97**	**594.76**	**247.70**	**390.17**	**132.82**

发行人及其子公司报告期各期社会保险及住房公积金缴费比例情况如下：

年份	公司	基本养老保险		医疗保险		失业保险		生育保险		工伤保险		住房公积金	
		单位（%）	个人（%）	单位（%）	个人（%）	单位（%）	个人（%）	单位（%）	个人（%）	单位（%）	个人（%）	单位（%）	个人（%）
2014 年	倍加洁集团	20	8	8	2	1.5	0.5	1	0	1	0	/	/
	倍加洁日化	20	8	8	2	1.5	0.5	1	0	1	0	/	/
	美星口腔	20	8	8	2	1.5	0.5	1	0	1	0	/	/
	恒生模具	20	8	8	2	1.5	0.5	1	0	1	0	/	/
	倍加洁宿迁	20	8	7	2	1.5	0.5	1	0	0.5	0	/	/
2015 年	倍加洁集团	20	8	8	2	1.5	0.5	0.5	0	1	0	8	8
	倍加洁日化	20	8	8	2	1.5	0.5	0.5	0	1	0	8	8
	美星口腔	20	8	8	2	1.5	0.5	0.5	0	1	0	8	8
	恒生模具	20	8	8	2	1.5	0.5	0.5	0	1	0	8	8
	倍加洁宿迁	20	8	7	2	1.5	0.5	0.5	0	0.5	0	0	0
2016 年	倍加洁集团	19	8	8	2	1	0.5	0.5	0	1	0	8	8
	倍加洁日化	19	8	8	2	1	0.5	0.5	0	1	0	8	8
	美星口腔	19	8	8	2	1	0.5	0.5	0	1	0	8	8
	恒生模具	19	8	8	2	1	0.5	0.5	0	1	0	8	8
	倍加洁宿迁	19	8	7	2	1	0.5	0.5	0	0.7	0	5	5
2017 年 1 至 6 月	倍加洁集团	19	8	8	2	0（注 1）	0.5	0.5	0	1	0	8	8
	倍加洁日化	19	8	8	2	0	0.5	0.5	0	1	0	8	8
	美星口腔	19	8	8	2	0	0.5	0.5	0	1	0	8	8
	恒生模具	19	8	8	2	0	0.5	0.5	0	1	0	8	8
	倍加洁宿迁	19	8	7	2	0.5（注 2）	0.5	0.5	0	0.7	0	5	5

注 1：根据扬州市人力资源与社会保障局、扬州市财政局、江苏省扬州地方税务局 2017 年 5 月 4 日发布的《关于阶段性降低失业保险费率有关问题的通知》（扬人社[2017]119 号），从 2017 年 6 月 1 日至 2017 年 10 月 31 日，全市失业保险费率按 0.5%征收，其中用人单位缴费比例为 0，个人缴费比例为 0.5%。从 2017 年 11 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日，全市失业保险费率按 1%征收，其中用人单位缴费比例和个人缴费比例均为 0.5%。
注 2：根据江苏省人力资源和社会保障厅、江苏省财政厅、江苏省地方税务局 2017 年 3 月 31 日发布的《省人力资源社会保障厅 省财政厅 省地方税务局关于阶段性降低失业保险费率有关问题的通知》（苏人社发[2017]103 号），从 2017 年 1 月 1 日起至 2018 年 12 月 31 日，全省失业保险费率暂由现在的 1.5%降至 1%，其中：用人单位缴费的比例从 1%降至 0.5%，个人缴费的比例不变，继续为 0.5%。

截至 2017 年 6 月 30 日，发行人及其子公司的员工共计 1,675 名，已为 1,189 名员工缴纳了社会保险费，424 名员工已缴纳了新型农村合作医疗（以下简称“新农合”）及新型农村社会养老保险（以下简称“新农保”），未缴纳社会保险费、新农合及新农保的员工有 62 名。上述 62 名员工中，12 人为退休返聘人员；50 人正在办理转移。

报告期内，发行人存在部分员工未缴纳社会保险的情况，具体原因如下：

发行人的生产员工绝大部分是来自农村的进城务工人员（下称“农民工”），人员流动性较强，在缴纳社会保险后，如回原籍工作和生活，已缴纳的社会保险费提取或转移手续繁琐，同时将降低个人当月的实际收入，因此，该等员工没有缴纳社会保险的主观意愿。报告期内发行人在尊重部分职工意愿的基础上，未办理社会保险。根据《国务院关于解决农民工问题的若干意见》（国发[2006]5 号）规定，农民工可自愿参加原籍的新型农村合作医疗。根据江苏省人力资源和社会保障厅于 2010 年 1 月 18 日发布的《关于贯彻落实<江苏省新型农村社会养老保险制度实施办法>的通知》（苏人社发[2010]27 号）,江苏省省委、省政府决定，2010 年江苏省所有涉农县（市、区）要全部推行新型农村社会养老保险，基本实现农村适龄居民参保全覆盖。根据扬州市人民政府于 2008 年 8 月 6 日发布的《关于进一步扩大社会保险覆盖面加强社会保险费征缴工作的意见》（扬府发[2008]140 号），扬州市积极鼓励被征地农民、户籍农民以及原参加农村养老保险的农民参加或转入企业职工养老保险。依据上述规定，针对农民工主体的特殊性，其有权选择参加新农保及新农合，放弃城镇职工养老保险及医疗保险。另外根据《人力资源社会保障部、财政部关于印发<城乡养老保险制度衔接暂行办法>的通知》（人社部发[2014]17 号）的规定，参保人员不得同时领取城镇职工养老保险和城乡居民养老保险待遇。发行人无法同时为农民工缴纳城镇职工养老保险

和城乡居民养老保险。上述暂未缴纳社会保险的农民工员工均承诺放弃缴纳社会保险，其中大部分农民工已缴纳了新农保、新农合。针对尚未缴纳新农保、新农合的农民工，发行人已发放相应补贴。另外根据发行人及其子公司已与中华联合财产保险股份有限公司签署的保单，发行人已为未缴纳社保的员工购买了团体意外伤害商业保险。员工若遭受意外伤害，可享受意外伤害医疗保险及住院补贴。

报告期内，发行人已为大部分员工缴纳了社会保险及新农保、新农合，发行人未缴纳的社会保险费金额如下：

单位：万元

项目类别	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
未缴纳社会保险费金额	68.31	514.36	826.60	862.49

注：自 2016 年起，公司已向所有放弃缴纳城镇职工社会保险的员工发放了新农保及新农合补贴。

截至 2017 年 6 月 30 日，发行人及其子公司在境内雇佣的员工共计 1,675 名。发行人及其子公司已为 1,220 名员工缴纳了住房公积金。未缴纳住房公积金的员工中，11 人为退休返聘人员，18 人正在办理转移。公司为其余 426 人提供了员工宿舍或发放了租房补贴。

针对住房公积金，根据建设部、财政部和中国人民银行联合发布的《关于住房公积金管理若干具体问题的指导意见》（建金管[2005]5 号）之规定：“……城镇私营企业及其他城镇企业、事业单位、民办非企业单位、社会团体（以下统称单位）及其在职职工，应当按《住房公积金管理条例》（国务院令第 350 号，以下简称《条例》）的规定缴存住房公积金。有条件的地方，城镇单位聘用进城务工人员，单位和职工可缴存住房公积金。”对于进城务工人员，单位及职工可根据实际情况为其缴纳住房公积金。目前发行人仍有部分员工未缴纳住房公积金，主要因为公司存在较大数量的农民工，该等员工一般通过宅基地自建房屋解决住房需求，没有缴纳住房公积金的主观意愿，仅凭公司单方意愿无法为该等员工办理住房公积金缴纳手续。上述未缴纳住房公积金的员工已出具书面承诺自愿放弃缴纳住房公积金。自 2016 年起，发行人已为所有放弃缴纳住房公积金的员工提供了免费宿舍或租房补贴。若今后这部分员工同意缴纳住房公积金，公司将及时足额为其缴纳住房公积金。

报告期内发行人未缴纳的住房公积金金额如下：

单位：万元

项目类别	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
未缴纳住房公积金金额	57.48	301.04	241.49	318.97

注：自 2016 年起，发行人已为所有放弃缴纳住房公积金的员工提供了免费宿舍或发放了租房补贴。

2、是否存在劳务派遣工

报告期内，公司不存在使用劳务派遣工的情形。

3、发行人针对未缴情况采取的措施

发行人控股股东、实际控制人张文生出具书面承诺：如果发生发行人（含其子公司，下同）员工向其追索社会保险费和住房公积金，或者发行人因此引起诉讼、仲裁，或者发行人因此受到有关主管部门的行政处罚的，本人将承担全部赔偿责任；如果有关主管部门要求发行人对以前年度员工的社会保险费、住房公积金进行补缴，本人将按主管部门核定的金额无偿代发行人补缴；如果因未按照规定缴纳社会保险费和住房公积金而给发行人带来任何其他费用支出和经济损失，本人将无偿代发行人承担。

根据扬州市人力资源和社会保障局、宿迁市人力资源和社会保障局分别于 2017 年 7 月 5 日、2017 年 7 月 4 日出具的《证明》，截至证明出具之日，发行人及其子公司不存在因违反劳动与社会保障法律、法规和规范性文件而被行政处罚的情形。

根据扬州市住房公积金管理中心、宿迁市住房公积金管理中心分别于 2017 年 7 月 5 日、2017 年 7 月 4 日出具的《证明》，截至证明出具之日，发行人及其子公司自开户以来一直为职工正常缴存公积金，不存在因违反有关缴纳住房公积金相关法律、法规及规范性文件而被行政处罚的情形。

发行人的控股股东、实际控制人针对未缴情况出具了书面承诺，将承担由此而给发行人带来的任何损失。

十、实际控制人、持有5%以上股份的主要股东以及董事、监

事、高级管理人员的重要承诺

（一）关于股份流通限制和自愿锁定的承诺

公司实际控制人、持有 5%以上股份的主要股东以及董事、监事、高级管理人员，其股份流通限制和自愿锁定的承诺参见本节“八、发行人股本情况”之“（六）本次发行前股东所持股份的限售安排和自愿锁定股份的承诺”。

（二）关于避免同业竞争的承诺

1、公司控股股东、实际控制人张文生（承诺人）承诺：

“（1）在本承诺函签署之日，本承诺人及本承诺人控制的公司均未生产、开发任何与股份公司及其下属子公司生产的产品构成竞争或可能竞争的产品，未直接或间接经营任何与股份公司及下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，也未参与投资任何与股份公司及其下属子公司生产的产品或经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。

（2）自本承诺函签署之日起，本承诺人及本承诺人控制的公司将不生产、开发任何与股份公司及其下属子公司生产的产品构成竞争或可能构成竞争的产品，不直接或间接经营任何与股份公司及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，也不参与投资任何与股份公司及其下属子公司生产的产品或经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。

（3）自本承诺函签署之日起，如本承诺人及本承诺人控制的公司进一步拓展产品和业务范围，本承诺人及本承诺人控制的公司将不与股份公司及其下属子公司拓展后的产品或业务相竞争；若与股份公司及其下属子公司拓展后的产品或业务产生竞争，则本承诺人及本承诺人控制的公司将以停止生产或经营相竞争的业务或产品的方式，或者将相竞争的业务纳入到股份公司经营的方式，或者将相竞争的业务转让给无关联关系的第三方的方式避免同业竞争。

（4）在本承诺人及本承诺人控制的企业与股份公司存在关联关系期间，本承诺函为有效之承诺。

如上述承诺被证明是不真实的或未被遵守，本承诺人将向股份公司赔偿一切直接和间接损失，并承担相应的法律责任。”

2、扬州竞成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）、扬州和成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）作为发行人持股 5%以上的股东，承诺：

“（1）本企业目前未从事与发行人相同或相似业务，未发生构成或可能构成同业竞争的情形。

（2）本企业郑重承诺，本企业在持有发行人 5%以上股份期间，不会在中国境内或境外，以任何方式（包括但不限于单独经营、通过合资经营或拥有另一公司或企业的股份及其他权益）直接或间接参与任何与发行人构成竞争的任何业务或活动。

如上述承诺被证明是不真实的或未被遵守，本企业将向发行人赔偿一切直接和间接损失，并承担相应的法律责任。”

3、公司董事、监事、高级管理人员（承诺人）承诺：

“（1）截至承诺函签署之日，承诺人及承诺人控制的其他企业或经济组织（不含发行人及其子公司，下同）没有从事与发行人（含其子公司，下同）相同或相似的业务。

（2）自本承诺函签署之日起，承诺人及承诺人控制的其他企业或经济组织不以任何形式直接或间接从事与发行人的主营业务或者主营产品相竞争或者构成竞争威胁的业务活动，包括不投资、收购、兼并从事/生产与发行人的主营业务或者主营产品相同或者相似的企业或者其他经济组织。

（3）如承诺人及承诺人控制的其他企业或经济组织获得的任何商业机会与发行人主营业务或者主营产品相竞争或可能构成竞争，则承诺人将立即通知发行人，并优先将该商业机会给予发行人。

（4）对于发行人的正常生产、经营活动，承诺人保证不利用董事/监事/高级管理人员的地位损害发行人及发行人其他股东的利益。

（5）本承诺函在发行人存续且承诺人作为董事/监事/高级管理人员期间持续有效，且不可撤销。若在该期间违反上述承诺的，承诺人将立即停止与发行人构成竞争之业务，并采取必要措施予以纠正补救；同时对因承诺人未履行本承诺函所作的承诺而给发行人造成的一切损失和后果承担赔偿责任。”

（三）关于规范和减少关联交易的承诺

公司控股股东、实际控制人张文生（承诺人）承诺：

“1、本人、本人控制的其他企业与发行人之间将尽可能地避免和减少关联交易。对于无法避免或者有合理原因而发生的关联交易，本人承诺将遵循市场公正、公平、公开的原则，并依法签订协议，履行合法程序，按照发行人《公司章程》、《关联交易管理制度》等相关规章制度履行审议程序，关联交易的价格依照与无关联关系的独立第三方进行相同或相似交易时的价格确定，保证关联交易价格具有公允性，并按照《上海证券交易所股票上市规则》等有关规定对关联交易履行信息披露义务。

2、本人将严格按照《中华人名共和国公司法》等法律、法规以及《公司章程》、《关联交易管理制度》等有关规定行使股东权利，规范关联交易，在股东大会对涉及本人、本人控制的其他企业事项的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务。

3、本人承诺不利用关联交易非法转移发行人的资金、利润，不利用关联交易损害发行人及其股东的利益；本人保证将依照《公司章程》的规定参加股东大会，平等地行使股东权利并履行股东义务，不利用实际控制人地位谋取不正当利益，不损害发行人及其他股东的合法权益。

除非本人不再作为发行人的实际控制人，本承诺始终有效。若本人违反上述承诺给发行人及其他股东造成损失，一切损失将由本人承担。”

（四）控股股东、实际控制人出具的其他相关承诺

本公司实际控制人张文生承诺：

1、详见本节“九、员工及社会保障情况”之“（五）员工社会保障及福利制度情况”之“2、发行人针对未缴情况采取的措施”。

2、发行人招股说明书如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将购回已转让的原限售股份。同时，本人将督促发行人在上述违法违规行为被证券监管机构认定或司法部门判决生效后 1 个月内启动股票回购程序。

回购与购回价格按照证监会、交易所颁布的规范性文件依法确定，但不得低于回购与购回时的股票市场价格。

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

（五）全体董事、监事、高级管理人员关于首次公开发行股票招股说明书及其摘要无虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

本公司全体董事、监事、高级管理人员郑重承诺：若因招股说明书及其摘要有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，本人将在该等事实被中国证监会或有管辖权的人民法院作出最终认定或生效判决后，依法赔偿投资者损失。

（六）公司控股股东及全体董事、高级管理人员关于上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定股价的相关承诺

发行人股票自挂牌上市之日起三年内，若出现股价持续低于上一年末每股净资产的情形时，将启动股价稳定措施。公司控股股东及全体董事、高级管理人员承诺将按照方案的相关规定，履行相关的各项义务。

具体参见招股说明书“重大事项提示”之“一、本次发行的相关重要承诺的说明”之“（三）关于上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定股价的预案”的相关内容。

（七）全体董事、高级管理人员关于公司填补回报措施履行的相

关承诺

公司董事、高级管理人员关于填补被摊薄即期回报的承诺如下：

1、不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害发行人利益。

2、约束自身的职务消费行为。

3、不动用发行人资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。

4、承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩。

5、发行人未来若进行股权激励，则股权激励的行权条件与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩。

第六节 业务与技术

一、发行人的主营业务、主要产品及设立以来的变化情况

（一）公司主营业务及设立以来的变化情况

公司主要从事口腔清洁护理用品以及一次性卫生用品的研发、生产和销售，其中口腔清洁护理用品主要包括牙刷、牙线、齿间刷、牙线签、假牙清洁片等产品，一次性卫生用品主要包括湿巾等产品。

在设立初期，公司主要从事以牙刷为主的口腔清洁护理用品的研发、生产和销售。在后续经营发展过程中，逐步形成了以下业务布局，其中：美星口腔专业从事齿间刷、牙线、牙线签、假牙清洁片等产品的研发、生产和销售，进一步丰富了公司口腔清洁护理用品产品种类；倍加洁日化专业从事湿巾等产品的研发、生产和销售，将公司产品拓展至一次性卫生用品；恒生模具专业从事公司产品及包装所使用的模具的研发和生产，进一步提升了公司产品的制造工艺水平。

经过多年发展，公司形成了以 ODM 为主兼顾自主品牌、国内和国外市场并重的业务格局，并从单一牙刷产品转变为涵盖牙刷、牙线、齿间刷、牙线签、假牙清洁片等口腔清洁护理用品和湿巾等一次性卫生用品的产品布局，已成为国内口腔清洁护理用品以及一次性卫生用品生产规模及出口规模领先的企业。公司先后参与行业内多项国家标准的制定；恒生模具作为高新技术企业，在牙刷模具领域取得多项高新技术产品认证；倍加洁日化建立起了经 CNAS 认证的研发检测中心。截至招股说明书签署日，公司及子公司共拥有 218 项专利权，其中发明专利 11 项，实用新型专利 41 项，外观设计专利 166 项。公司拥有的“倍加洁”商标已连续十二年被评为江苏省著名商标。

报告期内，公司主要从事口腔清洁护理用品以及一次性卫生用品的研发、生产和销售，主营业务未发生重大变化。

报告期内，公司主营业务收入按产品分类的构成情况如下表所示：

单位：万元

项　目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一、口腔清洁护理用品	**25,157.90**	**80.08%**	**49,358.62**	**79.11%**	**39,261.32**	**83.43%**	**33,836.64**	**75.90%**
牙刷	22,603.58	71.95%	45,163.22	72.38%	35,311.21	75.03%	30,560.46	68.55%
其他口腔清洁护理用品	2,554.32	8.13%	4,195.40	6.72%	3,950.11	8.39%	3,276.18	7.35%
二、一次性卫生用品	**6,256.26**	**19.92%**	**13,036.36**	**20.89%**	**7,800.08**	**16.57%**	**10,745.47**	**24.10%**
湿巾	6,256.26	19.92%	13,036.36	20.89%	7,800.08	16.57%	10,745.47	24.10%
合　计	**31,414.16**	**100.00%**	**62,394.98**	**100.00%**	**47,061.40**	**100.00%**	**44,582.12**	**100.00%**

（二）公司主要产品

1、口腔清洁护理用品

（1）牙刷系列产品

产品分类		幼儿牙刷	儿童牙刷	成人牙刷			
				男士牙刷	女士牙刷	孕妇牙刷	情侣牙刷
按照消费人群分类	图例						
	主要技术特点	产品采用超柔刷丝，轻柔按摩牙龈，帮助乳牙健康萌出，给予乳牙温和清洁	产品采用儿童喜欢的刷柄造型设计，配合软毛刷丝、小刷头，适合儿童使用	刷柄设计粗犷、大刷头，达到有效清洁牙齿，适合男士使用	刷头大小适中，符合人体工学，采用尖端直径达0.01MM的刷丝，深度清洁牙齿缝、牙龈线及牙周，适合女生使用	采用4200根密集刷毛，可分散压力，使牙龈受力均匀，有效保护牙龈，适合孕产妇使用	刷柄造型针对情侣群体量身设计，采用大小刷头搭配，浪漫温馨，适合情侣使用
产品分类		备长炭刷丝牙刷	银离子刷丝牙刷	松盐刷丝牙刷	螺旋刷丝牙刷	钻石型刷丝牙刷	三角形橡胶刷丝牙刷
按照牙刷特征分类	图例						
	主要技术特点	采用含备长炭因子刷丝，有助于清除口腔异味，保持口腔清新	采用含银离子抗菌成分刷丝，有效抑制细菌滋生，尖端纤细柔软，呵	柔软刷丝中的松针提取物含有天然抗菌成分，清洁牙齿，健	采用螺旋细丝，对比传统刷丝，增加摩擦力，能更紧密接触牙齿，使清洁牙齿	菱形截面刷丝，增大刷丝与牙齿表面的摩擦力，并能增加清洁效果	采用三角形橡胶刷丝，独特的形状及外层的橡胶材质，清洁牙齿的同时并

			护牙龈健康	康口腔	简单有效		能按摩牙龈。
产品分类		**竹节刷丝牙刷**	**星光刷丝牙刷**	**异芯丝牙刷**	**褪色丝牙刷**	**羽绒丝牙刷**	**交叉刷毛牙刷**
按照牙刷特征分类	**图例**						
	主要技术特点	采用竹节形刷丝，增加刷丝与牙齿表面的摩擦力，增强清洁效果	刷丝内添加了炫亮颗粒，使刷丝外观更加亮丽。	采用双色异芯丝，密集植毛，可均匀分散压力，舒适清洁。	独特刷丝褪色技术，随着使用时间的增加，顶端逐渐褪色，起到提示消费者及时更换牙刷作用	刷丝顶端一分多丝，轻柔呵护牙龈，密集清洁，呵护牙龈。	斜向多角度刷毛，前后有效触及并剔除牙刷表面及牙齿间隙中的污垢，增加清洁效果
产品分类		**抗菌牙刷**	**亮白牙刷**	**护龈牙刷**	**磁力按摩牙刷**		**牙科专用牙刷（正畸牙刷、种植牙牙刷）**
按照牙刷功能分类	**图例**						
	主要技术特点	刷头采用抗菌材料，结合抗菌因子技术，抑制细菌滋生，保护口腔健康	采用橡胶刷毛，达到按摩牙龈作用同时，增强摩擦力，起到亮白牙齿作用	采用细软刷毛，尖端直径可达0.01MM，弹性柔软，呵护牙龈	牙刷柄部按手位置镶嵌磁铁，刷牙过程中，起到按摩作用并具备防滑效果。		采用凹、凸形切毛设计，紧凑型刷头，可清洁牙套、牙箍中的托槽、弓形丝等部位，保持口腔健康。
产品分类		**热熔高密毛牙刷**	**聚酯注胶毛牙刷**	**传统型植毛牙刷**			
按照生产工艺分类	**图例**						
	主要技术特点	采用进口无铜片热熔植毛技术，对比倍加洁普通植毛牙刷，刷毛数量成倍增加，达到更好的清洁效果。	刷头采用软胶材质，一体注胶成型，添加抗菌成分，有效抑制细菌滋生，软胶材质可按摩牙龈。	采用传统的植毛技术，利用金属片将刷毛固定在牙刷头部的刷孔中，配以不同类型的刷丝达到不同的清洁效果			

（2）其他口腔清洁护理用品

产品系列	主要技术特点	图例
牙线	尼龙、PTFE、丝线等不同材质和捻度的牙线，具备顺滑、不易分叉和断裂等特点，加上不同功能的配方，有清洁、护理和保护牙龈等功能；产品有 10、50、100 和 200 米等各种长度，适合旅行和日常生活使用。公司在 GMPC 的生产环境中生产，通过了 ISO9001、ISO22716 和 ISO13485、BRC 相关认证。	
齿间刷	采用美国进口杜邦细 2-2.5mil 刷丝，德国进口钢丝，不易断裂，韧性好，可生产不同的通过孔径的产品，系列化的设计和开发，给消费者提供更多的选择；制造设备为德国进口的自动化高速机，具备生产、在线检测等功能。	
牙线签	选用尼龙、PTFE 等不同材质线材，平行弥合弹性好，轻松滑入齿间，手柄采用多种造型设计，方便使用和清洁齿间，是日常口腔护理用品之一。公司采用自主开发的自动化生产设备，具备效率高、质量稳定等特点。	
假牙清洁片	公司开发多种配方，富含活性氧及高效杀菌成分，能有效清除牙垢、牙菌斑，针对顽固污渍有一定的清洁效果。清洁假牙，保持口气清新。	

2、一次性卫生用品

分类	产品系列	主要技术特点	图例
湿巾	病患湿巾（健康护理）	采用柔厚水刺无纺布为原料，医用级 EDI 精制纯化水生产，达到中国药典和美国药典的卫生要求，特别添加温和清洁护肤成分，有效清洁和呵护病患肌肤。	
	婴儿湿巾（婴儿护理）	采用柔厚水刺无纺布为原料，医用级 EDI 精制纯化水生产，通过皮肤科致敏性测试和刺激性测试，弱酸型配方，富含有机护肤成分，有效清洁宝宝幼嫩肌肤，并给予温和呵护。	
	洁面湿巾/私护湿巾（个人护理）	采用柔厚水刺无纺布为原料，医用级 EDI 精制纯化水生产，温和低敏，洁面湿巾可迅速卸除彩妆。私护湿巾富含舒缓提取液，用于日常私处清洁，方便卫生。	

	宠物清洁湿巾（宠物护理）	采用柔厚水刺无纺布为原料，医用级纯水精制，温和低敏，有效清洁宠物的爪、面部以及全身。	
	家居清洁湿巾（家居护理）	采用清洁力强的网孔水刺无纺布，精制 RO 纯水生产，含有表面活性剂成分和有机溶剂，清新香型，快速有效清除家庭各种表面的残留油渍污垢。	
	车用清洁湿巾（汽车清洁）	采用清洁力强的水刺无纺布，精制 RO 纯水生产，含有表面活性剂成分和护理剂，快速有效清除汽车内部、外部、座椅、仪表盘等各种表面的灰尘污垢。	

二、发行人所处行业基本情况

公司主要产品包括牙刷、牙线、齿间刷、牙线签、假牙清洁片以及湿巾等。按照产品特点和用途划分，公司所处行业属于口腔清洁护理用品行业及一次性卫生用品行业。

公司生产的牙刷系列产品，根据《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），归属于“C 制造业－C41 其他制造业”；根据《国家国民经济行业分类》（GB/T4754-2011），归属于“C 制造业－C41 其他制造业－C411 日用杂品制造－C4111 鬃毛加工、制刷及清扫工具制造”。

公司生产的牙线、齿间刷、牙线签、假牙清洁片等产品，根据《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），归属于“C 制造业－C26 化学原料和化学制品制造业”；根据《国家国民经济行业分类》（GB/T4754-2011），归属于“C 制造业－C26 化学原料和化学制品制造业－C268 日用化学产品制造－C2683 口腔清洁用品制造”。

公司生产的湿巾系列产品，主要采用纸类原材料，属于纸制品，生产过程不涉及造纸环节，按照原材料构成划分，根据《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），属于“C 制造业－C22 造纸和纸制品业”；根据《国家国民经济行业分类》（GB/T4754-2011），属于“C 制造业－C22 造纸和纸制品业－C223 纸制品制造－C2332 其他纸制品制造”。

发行人所属行业如下图所示：

（一）口腔清洁护理用品行业基本情况

1、行业主管部门、监管体制、主要法律法规及政策

（1）行业主管部门和监管体制

口腔清洁护理用品行业曾经由国家轻工部门管理，从轻工业部到中国轻工总会、国家轻工业局，口腔清洁护理用品的生产一直由该部局的日化部门管理。2000年3月，国家轻工业局撤销，行业管理由行业协会承担，中国轻工业联合会负责协调。此后，行业的产业政策由国家发改委审批颁布，行业标准先是由发改委审批，后改为国家工信部审批，行业的生产质量监督则由国家质检总局负责。如今，口腔清洁护理用品行业监管已基本形成了政府监督、行业自律、企业为责任主体的自律模式。

口腔清洁护理用品行业自律管理机构包括中国日用杂品工业协会牙刷分会、中国口腔清洁护理用品工业协会等。行业协会负责提出并起草行业强制性技术要求、强制性管理文件、行业自律体制等。

（2）主要法律法规及政策

口腔清洁护理用品与人们的日常生活密切相关，其安全卫生指标关乎人身健康安全。与口腔清洁护理用品相关的标准、法律法规及政策如下：

① 行业标准

技术标准名称	颁布单位	实施日期
GB 19342-2013 牙刷	国家质检总局、国家标准化管理委员会	2014 年
GB 30002-2013 儿童牙刷	国家质检总局、国家标准化管理委员会	2014 年
GB 30003-2013 磨尖丝牙刷	国家质检总局、国家标准化管理委员会	2014 年
GB 8372-2008 牙膏	国家质检总局、国家标准化管理委员会	2009 年
QB/T 4745-2014 舌刮器	国家工信部	2014 年
QB/T 4748-2014 牙线	国家工信部	2014 年
QB/T 4749-2014 牙线棒	国家工信部	2014 年
QB/T 4750-2014 活动义齿（假牙）清洁剂	国家工信部	2014 年

② 行业法律法规

法律法规名称	颁布单位	生效日期
《中华人民共和国产品质量法》	全国人大常委会	2000 年
《中华人民共和国消费者权益保护法》	全国人大常委会	2014 年
《中华人民共和国价格法》	全国人大常委会	1998 年

③ 行业主要政策

相关政策名称	颁布单位	发布日期
《质量发展纲要（2011-2020 年）》	国务院	2012 年
《中国制造 2025》	国务院	2015 年
《国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》	全国人大	2016 年
《贯彻实施质量发展纲要 2016 年行动计划》	国务院	2016 年
《轻工业发展规划（2016-2020 年）》	国家工信部	2016 年
《中国口腔清洁护理用品行业“十三五”发展规划》	中国口腔清洁护理用品工业协会	2016 年
《“健康中国 2030”规划纲要》	国务院	2016 年

2、口腔清洁护理用品行业基本情况及发展趋势

（1）口腔清洁护理用品行业简介

口腔清洁护理用品是用来保持口腔清洁、预防口腔疾病、维护口腔健康的产品，其与人民生活息息相关，品类多种多样，最主要的用品为牙刷和牙膏，其他

口腔清洁护理用品还包括牙线、牙线签、齿间刷、牙签、牙贴、婴幼儿磨牙器具、漱口水、假牙清洁片、牙粉、口喷雾等产品。

公司生产的口腔清洁护理用品主要产品包括牙刷、牙线、齿间刷、假牙清洁片、牙线签等。

（2）口腔清洁护理用品行业发展现状

口腔健康是个人健康的重要体现，口腔清洁护理是人们日常生活中必不可少的一个程序。根据世界卫生组织对口腔健康的定义，口腔健康是指“牙齿清洁、无龋洞、无痛感，牙龈颜色正常、无出血现象”。根据原国家卫生部发布的《口腔健康核心信息和知识要点》，牙周病和龋病是最常见的口腔疾病，第三次全国口腔健康流行病学调查显示，我国中老年人牙周健康率不足 15%，5 岁儿童乳牙龋病的患病率为 66%，中年人和老年人龋病的患病率分别为 88.1%和 98.4%。而口腔疾病是可以预防、控制和治疗的，良好的口腔卫生习惯与定期口腔专业保健相结合可维护口腔健康，促进全身健康。同时该书还建议，人们应养成良好的口腔卫生习惯，早晚刷牙、餐后漱口，使用牙线或牙间刷。

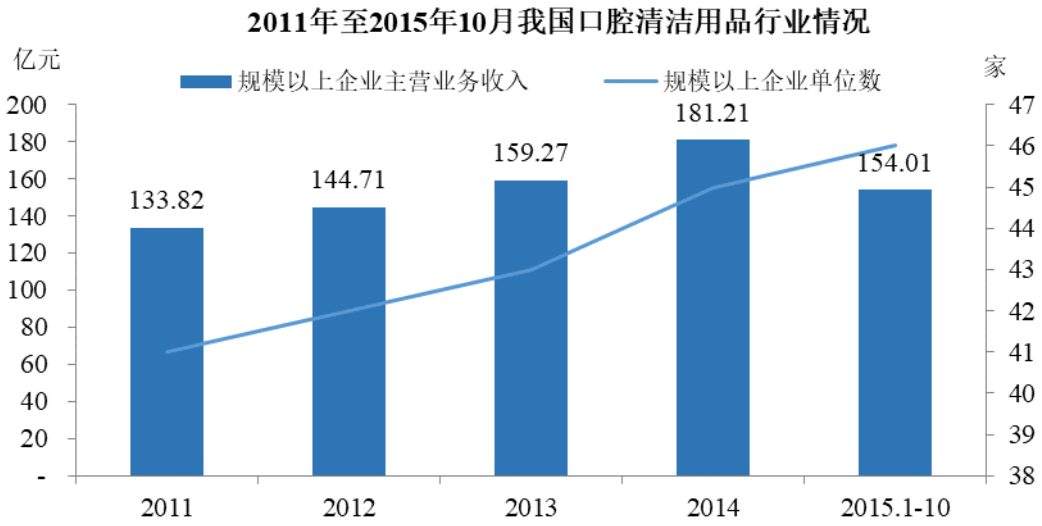
随着人们对口腔健康认识的不断提高，近年来，口腔清洁护理用品行业也稳定发展。牙膏仍然在口腔护理用品市场占主导地位，随着消费者逐渐建立起定期更换牙刷的口腔健康意识，牙刷产品市场也正保持良好发展态势。近年来，除牙刷以外的其他口腔清洁器具产品也迅速发展，消费者对牙线、牙线签、舌刮器等产品需求也不断增长。

根据中国口腔清洁护理用品工业协会的报告，“十二五”期间，我国口腔清洁护理用品继续以平稳速度发展，牙膏、牙刷等主要产品生产量增长 20%以上。“十二五”期间，行业标准化组织有效运行，完善了牙膏、牙刷标准体系，制定和实施了舌刮器、牙线及牙线签等其他口腔清洁护理用品标准，修订和提升了相关产品的国家标准。

根据国家统计局的统计，2011 年至 2014 年，我国口腔清洁用品行业规模以上企业从 41 家增加到 45 家，主营业务收入从 133.82 亿元增长至 181.21 亿元，年均增长 10.64%；利润总额从 15.94 亿元增长至 31.28 亿元，年均增长 25.2%。

2015 年 1-10 月，全国 46 家规模以上口腔清洁用品行业企业累计产品销售收入 154.0 亿，比去年同期增长 1.78%，累计利润总额 33.0 亿，比去年同期增长 22.35%。

根据国家统计局的统计，2011 年至 2015 年 10 月，我国口腔清洁用品行业发展情况如下图所示：



数据来源：国家统计局，其中 2015 年数据为 1-10 月数据

① 牙刷市场的发展现状

牙刷与人们的日常生活密不可分，是人们日常口腔清洁护理的最主要工具之一。牙刷作为清洁牙齿的工具，通过挤有牙膏的牙刷在牙齿的牙釉质、牙龈上磨擦，可机械性地祛除牙菌斑，清除牙齿上的实物残渣和外源性的着色，预防龋病发生，同时还可以按摩牙龈促进牙周组织的血液循环和龈上皮的增生，增强防御能力，维护牙周组织的健康。选用合适的牙刷和优质的牙膏，采用正确的刷牙方法、合理地控制刷牙时间，做到有效刷牙，就能避免龋齿、牙本质敏感、牙龈炎和牙周炎等口腔疾病，保持口腔健康。

按照消费人群分类，牙刷可分为婴幼儿牙刷、儿童牙刷、成人牙刷等（主要包括男士牙刷、女士牙刷、孕妇牙刷、情侣牙刷等）；按照牙刷特征分类，牙刷可分为备长炭刷丝牙刷、银离子刷丝牙刷、松盐刷丝牙刷、螺旋刷丝牙刷、钻石型刷丝牙刷、三角形橡胶刷丝牙刷、竹节刷丝牙刷、星光刷丝牙刷、异芯丝牙刷、褪色丝牙刷、羽绒丝牙刷、交叉刷毛牙刷等；按照牙刷功能分类，牙刷可分为抑菌牙刷、亮白牙刷、护龈牙刷、磁力按摩牙刷、牙科专用牙刷（正畸牙刷、种植

牙牙刷）等；按照牙刷生产工艺分类，牙刷可分为热熔高密毛牙刷、聚酯注胶毛牙刷、传统型植毛牙刷等。

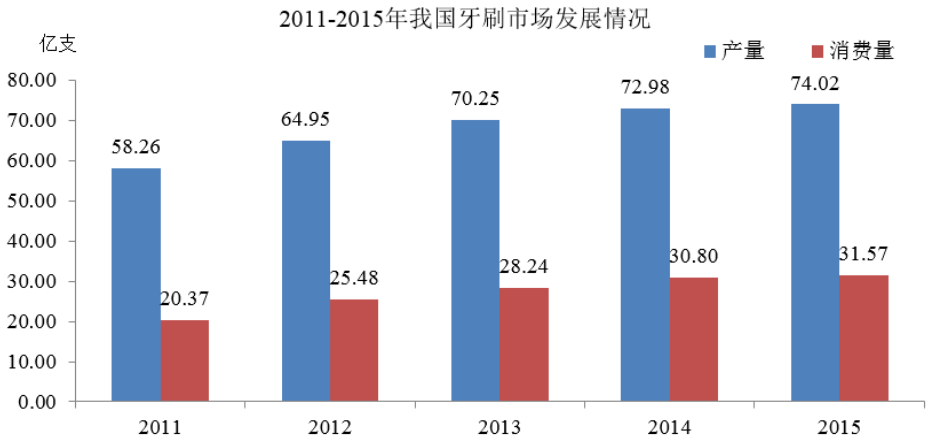
从全球市场来看，牙刷市场是个高度集中的市场，高露洁-棕榄、宝洁等在全球口腔清洁护理用品市场占有重要地位。根据高露洁-棕榄年报，2014 年至 2016 年，高露洁-棕榄手动牙刷（普通牙刷）产品占据全球市场份额分别达到 33.4%、34.7%和 33.1%。

我国是世界上牙刷生产量最大的国家，同时也是世界上牙刷消费量最大的国家，我国牙刷生产除了供给国内消费市场以外还大量出口全球。目前我国生产牙刷及日用口腔清洁器具的企业有近千家，主要分布在江苏、广东、湖北等地区。其中，江苏省扬州市杭集镇是我国著名的牙刷产业集聚地，聚集了高露洁三笑、倍加洁集团、三笑集团、兴盛刷业、晨洁日化等行业知名企业，不少企业为牙刷行业多个国家标准的主要起草单位，大量牙刷生产及配套企业在此集聚发展，从牙刷设备的生产、牙刷包装材料的配套、原材料的经销供应、产品储运、产品销售等，各企业和各环节之间分工协作、紧密配合，构建了从研发、设计、采购、生产、销售等分工协作的牙刷产业链，形成了独具特色的牙刷产业集群，被中国轻工业联合会授予“中国牙刷之都”称号。

从牙刷国内消费看，根据智研咨询[1]的统计，2011 年至 2015 年，我国牙刷产量从 58.26 亿支增长至 74.02 亿支，年均复合增长 6.17%；我国牙刷消费量从 20.37 亿支增长至 31.57 亿支，年均复合增长 11.58%。

2011 年至 2015 年，我国牙刷行业发展情况如下如下图所示：

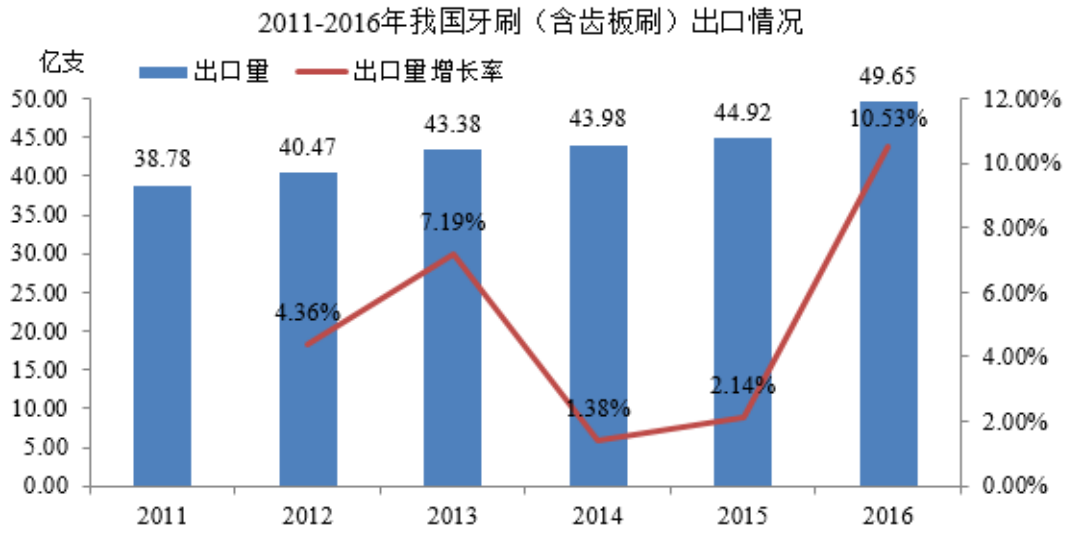
[1] 智研咨询：北京智研科信咨询有限公司，是国内专业的调研报告、行业咨询公司，研究涵盖机械、汽车、纺织、化工、轻工、冶金、建筑、建材、电力、医药等几十个行业。中国产业信息网是由智研咨询开通运营的一家大型行业研究咨询网站，主要致力于为各行业提供最全最新的深度研究报告，提供客观、理性、简便的决策参考，依托于各行业协会等资源优势，致力于发展中国机械电子、电力家电、服装纺织、轻工纸业、零售服务等行业信息咨询、市场研究的专业服务机构。智研咨询主办了中国产业信息网（http://www.chyxx.com）作为行业研究信息发布渠道。



数据来源：智研咨询

从上图可以看出，近年来我国牙刷保持平稳发展，牙刷产量逐年增加。随着国内消费者对口腔健康认识的不断提高和市场环境的进一步改善，我国国内牙刷消费量快速增长，2015 年我国国内牙刷消费量达到 31.57 亿支。

从出口消费情况看，根据中国轻工业联合会和海关总署统计数据，2011 年至 2016 年，我国牙刷（包括齿板刷，海关商品编码 96032100）出口数量保持平稳增长，从 38.78 亿支增长至 49.65 亿支，年均复合增长 5.07%，具体情况如下图所示：



数据来源：中国轻工业联合会，海关总署

此外，根据海关总署统计数据，2016 年我国牙刷（包括齿板刷）出口量排名前 10 位的国家和地区是美国、日本、印度、巴西、韩国、尼日利亚、英国、阿联酋、西班牙和中国香港。

② 其他口腔清洁护理用品市场的发展现状

其他口腔清洁护理用品主要包括牙膏、牙线、齿间刷、牙签、牙贴、婴幼儿磨牙器具、漱口水、假牙清洁片、牙粉、口喷雾等。

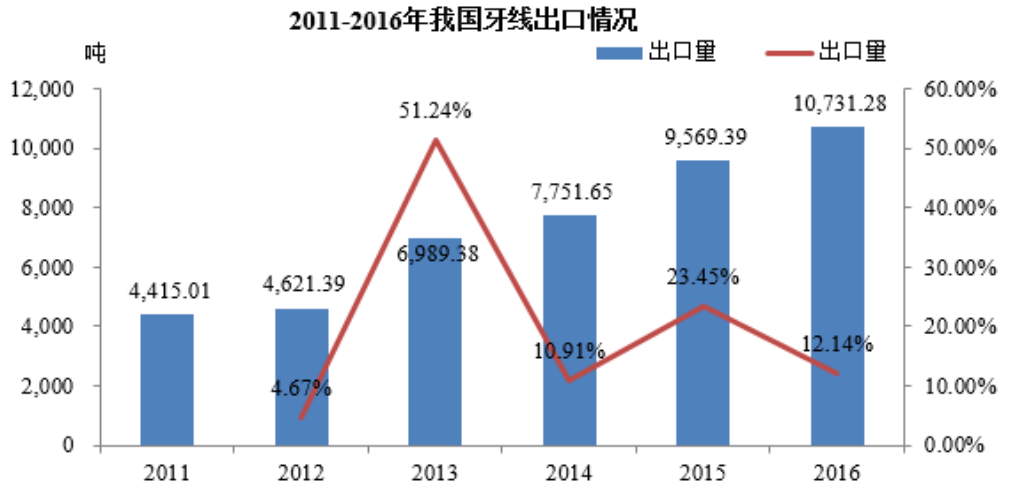
牙膏是人们日常口腔清洁护理的最主要洁齿剂之一，配合牙刷使用达到清洁口腔，避免口腔疾病，保持口腔健康的效果。牙线、牙线签是用合成纤维、固定支架或其他材料组成，用来清洁牙齿邻面附着物，起到清洁口腔作用。舌刮器则是用来清洁舌垢的日用口腔器具。漱口水、牙粉、口喷雾、假牙清洁片等具有与牙膏类似的使用效果，方便不同消费人群的不同消费习惯和需求。

牙膏产品是口腔清洁护理用品中市场规模最大的一类产品。国内习惯上将牙膏产品划分为普通牙膏、药物牙膏、中草药牙膏、脱敏牙膏等。根据中国口腔清洁护理用品工业协会的报告，“十二五”期间，我国牙膏等主要产品生产量预计增长 20%左右，规模以上牙膏生产企业销售收入 2015 年达 220 亿元人民币，年增长 12%左右；“十二五”期间，我国牙膏出口量预计增长 50%，平均年增长 10%，出口国家和地区保持在 110 多个。

牙线产品是除牙膏、牙刷之外，市场规模较高的一类口腔清洁护理用品。牙线在市场上的出现，堪称洁齿方式的一次新革命，成千上万的人从中受益匪浅，缓解了部分牙病的困扰，保持牙周健康。牙线在发达国家的使用已经是极为普遍，是人们不可缺少的生活必需品，饭后使用牙线对齿间进行清洁，成为日常生活中重要的一个口腔护理清洁程序。

较海外发达国家相比，我国国内消费者牙线消费习惯尚未完全培养，牙线消费市场尚处于发展阶段。从出口情况来看，根据海关总署统计数据，2011 年至 2016 年，我国牙线出口数量从 4,415.01 吨增长至 10,731.28 吨，年均复合增长率为 19.44%。

2011 年至 2016 年，我国牙线（清洁牙缝用纱线，海关商品编码 33062000）出口情况如下图所示：



数据来源：海关总署，Wind 资讯

此外，根据海关总署统计数据，2016 年我国牙线出口量排名前 10 位的国家和地区是美国、日本、德国、英国、中国香港、荷兰、泰国、澳大利亚、瑞典和西班牙。

随着消费者口腔健康意识的不断增长，以及对不同功效的口腔清洁护理用品的差异化需求，牙线、齿间刷、牙签、牙贴、婴幼儿磨牙器具、漱口水、假牙清洁片、牙粉、口喷雾等产品的消费市场规模也将逐步扩大。

（3）口腔清洁护理用品行业未来发展趋势

① 牙刷市场的未来发展趋势

牙刷作为人们日常口腔清洁护理的最主要工具之一，属于生活必需品，价值相对较低，需求弹性较小，具有刚性需求，且与人口增长正相关，市场需求较为稳定。

根据口腔护理专家的建议，牙刷一般需要 3 个月换一次。牙刷使用一段时间后，刷毛中间和刷毛根部会残留许多食物残渣，在牙刷底壁上会有残留的牙膏垢以及各种杂质、无定形物质等。不仅如此，刷毛随着使用时间的增长，会发生严重变形，跟使用时间长短成正比。虽然牙刷上的细菌会因为个人卫生习惯有所变化，但因为牙刷使用时间越长越容易变形，3 个月更换一次牙刷是非常有必要的。

随着人们生活水平的提高及口腔护理保健意识的增强，人们更换牙刷的频次

也将逐步增长，牙刷市场发展潜力巨大。根据智研咨询的统计，2015 年我国牙刷产量达到 74.02 亿支。根据《中国口腔清洁护理用品行业“十三五”发展规划》，“十三五”期间我国牙刷产量将增长 20%。据此测算，到 2020 年，我国牙刷产量将达到 88.82 亿支。

根据世界银行的数据统计，2016 年全球人口总量达到 74.42 亿人，其中 15-64 岁人口占比为 65.5%，约为 48.36 亿人。根据原国家卫生部制定的《中国居民口腔健康指南》，一般应每 3 个月左右更换一把牙刷。因此，每人每年应使用 4 支牙刷。按照 15-64 岁人口数据进行保守计算，全球牙刷的理论年消费总量为 193.44 亿支。

此外，牙刷市场也呈现一些新的发展趋势。从牙刷材质看，更软更细的刷毛以及更小的刷头更受市场欢迎，软毛牙刷的销售份额在市场上占据绝对优势，细毛、小刷头牙刷增长迅猛；从使用对象看，专门针对儿童的产品越来越流行，儿童牙刷市场增长迅速。

② 其他口腔清洁护理用品市场的未来发展趋势

随着人们口腔健康意识的不断提升和收入水平的提高，牙膏和牙刷在低收入消费者中渐渐普及，牙线、牙线签、漱口水、齿间刷等其他口腔清洁护理用品展现出了巨大的市场潜力。根据《中国口腔清洁护理用品行业“十三五”发展规划》，“十三五”期间，牙膏产品产量平均每年增长 3%，2020 年达到 67 万吨；漱口水增长 30%以上，其他口腔清洁护理用品也将适量增长。

3、行业竞争格局和市场化程度

目前，国内口腔清洁护理用品市场主要呈现出三个梯队的竞争格局。第一梯队由国际知名行业巨头构成，在市场上占主导地位，实力强劲；第二梯队是由本土领军品牌组成，品牌知名度低于上述跨国企业，第三梯队则是由众多区域性品牌组成。本土企业市场主要集中于国内，部分企业虽然有外销业务，但多数从事于贴牌加工，对自身的品牌开发、宣传力度不够，市场拓展力度有待提升。

公司口腔清洁护理用品主要包括牙刷以及牙线等，公司主要产品的行业竞争格局和市场化程度具体情况如下：

从牙刷国内消费市场看，根据智研咨询的统计，2011 年至 2015 年，我国牙刷产量从 58.26 亿支增长至 74.02 亿支，年均复合增长 6.17%；我国牙刷消费量从 20.37 亿支增长至 31.57 亿支，年均复合增长 11.58%。外资品牌仍在我国牙刷消费市场占据绝对优势，主要包括高露洁、黑人、三笑、佳洁士和狮王等。近年来，本土领军品牌在我国牙刷消费市场奋起直追，主要包括青蛙、舒客、可洁可净、纳美、冷酸灵等。

从牙刷出口消费情况看，根据中国轻工业联合会的统计，2011 年至 2016 年，我国牙刷（包括齿板刷，海关商品编码 96032100）出口数量从 38.78 亿支增长至 49.65 亿支，年均复合增长 5.07%。根据海关总署统计数据，报告期内，我国牙刷出口量排名前五名企业基本保持稳定，其中高露洁三笑始终保持出口数量第一，公司牙刷出口数量排名前列，我国牙刷出口量排名前五的企业情况如下：

企业名称	2016 年度 出口量排名	2015 年度 出口量排名	2014 年度 出口量排名
高露洁三笑有限公司	1	1	1
常州大亚进出口有限公司	2	4	4
龙昌日用品工业（南宁）有限公司	3	2	3
舒美实业（河北）有限公司	4	3	2
倍加洁集团股份有限公司 （或公司前身扬州明星牙刷有限公司）	**5**	**5**	**5**

数据来源：海关总署

公司牙线产品主要以出口为主，从牙线出口消费情况看，根据海关总署统计数据，2011 年至 2016 年，我国牙线（清洁牙缝用纱线，海关商品编码 33062000）出口数量从 4,415.01 吨增长至 10,731.28 吨，年均复合增长率为 19.44%。报告期内，我国主要牙线出口企业基本保持稳定，具体情况如下：

企业名称	2016 年度 出口量排名	2015 年度 出口量排名	2014 年度 出口量排名
菏泽好达实业有限公司	1	1	1
汉斯家庭用品（上海）有限公司	2	4	4
舒美实业（深圳）有限公司	3	2	3
扬州美星口腔护理用品有限公司	**11**	**6**	**6**

数据来源：海关总署

4、进入本行业的主要障碍

（1）渠道壁垒

口腔清洁护理用品属于大众消费品，其销售需要与大型商超、品牌运营商、经销商等建立合作关系，以保障销售渠道的稳定性。先进入者往往经过长期的资金与时间投入，建立了覆盖广泛、布局纵深、成熟稳定的渠道网络，一旦下游客户与上游供应商形成了战略合作关系后，往往会巩固和发展这一合作关系，一般不会随意更换供应商。新进入者要进入大型商超或获得品牌运营商的订单，必须获得客户的信任并通过客户全方位的认证，商超渠道资源有限，进入商超需要支付进场费、条码费等高额的渠道费用，而获得品牌运营商的订单则涉及企业管理体系、技术水平、生产能力等各个方面，整个认证过程需要很长的时间才能成为其合格供应商。

（2）先进制造技术壁垒

牙刷、牙线、齿间刷、牙线签等口腔清洁护理用品具有规格型号多、批量多的特点，需要较高的柔性化、自动化先进制造技术，以产品工艺设计为先导，以数控技术为核心，自动化地完成企业多型号、多批量的加工、制造、检测、包装等过程。先进制造技术涉及到计算机、控制、信息、质量控制与生产管理等技术，需要企业具备相应的设备开发及应用能力。在劳动力成本的持续上涨、消费者对产品的精细化、精美度要求不断提高的趋势下，只有采用先进技术改变传统的劳动密集生产模式，才能进入该行业的中高端市场。

（3）品牌壁垒

品牌知名度是企业产品质量、市场网络和口碑等多方面因素的综合体现。随着居民生活水平的提高和消费理念、消费方式的转变，品牌认知度和信赖度已经成为消费者选择口腔清洁护理用品的重要依据。由于产品与人体直接接触的特性，消费者在对口腔清洁护理用品的质量有着较高要求的同时，也对产品的多功能、专业性有了更多的诉求，从而对品牌存在着更大的依赖度。建立品牌知名度需要大量的资源投入以及较长时间的塑造。目前，国内市场品牌繁多，部分国际品牌和国内领军品牌已获得绝大部分消费者的认可，取得了较高的市场认知度，新进企业在短时间内较难与已具有品牌优势的企业开展竞争。

（4）专业人才门槛

口腔清洁护理用品行业涉及较为专业的生产工艺流程，需要建立完整的专业人才团队。以牙刷产品为例，牙刷生产是集模具开发、注塑、注胶、植毛、包装等工艺技术于一体的制造业，需要设备调试、工艺研发、自动化控制、检验检测等跨领域、多学科的专业人才。生产过程的工艺控制需要经验丰富的工程师和大量熟练的产业技术工人相互配合，才能够保证工艺的稳定性和产品的高质量，这类专业人才需要历经长期生产技术实践的磨炼才能培育与成长。目前，行业内掌握核心技术，具备丰富研发、检测和生产经验的专业人才十分缺乏。因此新进入者一般难以满足高端应用领域的人才要求和经验积累要求。

（5）资金规模门槛

进入口腔清洁护理用品行业一般需要强大的资金实力支持，主要体现在：一是购置先进的生产设备需要大量资金，设备配置的先进性在很大程度上决定了产品的品质、生产能力和生产效率等；二是包装材料、塑料粒子、刷丝、化学品等大批量的原材料采购，需要较高的资金需求；三是销售渠道费用较高、向客户提供信用期等行业特点都对企业资金实力提出较高要求；四是口腔清洁护理用品更新换代速度快，企业需要大量的研发资金投入以保障产品的竞争力。

5、行业利润水平的变动趋势及变动原因

口腔清洁护理用品行业厂家数量和产品种类较多，因品牌影响力、产品结构、管理水平等因素，不同厂家的利润率差异较大；因市场定位、原材料、生产工艺等因素，不同产品种类的毛利率差异也较大。

以自主品牌销售为主的口腔清洁护理用品生产商，如果拥有自主品牌优势，则其品牌定价能力较强，产品毛利率较高，盈利能力较强，而对于缺乏品牌优势的中小厂商，直接面临行业同类厂家低水平的价格竞争，盈利能力较弱。

以贴牌销售为主的口腔清洁护理用品生产商，在原材料、生产工艺、生产环境、生产规模、交期能力、自主研发创新能力等方面具有优势的企业，产品毛利率较高，盈利能力较强。

行业未来利润空间取决于企业的品牌运营、产品结构、管理水平、生产规模和自动化水平等。随着消费者口腔健康意识的提高，我国口腔清洁护理用品市场

容量巨大，此外得益于人们生活水平的提高，中高端产品的需求呈现快速上升趋势，市场预期良好，行业仍将呈现稳定发展，行业利润水平保持相对稳定的水平。

6、影响行业发展的有利和不利因素

（1）有利因素

① 产业政策的大力扶持和引导有利于行业规范、健康地发展

国家陆续出台了《国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》、《中国制造2025》、《轻工业发展规划（2016-2020 年）》、《中国口腔清洁护理用品行业“十三五”发展规划》等发展规划，对口腔清洁护理用品行业发展形成有利的促进环境。

《中国口腔清洁护理用品行业“十三五”发展规划》提出：继续落实“轻工业调整和振兴计划”，以建设口腔清洁护理用品生产强国，促进我国人民口腔健康水平的不断提高；努力开拓国内市场，稳步发展国际市场，加快行业规模发展；加强本土品牌建设，促进本土企业发展；继续提高产品质量，确保产品安全；不断增强行业科技实力，推进自主创新；促进产品功能细化，发展创新时尚和高附加值的产品；继续完善行业标准体系，规范产品生产和市场销售宣传；进一步提高国民口腔健康意识。

一系列鼓励支持政策的出台，为本行业的发展奠定了良好的政策基础，有利于促进行业规范、健康地发展。

② 人们对口腔健康的重视程度不断地提高

随着各种媒体不断加强对口腔健康重要性的宣传，人们对口腔健康的意识也不断提升，开始保持刷牙的习惯以及提高刷牙的频次，相应地牙刷的替换也更频繁，牙膏用量也增加，推动了口腔清洁护理用品行业的稳定增长。与此同时，随着国民素质的提高和口腔健康理念的转变，社会消费结构逐渐向发展型升级。消费者对商品和品牌附加价值的认知程度逐渐提高，消费心理和需求逐渐呈现出多样化和个性化的特点，中高端产品需求增长，从而为口腔清洁护理用品行业发展提供了更为广阔的空间。

③ 人们收入水平的不断提升可带动口腔清洁护理用品行业持续增长

口腔清洁护理用品的消费与人们的收入水平存在正相关关系。近年来，人们的收入水平不断提升，由于口腔清洁护理用品价格相对较低，人们的使用频次也相应有所提升。居民收入水平的显著提升，社会健康意识的提高以及国家鼓励消费，产业政策扶持等因素，均为口腔清洁护理用品行业的快速发展提供了良好的环境和巨大的市场空间。此外，从国外市场看，在一些中低收入国家，伴随着人们收入的增长，对口腔健康也越来越重视。随着更多低收入人群有经济能力频繁购买这些产品，口腔清洁护理用品行业迅速发展。

④ 零售行业的快速发展为口腔清洁护理用品行业的发展提供了渠道支撑

口腔清洁护理用品销售终端的发展在一定程度上决定着行业的市场规模。我国零售行业发展迅速，各种形态的销售终端如国际性大卖场、本土大型连锁超市、中小型超市、便利店、食杂店等遍布于城市甚至农村地区；此外，网络电商近年来蓬勃发展，也成为口腔清洁护理用品重要的销售平台。各种形态的销售终端能够满足不同消费者的消费需求，在一定程度上为口腔清洁护理用品行业的发展提供了渠道支撑。

（2）不利因素

① 行业竞争激烈

口腔清洁护理用品行业因行业门槛相对较低、产品差异性较弱、中低端市场品牌较多、生产厂商较多、市场较为分散等因素，其竞争较为激烈，为了维持生存和发展，部分小企业的不规范竞争行为在加剧行业竞争的同时，也影响了行业整体发展水平的提高。中高端市场中，虽然部分本土领军品牌已获得消费者的认可，取得了一定的市场认知度，但外资品牌仍占据中高端市场较大份额。

② 劳动力成本不断上涨

当前，劳动力成本上升是大势所趋，是国内企业共同面临的问题。员工工资的不断提高，有利于企业的长远发展和社会稳定，也是企业社会责任的体现。虽然近年来口腔清洁护理用品行业生产自动化水平不断提升，但仍属于劳动密集型产业。如果国内劳动力成本持续上升，将在一定程度上影响口腔清洁护理用品行业未来的利润水平。

③ 国际石油价格波动幅度较大

口腔清洁护理用品行业主要原材料塑料粒子、刷丝、原料线等均为石油化工的衍生产品，近年来石油价格的波动幅度较大，由此对口腔清洁护理用品行业原材料采购价格和产品的定价体系都产生了一定的影响。

7、行业技术水平及技术特点

口腔清洁护理用品行业与人们的日常生活息息相关，其技术水平直接影响着消费者的口腔健康与使用体验。口腔清洁护理用品行业的技术水平主要体现在生产设备自动化，研究和质量控制条件，原材料、生产环境和产成品微生物指标的检测能力等方面。

生产设备自动化方面，口腔清洁护理用品行业主要生产厂家采用自动化生产设备，并可电脑控制各工序压力、温度及生产速度。这种生产工艺既减少了用工、提高了生产效率，同时也保证了生产过程中产品质量的稳定性。行业技术领先的企业不断研发新的自动化程度更高、连续性更好的制造技术，以提高生产效率。同时，在连续自动的生产环境中生产，可有效避免外部环境接触，保证产品质量。

研究与质量控制条件方面，口腔清洁护理用品行业内主要厂家建立了以化学研究和分析为主的实验室，部分技术领先的生产企业不仅可以按照国家标准中规定的常规项目对口腔清洁护理用品的原材料和成品进行检验，还可以对产品保质期内的稳定性、特定成分的含量进行分析，从而可以快速地按客户要求开发出新产品，并提高了产品研发的成功率。

原材料、生产环境和产成品微生物指标的检测能力方面，目前口腔清洁护理用品行业内规模化的生产企业实现了对重点原材料来料、每批产成品微生物污染水平的控制。部分技术领先的生产企业还建立了自己的微生物检测分析室，并具有对杀菌性能分析、研究的实验条件。

8、行业的经营模式

（1）经营模式

根据口腔清洁护理用品行业的发展阶段及各种经营模式的特点，目前我国口

腔清洁护理用品制造企业的经营模式主要包括：

① 贴牌加工：贴牌加工又可进一步分为 OEM 和 ODM 生产。

以生产制造为核心竞争优势的 OEM 企业，主要聚焦于生产管理与加工工艺的技术能力，依靠较高的生产效率带来较低的生产成本，依靠较高的制造工艺水平带来较高的产品档次。此种经营模式的企业主要为国内外品牌商提供代工服务，获得生产制造环节的利润。

以产品研发设计为核心竞争优势的 ODM 企业，在 OEM 较为成熟的基础上，着重发展研发设计，为第三方品牌公司设计、生产制造出以其品牌出售的商品。此种经营模式的企业通过自身的创新获得竞争优势及溢价权，从而为企业在生产制造的基础上实现更大的盈利。

② 自主品牌：采取这种模式的企业，为自行创立及拥有自主品牌的原始品牌制造商。该类企业关注消费者需求，聚焦于自主品牌核心价值打造，注重产品研发、市场营销与品牌推广，有完善的营销网络做支撑，为消费趋势的市场主导者。当消费者愿意为这样的产品支付更高的价格时，品牌效应便转化成品牌持有者的利润来源。

此外，部分口腔清洁护理用品制造企业兼具上述多种经营模式。

（2）生产模式

口腔清洁护理用品制造企业一般实行“以销定产”的经营方针，即每年根据上年销售情况和本年接单情况制定本年度销售计划，根据销售计划安排生产计划，每月的生产计划根据上月的生产销售情况和下月销售计划作适当调整。部分企业会在质量控制体系基础上，与外部加工厂商建立合作关系，以便在订单旺季期间，通过委托加工（外协加工）方式解决短期产能不足的问题。

（3）销售模式

国内市场主要包括贴牌销售、自主品牌销售两种模式。自主品牌销售一般包括经销、代销和直销模式，前两者主要包括国际性大卖场、本土大型连锁超市、中小型超市、便利店、食杂店等，后者主要是在天猫、京东等电商平台上进行自

主品牌直销。我国本土企业在国际市场上主要为贴牌销售，少数企业采取自主品牌销售模式。

9、行业的周期性、区域性或季节性特征

（1）周期性

口腔清洁护理是人们日常生活中必不可少的部分，口腔清洁护理用品作为保持口腔清洁、预防口腔疾病、维护口腔健康的产品，与人民生活息息相关，具有刚性消费特征，受经济周期波动影响较小。因此，本行业并无特别明显的周期性特征。

（2）区域性

口腔清洁护理用品行业区域集中度较高。从牙刷细分行业来看，目前我国生产牙刷及日用口腔清洁器具的企业有近千家，主要分布在江苏、广东、湖北等地区，其中，江苏省扬州市杭集镇是我国著名的牙刷产业集聚地，聚集了高露洁三笑、倍加洁集团、三笑集团、兴盛刷业、晨洁日化等行业知名企业，被中国轻工业联合会授予“中国牙刷之都”称号。

（3）季节性

口腔清洁护理用品作为日常生活用品，全年需求比较稳定，并没有明显的季节性特征。

10、上下游行业与本行业的关联性、上下游行业发展状况对本行业的影响

（1）本行业与上游行业之间的关联性及其发展状况对本行业的影响

口腔清洁护理用品行业的上游行业主要是石油化工行业和造纸行业。公司主要原材料包括塑料粒子、刷丝、胶料、PVC/PET 片材等原料，以及纸卡、纸盒、纸箱等包装材料。石油化工行业产品价格受国际石油价格影响，存在一定波动，会对本行业的生产成本造成一定影响。造纸行业产品标准化程度较高，价格主要由市场供需关系决定。

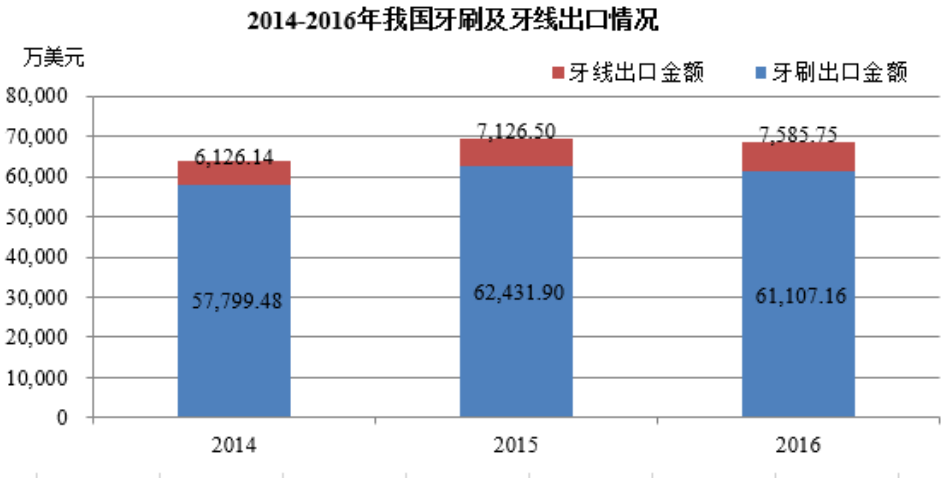
（2）本行业与下游行业之间的关联性及其发展状况对本行业的影响

口腔清洁护理用品通过国际性大卖场、本土大型连锁超市、中小型超市、便利店、食杂店、网络电商等销售终端面向消费者。消费者可支配收入状况、消费者的消费偏好、口腔健康意识等因素都将影响消费需求，进而影响口腔清洁护理用品的销售和未来的发展状况。

11、产品进口国的有关政策和影响

（1）产品出口概况

报告期内，我国口腔清洁护理用品行业出口贸易保持稳定。根据海关总署统计数据，报告期内公司主要口腔清洁护理用品牙刷及牙线的我国出口情况如下图所示：



数据来源：海关总署

公司主要产品的具体出口情况详见本小节之“2、行业基本情况及发展趋势”之“（2）口腔清洁护理用品行业发展现状”的具体内容。

（2）产品进口国的有关政策

欧盟和美国等国家和地区对于进口口腔清洁护理用品需要符合其相关的认证标准，一般来说首先要符合 ISO9001:2008 要求，属于欧美医疗器械和化妆品类别的，还需要分别符合 ISO13485:2003/EN ISO13485:2012 及 ISO 22716:2007（E）、US FDA GMPC 等要求；此外美国进口的医疗器械类口腔清洁护理用品还需在 FDA 进行产品登记注册，接受其监督管理；英国零售商 ODM 客户进口口腔清洁护理用品还需符合 BRC 消费品类认证。

（3）产品进口国同类产品的竞争格局

公司出口的口腔清洁护理用品目前主要销往欧洲、北美、亚洲等国家和地区。上述国家和地区与我国未发生针对口腔清洁护理用品的贸易摩擦。

公司出口的口腔清洁护理用品产品系为海外品牌/客户进行 ODM，报告期内公司出口的口腔清洁护理用品涉及的主要海外品牌/客户包括 TESCO、BOOTS、Dental B、Watsons、REACH、Walgreen、CVS、Target、Walmart、Primark、M&S 等。从全球市场来看，口腔清洁护理用品行业是个高度集中的市场，高露洁-棕榄、宝洁等在全球口腔清洁护理用品市场占有重要地位，相关进口国市场主要竞争对手主要为上述两家行业巨头。

（二）一次性卫生用品行业基本情况

1、行业主管部门、监管体制、主要法律法规及政策

（1）行业主管部门和监管体制

公司所处一次性卫生用品行业主管部门包括国家发改委、国家质检总局、国家卫生和计划生育委员会、国家食品药品监督管理局以及国家疾病预防控制中心等相关部门。

国家发改委负责规划、制定行业相关产业的发展政策；质检总局负责制定卫生标准，包括产品标准、生产环境卫生标准、消毒监测评价标准；卫生和计划生育委员会负责制定包括湿巾等产品在内的消毒类卫生用品行业的法律规范并实施卫生许可管理，明确消毒类卫生产品在生产、消毒、贮存、运输过程中的卫生要求及产品标识要求，对企业生产条件和卫生状况进行监管，并负责卫生用湿巾安全管理的综合监督，对卫生用湿巾进行检验，保证卫生用湿巾的卫生质量和使用安全；国家食品药品监督管理局依据国务院赋予的职能和国家有关法律法规对卫生用湿巾生产经营企业进行监督；国家疾病预防控制中心对公司产品质量进行监督，对生产过程和产品包装计量进行监管，对卫生用湿巾进行检验，保证卫生用湿巾的质量稳定性和使用安全。

公司所处一次性卫生用品行业的自律性组织为全国造纸协会生活用纸专业

委员会，其主要职责为加强生活用纸及一次性卫生用品行业自律，为企业提供技术咨询，强化与海外同行业的联系，提供国内外生活用纸发展的技术、经济和市场信息等。

公司所处一次性卫生用品行业实施标准化管理和认证管理，直接管理机构分别为全国标准化管理委员会和国家认证认可监督管理委员会。国家标准化管理委员会、国家认证认可监督管理委员会等部门发布了关于湿巾等产品的国家标准、行业标准和强制性认证等规则，实施市场准入和规范化管理。这些标准和规则构成了国内湿巾行业的监管体系。

（2）主要法律法规及政策

湿巾等一次性卫生用品与消费者生活及健康有着密切联系，国家对此类产品有严格的检测标准与监管要求。除单独规定一次性使用卫生用品、湿巾的技术标准外，国家也将此类产品列为消毒卫生产品，对其生产环境、生产设备、产品标签等方面进行约束与规范。公司生产经营涉及的主要法律法规及政策如下：

① 行业技术标准

技术标准名称	颁布单位	实施日期
GB 15979-2002 一次性使用卫生用品卫生标准	国家质检总局	2002 年
GB/T 27728-2011 湿巾	国家质检总局、 中国国家标准化管理委员会	2011 年

② 行业法律法规

法律法规名称	颁布单位	生效日期
《中华人民共和国产品质量法》	全国人大常委会	2000 年
《中华人民共和国消费者权益保护法》	全国人大常委会	2014 年
《中华人民共和国价格法》	全国人大常委会	1998 年
《消毒管理办法》	国家卫生部	2002 年
《消毒产品标签说明书管理规范》	国家卫生部	2006 年
《消毒产品生产企业卫生规范》	国家卫生部	2010 年
《消毒产品生产企业卫生许可规定》	国家卫生部	2010 年
《消毒产品卫生安全评价规定》	卫生和计划生育委员会	2014 年

③ 行业主要政策

法律法规名称	颁布单位	发布日期

《国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》	全国人大	2016 年
《轻工业发展规划（2016-2020 年）》	国家工信部	2016 年
《纺织工业发展规划（2016-2020）》	国家工信部	2016 年
《中国造纸协会关于造纸工业“十三五”发展的意见》	中国造纸协会	2017 年
《产业用纺织品“十三五”发展规划》	国家工信部、国家发改委	2017 年

2、行业基本情况及发展趋势

（1）一次性卫生用品行业简介

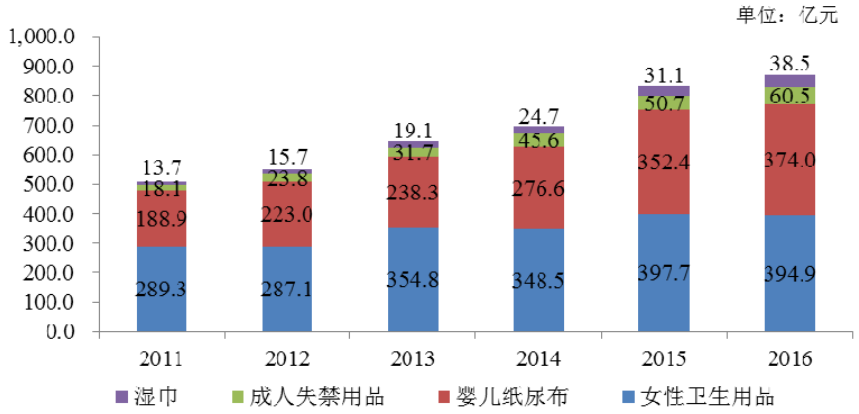
一次性卫生用品是指使用一次后即丢弃的、与人体直接或间接接触的、并为达到人体生理卫生或卫生保健目的而使用的各种日常生活用品。其中，具有纸制品属性的一次性卫生用品包括湿巾和吸收性卫生用品（涵盖女性卫生用品、婴儿纸尿布、成人失禁用品等）。本招股说明书中所述一次性卫生用品，如无特别注明，均指具有纸制品属性的一次性卫生用品。

经过 30 多年的发展，我国一次性卫生用品行业产品种类不断丰富、功能不断完善、普及程度不断提升，已成为与人民生活密切相关的重要行业。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计[2]，2016 年我国一次性卫生用品市场规模（市场总销售额）达到 867.9 亿元，比 2015 年增长 4.3%。在 2016 年的一次性卫生用品市场规模中，女性卫生用品市场规模为 394.9 亿元（占 45.50%），婴儿纸尿布市场规模 374.0 亿元（占 43.09%），成人失禁用品市场规模为 60.5 亿元（占 6.97%，湿巾市场规模为 38.5 亿元（占 4.44%）。

根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，2011 年至 2016 年我国一次性卫生用品行业主要产品市场规模情况具体如下图所示：

[2] 注：根据中国造纸协会生活用纸专业委员会发布的《2016 生活用纸行业年度报告》，2016 年在统计销售量时增加了上年的库存量，为便于比较，该报告将 2011-2015 年数据进行相应调整。
下文如无特别说明，招股说明书所引用一次性卫生用品行业主要数据均以《2016 生活用纸行业年度报告》统计口径为准。

2011-2016年我国一次性卫生用品行业主要产品市场规模情况



数据来源：中国造纸协会生活用纸专业委员会

由上表可以看出，我国国内一次性卫生用品市场近年来保持逐年增长势头，2011 年至 2016 年的市场规模（市场总销售额）逐年扩大，各类产品的消费量均有较大的增长，其中湿巾产品市场规模持续快速增长，由 2011 年的 13.7 亿元增长至 2016 年的 38.5 亿元，年均复合增长 22.96%。

由于本公司在一次性卫生用品领域的主要产品为湿巾，因此本节主要介绍湿巾行业的相关情况。

（2）湿巾行业发展现状

湿巾是以无纺布（非织造布）、织物、无尘纸或其他原料为载体，以纯化水为生产用水，适量添加防腐剂、消毒液、精华液、养护液等辅料，对人体或物体表面具有清洁、护肤、抑菌等作用的一次性卫生用纸。

按照应用对象划分，可分为人体用湿巾和物体用湿巾，前者主要用于个人卫生清洁护理，包括普通清洁、婴儿专用护理、女性专用护理、卸妆专用护理、病患专用护理及其他个人专用护理湿巾。后者主要用于物表清洁、擦拭与抑菌，包括电子产品清洁、厨卫用具清洁、家居产品清洁、饰物产品清洁、皮革养护清洁、汽车专用清洁及其他物用清洁湿巾。

按照功能特点划分，可分为普通湿巾、卫生湿巾。其中，普通湿巾仅具备擦拭清洁作用；卫生湿巾具有灭菌作用，对细菌杀灭率一般大于 90%。

20 世纪 70 年代起，湿巾作为一种餐饮清洁工具开始兴起。至 20 世纪 90 年

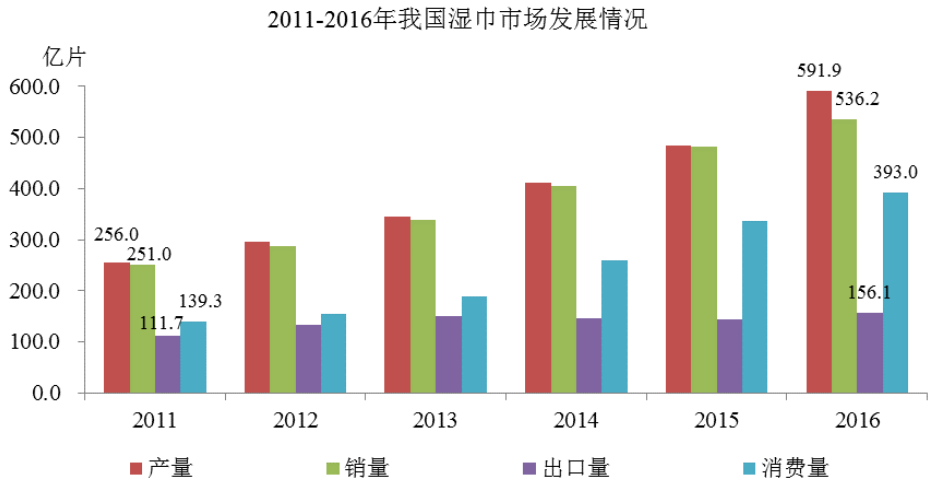
代，伴随着消费者卫生习惯养成和生活质量提高，湿巾的功能逐步由非必需品向生活必需品转化，其用途与应用领域均获得较大拓展。随着居民收入增加，健康意识的增强，消费者生活质量提高和卫生习惯的养成，对一次性卫生用品要求越来越高，湿巾逐渐成为人们的日常生活必需品。从全球范围看，湿巾消费市场率先在北美、西欧等发达国家启动，再逐步向亚太等发展中国家开拓，目前已经形成欧美市场成熟稳定、亚太市场蓄势待发的发展格局。

① 我国湿巾行业发展现状

湿巾是 2000 年前后才进入我国的“舶来品”，尽管国内市场湿巾普及率相对较低，但国内湿巾行业呈现高速发展态势。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，我国湿巾注册生产厂家已经超过 1,000 家，主要分布在浙江、广东、江苏、上海、福建、山东、辽宁、北京、湖北、安徽等地。

根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，2011 年至 2016 年，我国湿巾产量从 256.0 亿片增加到 591.9 亿片，年均复合增长率达到 18.25%；我国湿巾工厂销量从 251.0 亿片增加到 536.2 亿片，年均复合增长率达到 16.39%，其中我国湿巾出口销量从 111.7 亿片增加至 156.1 亿片，年均复合增长率为 6.92%。可以看出，随着我国湿巾市场需求的不断增长，我国湿巾出口销量增速逐步放缓，国内市场销量占我国湿巾市场工厂销量的比重也呈逐年上升趋势。

根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，2011 年至 2016 年，我国湿巾发展情况具体如下图所示：



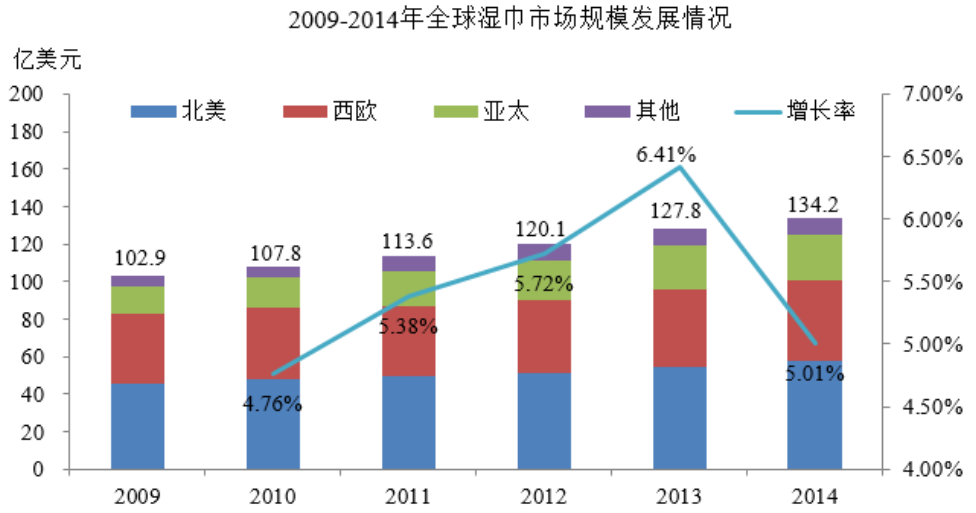
数据来源：中国造纸协会生活用纸专业委员会

② 全球湿巾市场规模发展现状

近年来，全球湿巾消费市场总体呈现逐年增长态势。从全球范围看，湿巾消费市场率先在北美、西欧等发达国家启动，再逐步向亚太等发展中国家开拓，目前已经形成欧美市场成熟稳定、亚太市场蓄势待发的发展格局。

A、全球湿巾市场规模概况

根据智研咨询的统计，2009 年至 2014 年，全球湿巾消费市场规模由 102.9 亿美元增长至 134.2 亿美元，年复合增长率为 5.46%，具体情况如下图所示：



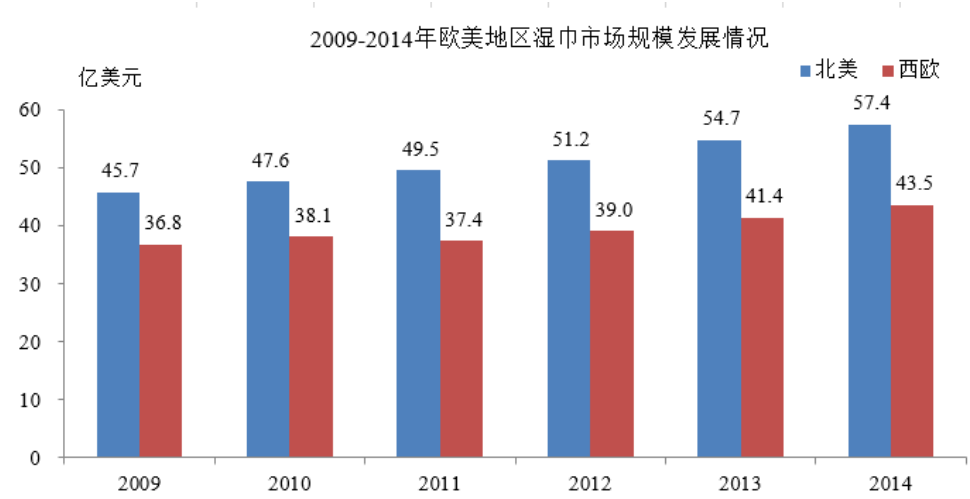
数据来源：智研咨询

B、欧美地区湿巾市场概况

欧美市场是全球湿巾消费的主力市场，这一格局在短期内不会发生根本性改变。根据智研咨询的统计，2014 年，北美市场湿巾消费规模为 57.4 亿美元，占比为 42.8%，西欧地区湿巾市场规模为 43.5 亿美元，占比为 32.4%。两者合计占全球消费市场的比重达 75.2%。从增速水平看，北美市场增长动力强于西欧地区。2009 年至 2014 年，北美消费市场年复合增长 4.66%，同期西欧地区年复合增长为 3.40%。在欧美市场，居民收入相对较高、健康卫生意识较强，使得湿巾消费成长为一个稳定的规模化细分市场，应用领域加速拓展，产品体系日益完善。婴儿专用湿巾是推出最早、应用最广的个人护理湿巾产品，女性专用、卸妆专用、医用消毒等领域的功能性湿巾市场也得到充分发展。其中，湿巾在欧美医疗市场得到广泛应用，可以代替医疗消毒剂的部分功能，起到良好的预防交叉感染作用。

发达国家的电脑、皮鞋、汽车、地面、家具等物表擦拭湿巾市场也拥有多年的发展基础，具有显著的规模效应。

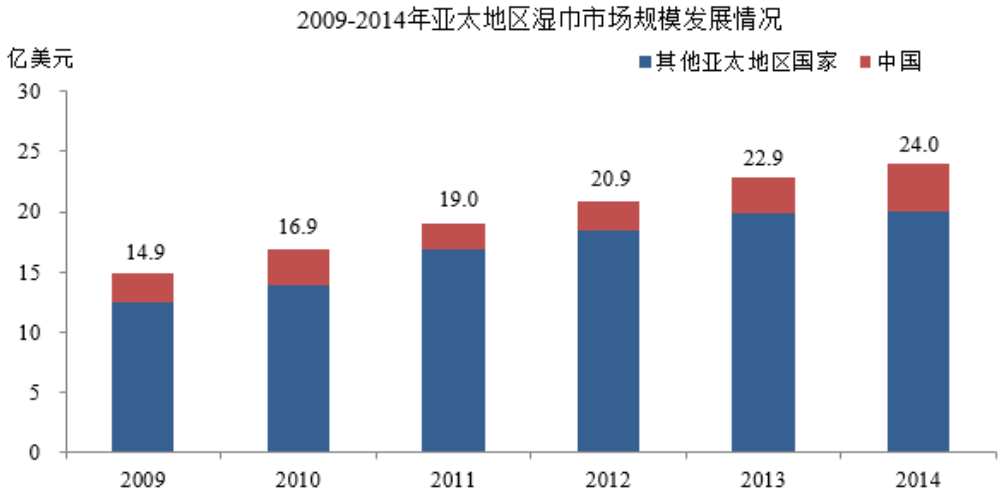
根据智研咨询的统计，2009 年至 2014 年，欧美地区市场湿巾市场规模情况具体如下图所示：



数据来源：智研咨询

C、亚太地区及中国湿巾市场概况

根据智研咨询的统计，2014 年亚太地区湿巾市场规模达 24.0 亿美元，占全球的比重为 17.9%。2009 年至 2014 年，亚太地区湿巾市场规模从 14.9 亿美元增长至 24 亿美元，年复合增长率达 10%，具体情况如下图所示：



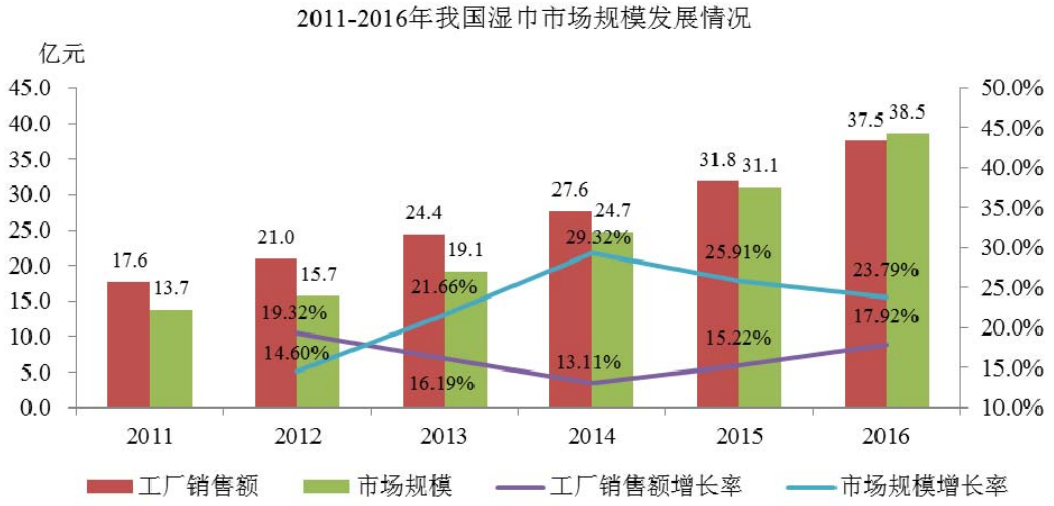
数据来源：智研咨询

湿巾进入中国市场的时间较晚，尽管国内市场湿巾普及率相对较低，尚处于高速增长前的需求酝酿期，但近年来已呈现加快发展势头。根据中国造纸协会生

活用纸专业委员会的统计，2014 年我国湿巾市场规模达 24.7 亿元人民币，约合 4 亿美元，占全球的比重约为 2.9%，比 2011 年提高了 1 个百分点[3]。

我国居民收入逐年提高，中产阶级和年轻一族、白领一族群体不断壮大，生活方式实现重大转变，消费结构由生存型消费向发展型消费、由传统消费向新型消费升级，健康理念、清洁意识随之增强，这成为我国湿巾市场快速增长的重要宏观基础。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，2011 年至 2016 年，我国湿巾市场规模从 13.7 亿元增长至 38.5 亿元，年均复合增长率达到 22.96%。

根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，2011 年至 2016 年，我国湿巾市场规模发展情况具体如下图所示：



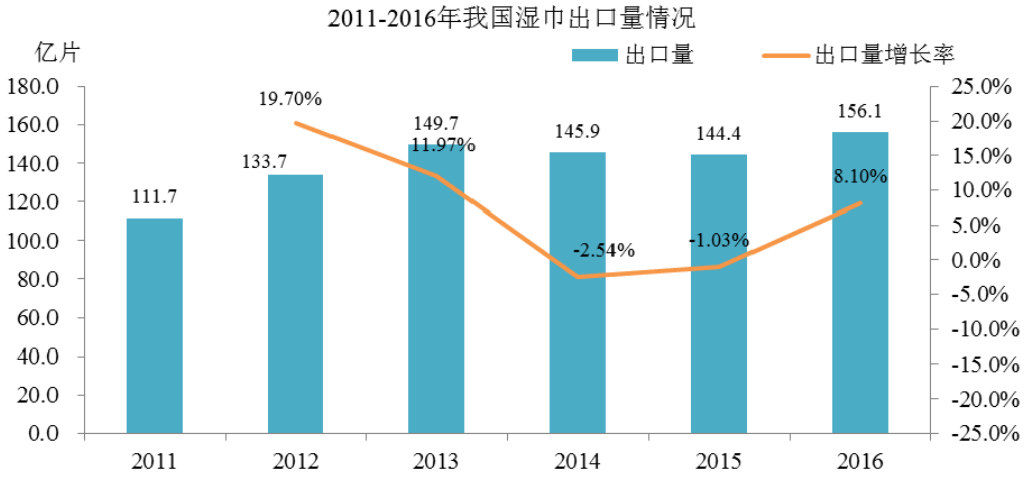
数据来源：中国造纸协会生活用纸专业委员会

从出口情况看，根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，2011 年至 2016 年，我国湿巾出口量从 111.7 亿片增长至 156.1 亿片，年均复合增长率达到 6.92%。随着我国湿巾消费市场的快速增长，2011 年至 2016 年，我国湿巾出口量占工厂销售总量的比重呈下降趋势，由 44.50%下降至 29.11%。

根据海关总署统计数据，2016 年我国湿巾出口量排名前 10 位的国家和地区是美国、日本、澳大利亚、英国、丹麦、智利、菲律宾、秘鲁、台澎金马关税区和新西兰。

[3] 中国湿巾市场规模人民币折合美元数据，系根据国家统计局公布的当年人民币对美元平均汇率换算，其中 2014 年人民币对美元平均汇率为 100 美元对人民币 614.28 元；2011 年人民币对美元平均汇率 100 美元对人民币 645.88 元。

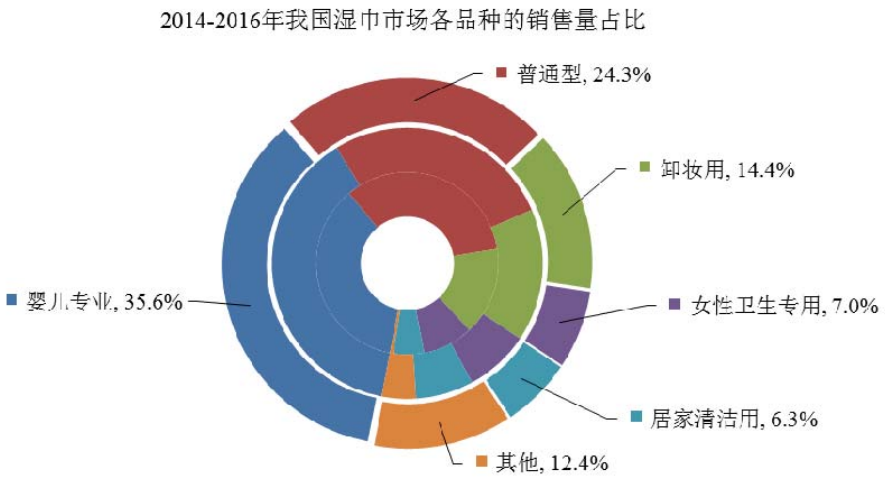
根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，2011 年至 2016 年，我国湿巾出口量情况具体如下图所示：



数据来源：中国造纸协会生活用纸专业委员会

从消费结构看，我国湿巾市场中个人护理湿巾占绝对主导，物体擦拭湿巾应用较少；普通/卫生湿巾及婴儿湿巾占绝对主导。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，2016 年，中国个人护理湿巾消费所占比重达 81.3%，居家清洁用湿巾占比约为 6.3%。在个人护理领域，主要产品为普通清洁湿巾和婴儿专用护理湿巾，两者合计占我国湿巾消费总量的 59.9%。女性卫生专用湿巾、卸妆用湿巾增长良好，两者合计占比为 21.4%，其他类型湿巾快速增长，所占比重约为 12.4%，较 2015 年大幅增长了 8.3 个百分点。

根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，2014 年至 2016 年我国湿巾市场各品种的销售量占比情况对比如下：



数据来源：中国造纸协会生活用纸专业委员会

（3）湿巾行业未来发展趋势

① 全球湿巾市场发展趋势

过去几年，湿巾应用从个人清洁到家居清洁，再到特种清洁全面延伸发展，医疗清洁消毒、病患护理、婴幼儿护理、个人日常清洁等湿巾消费稳定增长。根据智研咨询的统计，2009 年至 2014 年，全球湿巾消费市场规模由 102.9 亿美元增长至 134.2 亿美元。根据 Technavio[4]咨询机构的预测，全球湿巾和擦拭巾市场 2015 年至 2019 年间的市场复合年均增长率将接近 6%，据此测算，2019 年全球湿巾市场规模将达到约 170 亿美元。

全球湿巾消费市场呈现出显著的区域性、差别化发展机遇。根据智研咨询的统计，2014 年北美、欧洲人口分别为 3.54 亿和 7.38 亿，合计占全球总人口的 15.6%，却占据超过 75%的全球湿巾市场份额。欧美市场是全球湿巾消费的主力市场，这一格局在短期内不会发生根本性改变。亚太地区随着中国湿巾市场的逐步增长，未来也将继续保持增长趋势。

② 我国湿巾市场发展趋势

湿巾作为 2000 年前后才进入中国的“舶来品”，尽管国内市场湿巾普及率相对较低，尚处于高速增长前的需求酝酿期，但近年来已呈现加快发展势头。

随着我国居民收入逐年提高，中产阶级和年轻一族、白领一族群体不断壮大，生活方式实现重大转变，消费结构由生存型消费向发展型消费、由传统消费向新型消费升级，健康理念、清洁意识随之增强，这成为我国湿巾市场快速增长的重要宏观基础。因此，预计未来中国湿巾市场规模增速继续处于全球前列，湿巾市场规模占全球比重预计也将逐年提升。

根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，2011 年至 2016 年，我国湿巾市场规模从 13.7 亿元增长至 29.9 亿元，年均复合增长率达到 22.96%。其中，2014 年我国湿巾市场规模达 24.7 亿元人民币，约合 4 亿美元，占全球的比重约

[4] Technavio 咨询：根据 Technavio 咨询官方网站（www.technavio.com）的相关介绍，Technavio 咨询是全球性的市场研究公司，成立于 2003 年，总部位于伦敦，研究范围覆盖 50 个国家的 100 个细分行业市场。

为 2.9%，较 2011 年提高了 1 个百分点。预计我国湿巾市场规模未来仍将继续保持快速增长。

尽管国内市场湿巾的普及率总体相对较低，品类也相对较少，湿巾市场尚未全面启动，可开发的空间较大，但基于国际市场现有容量和国内市场未来潜力，湿巾行业的投资和并购日趋活跃，企业走出市场尝试阶段，开展加强产能布局和升级改造。未来数年将成为国内湿巾产能的逐步建设和释放期，我国湿巾市场将持续快速发展，中国将成为全球重要的湿巾生产基地。

从湿巾类型看，个人清洁用湿巾、居家清洁湿巾、专业用湿巾、环保湿巾都将面临良好发展机遇。

随着良好个人卫生习惯的养成，人们在外出不方便洗手时，湿巾成为必不可少的用品。普通型湿巾将在三、四线城市快速普及，抑菌型湿巾在一、二线城市的发展前景更加乐观。个人清洁用湿巾中，目前占比较高的卸妆用和女性卫生专用湿巾将继续普及，厕用湿巾、痔疮湿巾、止痒湿巾等专用湿巾市场也将逐步扩大。湿厕纸在发达国家是非常普及的产品，国内对此的认知度还比较低，目前乐于接受新鲜事物、注重高品质生活的年轻人是湿厕纸的主要消费群体，而经济水平相对较高的一线城市或沿海地区是该品类比较畅销的地区。婴儿专用湿巾将继续占最大市场份额，并细分为护臀用、手口用、洁齿用等。添加矿泉水、生理盐水和洋甘菊、维生素 E、芦荟等有效成分，有补水、缓解鼻塞和流鼻涕等感冒症状的湿巾也将受到市场欢迎。

居家清洁湿巾在发达国家已经过多年的发展，但在我国市场，这类产品占比仍较小，还处于起步阶段。一般认为，人均可支配收入达到 1 万美元以上，居家清洁用湿巾市场才会启动，我国的人均可支配收入水平虽然总体偏低，但是大城市居民可支配收入水平相对较高且对生活品质要求较高，居家清洁用湿巾在这些地区市场将首先得到发展。在家庭清洁用湿巾中，最有可能实现突破性增长的是厨房清洁湿巾。传统的中国家庭中都是用抹布清洁厨房，存在诸多健康隐患，随着年轻一代卫生意识的提高和对高品质生活的追求，以湿巾代替抹布成为可能。目前市场上已出现厨房清洁湿巾，与厨房纸巾配合使用清洁厨房达到事半功倍的效果。

宠物湿巾、医用酒精单片、产业用擦拭巾等专业用途市场具有很大的发展潜力。目前国内生产湿巾使用的基材绝大多数是水刺非织造布，有部分为国外品牌代工的产品使用的是干法纸。采用含竹纤维、棉纤维或全棉纤维基材的差异化产品由于更舒适的触感，其市场将进一步扩大。

环保问题得到越来越多人们的重视，关于湿巾的可降解和可冲散性也逐渐引起人们的关注。随着生活水平的提高，特别是厕用湿巾、女性护理湿巾和卫生间清洁用湿巾等在卫生间内使用的湿巾的发展将促进可冲散性基材的研发。

3、行业的竞争格局和市场化程度

我国一次性卫生用品行业的发展始于上世纪 80 年代，至今已有三十多年发展历史。为适应消费者的高端化需求，一次性卫生用品企业不断创新，从低价竞争转向品质和附加值的竞争，产品整体水平有了很大的提升。一线品牌的生产商在研发、创新中处于引导消费的地位；区域生产商则更精准地定位市场，寻找消费者的“痛点”，注重产品细节和差异化特征，推出有卖点的产品。

湿巾进入我国市场时间较晚，尽管国内市场湿巾普及率相对较低，但国内湿巾行业呈现高速发展态势。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，我国湿巾注册生产厂家已经超过 1,000 家，主要分布在浙江、广东、江苏、上海、福建、山东、辽宁、北京、湖北、安徽等地。我国湿巾行业中全国性品牌不多，市场集中度相对较高，很多企业是给国内其他国内企业和零售商或国外生产贴牌产品。

从湿巾国内消费看，由于整体市场处于成长初期阶段，尚未如生活用纸市场一样形成清晰的全国性品牌竞争格局，各个企业的市场地位随行就市地动态变化，目前产业集中度还停留在相对较低的水平。其中，生活用纸市场的领先厂商利用品牌、渠道的协同效应，逐步占据国内个人护理湿巾市场（主要是普通湿巾）的有利竞争地位。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，我国国内湿巾消费市场主要生产商有：铜陵洁雅、上海美馨、重庆珍爱、南六、恒安集团、金红叶、景兴、中顺洁柔、诺斯贝尔及康那香等。

从湿巾出口消费看，根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，2011

年至 2016 年，我国湿巾出口量从 111.7 亿片增长至 156.1 亿片，年均复合增长率达到 6.92%。随着我国湿巾消费市场的快速增长，2011 年至 2015 年，虽然我国湿巾出口量占工厂销售总量的比重呈下降趋势，2015 年湿巾出口占我国湿巾工厂销售总量的比重仍达到 29.11%。报告期内，杭州国光、公司子公司倍加洁日化以及铜陵洁雅始终保持出口量排名前列，2016 年我国湿巾出口量排名前五的企业情况如下：

企业名称	2016 年度 出口量排名	2015 年度 出口量排名	2014 年度 出口量排名
杭州国光旅游用品有限公司	1	1	3
扬州倍加洁日化有限公司	**2**	**3**	**2**
铜陵洁雅生物科技股份有限公司	3	2	1
河北义厚成日用品有限公司	4	4	6
佛山市顺德区崇大湿纸巾有限公司	5	5	9

数据来源：中国造纸协会生活用纸专业委员会，海关总署

4、行业进入的主要壁垒

（1）渠道壁垒

无论面向大众还是特定消费群体，完善的渠道网络与优质的客户群体是进入一次性卫生用品行业的重要壁垒之一。在国内市场，建立覆盖广泛、布局纵深、成熟稳定的渠道网络需要长期的资金与时间投入，与终端客户、经销商通过多次合作磨合，最终达成默契互信的战略合作关系，从而支撑企业的销售增长。在发展较为成熟的国际市场，品牌客户对供应商、代工厂的选择较为谨慎和严格，建立双方渠道合作关系的难度和综合成本较之国内市场更高，所需花费的周期也更长。因此，先行进入一次性卫生用品行业、特别是在某一领域长期深耕的企业具有明显的先发优势，后进入者将面临相对较高的渠道壁垒。

（2）质量控制及标准认证壁垒

一次性卫生用品在使用时与使用者皮肤直接接触，产品质量至关重要，一旦出现质量问题，会对使用者的身体健康造成不适甚至是伤害，企业的品牌、形象以及与品牌客户和合作关系都会遭受较大负面影响。影响产品质量的主要因素包括原材料质量、生产设备、工艺流程、管理水平、质量检验水平等。提高产品质量一方面需要建立完善的质量控制体系，另一方面需要较多的资金、人力、设备

投入，行业新进入者难以在短时间内形成可靠稳定的质量控制体系。

具体就湿巾行业而言，进入湿巾行业需要面对一定的标准壁垒。从国内看，2012 年国家标准《GB/T 27728-2011 湿巾》的正式实施，对湿巾产品的指标要求、试验方法、检验规则、标识和包装、运输和贮存等内容提出了规范性要求。目前，该标准处于第二版的修订审核期，新版本将提出更为严格的行业标准要求，日趋严格的国家标准将成为新进入者、特别是中小型湿巾企业的重要行业壁垒。

从国际看，对于发展较为成熟的欧美市场而言，湿巾厂商通常需要经过严格的企业资质和产品品质认证。例如出口到美国且属于美国 FDA 的 OTC 类别湿巾，需要在美国 FDA 注册、并声明符合美国联邦法规 21 CFR 211 要求，接受其监督管理并随时接受其到工厂进行符合性审核评估。因此，行业新进入者一般较难在短期内达到上述严格的认证标准。

（3）研发创新壁垒

一次性卫生用品用途广泛，潜在应用领域与新市场机遇的发掘需要较强的研发实力支撑。随着消费日益升级，一次性卫生用品的安全性、创新性、功能性等多元化、差异化需求加速涌现，一次性卫生用品的功能与应用领域也将获得极大拓展。先进入者一般熟谙市场趋势，能够利用积累的研发创新能力开发出满足消费者新需求的功能性湿巾产品，较快地抓住市场机遇，从而不断巩固自身的市场竞争优势。新进入者在新产品研发、设计能力等方面一般居于后发地位，因而获取合适的研发人才、加强市场趋势与机遇的捕捉需要经过较为长期的积累才能做到。

（4）品牌壁垒

随着消费者消费理念的转变和行业发展的日趋成熟，消费者对品牌的认知度、信赖度成为选择一次性卫生用品的重要依据，品牌产品的用户粘度逐步提升，品牌成为企业市场竞争优势的主要来源。塑造一个成功的市场品牌，需要大量资金投入和长期的营销积累。新进入者、新的品牌想打破固有的市场品牌格局必然花费更多资金成本。行业内现有知名企业通过多年经营所建立起的品牌优势和市场认知度，将对新进企业形成壁垒。

（5）资金规模壁垒

一次性卫生用品行业是资本密集型行业。生产企业不仅需要在加工设备、厂房仓库、环保设施等方面投入大量资金，而且需要预备流动资金以满足日常生产经营活动需要。

一次性卫生用品更新换代速度较快，新产品通常采用新技术或新标准生产。为采用新技术或满足新标准，生产厂商需要投入大量资金购置新型生产设备或对现有设备进行技术改造。随着新产品更新换代，在人力成本及其他综合成本不断上升的背景下，只有具备规模优势和较强成本控制能力的一次性卫生用品生产企业才能应对资金投入和成本压力的双重挑战。资金规模和成本控制能力已成为新进入者的一项门槛。

5、行业利润水平的变动趋势及原因

一次性卫生用品行业厂家数量和产品种类较多，因品牌影响力、产品结构、管理水平等因素，不同厂家的利润率差异较大；因市场定位、原材料、生产工艺等因素，不同产品种类的毛利率差异也较大。

以自主品牌销售为主的一次性卫生用品生产商，如果拥有自主品牌优势，则其品牌定价能力较强，产品毛利率较高，盈利能力较强，而对于缺乏品牌优势的中小厂商，直接面临行业同类厂家低水平的价格竞争，盈利能力较弱。

以贴牌销售为主的一次性卫生用品生产商，在原材料、生产工艺、生产环境、生产规模、交期能力、自主研发创新能力等方面具有优势的企业，产品毛利率较高，盈利能力较强。

具体就湿巾行业而言，湿巾作为一次性快速消费品，其行业平均利润水平的主要影响因素包括经营模式、原料（无纺布）价格和产品售价等。当前，我国湿巾企业主要为国内外客户提供贴牌加工服务，利润率处于中等水平，部分长期深耕细分市场的企业能够获得更高的利润率，但差距不突出。从事自主品牌湿巾生产销售的企业，如果具备自主品牌优势及销售渠道的协同效应，可以获得较高的利润率。

随着湿巾生产企业数量的增加，行业内竞争的加剧，行业利润将趋于降低。但随着行业整合加快，品牌集中度提高，市场竞争由单一价格竞争趋向以品牌、质量、品类和价格为基础的综合性竞争，行业内领先企业的利润将能够保持在平均水平以上。

6、影响行业发展的有利因素和不利因素

（1）有利因素

① 产业政策的大力扶持和引导有利于行业规范、健康地发展

国家陆续出台了《国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》、《中国制造2025》、《轻工业发展规划（2016-2020 年）》、《产业用纺织品“十三五”发展规划》等发展规划和国家标准，对一次性卫生用品行业发展形成有利的促进环境。

上述规划要求包括一次性卫生用品行业在内的轻工行业以“增品种”满足多样化消费新需求，以“提品质”促进有效供给能力提升，以“创品牌”开辟新的市场空间，实现由传统代工向品牌竞争转变。积极实施机器换人工程，推进信息技术和工业自动化的深度融合，在研发、生产、采购等经营管理的全过程实现数字化、智能化，增创高成本环境下的发展新空间和竞争力。新兴卫生用品方面，提出要“采用生物可降解型、抗菌、超吸水等功能性纤维原料，提升婴儿尿布、妇女卫生用品、成人失禁用品、功能湿巾和工业擦拭布等产品的技术性能指标。”

一系列鼓励支持政策的出台，为本行业的发展奠定了良好的政策基础，有利于促进行业规范、健康地发展。

② 国内处于消费升级阶段，一次性卫生用品行业发展前景广阔

根据发达国家和地区的经验，当一国的人均 GDP 超过 3,000 美元后，居民消费将由功能型向享受型转变，在产品质量与功能有保障的前提下，消费者更注重品牌体验。随着中国经济持续高速增长，2008 年中国的人均 GDP 已超过 3,000 美元，2016 年已超过 8,000 美元。消费观念的升级使得品牌消费逐渐成为城镇居民的消费习惯，同时我国城镇人口比例由 2000 年的 36.92%增长至 2016 年的 57.35%。消费观念的升级和城镇人口比例的提高共同带动了湿巾等一次性卫生用

品的消费，从而为行业内企业提供了更广阔的发展空间。

另一方面，湿巾等一次性卫生用品的应用可拓展性强，市场容量巨大。湿巾产品作为一次性使用卫生用品，面世的时间并不长，但随着国民经济发展、居民收入提高和消费结构升级，湿巾应用从商务领域向居家领域延伸，从单一的清洁湿巾过渡至各类功能型湿巾，与居民大众日常生活的关联度逐年强化。从应用功能看，湿巾用途可以拓展到工作、生活的方方面面。从个人护理湿巾到物体擦拭湿巾，从普通清洁湿巾到抑菌、洁肤、防晒、卸妆、运动补水等专用护理湿巾，从通用擦拭湿巾到去污、除油、上光、防雾等专用擦拭湿巾（如厨卫擦拭湿巾、电脑清洁湿巾、镜头擦拭湿巾、扫描仪擦拭湿巾、工业清洁湿巾等），湿巾的新用途可以持续不断地被开发出来，以满足更大领域、更广人群的消费需求，具有由非必需品功能向必需品功能转化的广阔市场前景和可持续增长潜力。

③ 全球市场规模稳步增长，新兴市场国家消费能力的快速提升

未来五年，以欧美市场为主的全球一次性卫生用品市场仍将保持稳步增长。此外，以印度、巴西、俄罗斯以及印度尼西亚等国家为代表的新兴市场国家劳动力成本低、自然资源丰富，经济增速常年居于世界前列，并伴随着高增速经济发展红利的不断释放，国民人均可支配收入的不断提高，国内居民的人均消费能力快速得到提升。随着国际卫生用品龙头企业相继在新兴市场国家投资设厂，在强劲的消费信心下，未来新兴市场国家一次性卫生用品的消费规模将快速增加，带动整个行业市场规模的进一步扩容。

④ 零售行业的快速发展为一次性卫生用品行业的发展提供了渠道支撑

一次性卫生用品销售终端的发展在一定程度上决定着行业市场规模。我国零售行业发展迅速，各种形态的销售终端如国际性大卖场、本土大型连锁超市、中小型超市、便利店、食杂店等遍布于城市甚至农村地区；此外，网络电商近年来蓬勃发展，成为一次性卫生用品重要的销售平台。各种形态的销售终端能够满足不同消费者的消费需求，在一定程度上为一次性卫生用品行业的发展提供了渠道支撑。

（2）不利因素

① 民族品牌发展历史相对较短

近年来，虽然国内一次性卫生用品市场涌现出一批优秀厂商，凭借较强的学习能力和技术产品研发能力获得了客户认可，但国产一次性卫生用品的技术积累和市场开拓需经历必要过程，国产品牌建立也需要逐步被用户认可的过程。目前，湿巾领域部分国际知名品牌历史悠久，知名度相对较高，其品牌所在国家行业发展较为成熟。而我国湿巾行业起步较晚，整体发展水平偏低，企业规模偏小、产品同质化等问题较为明显，且民族品牌发展时间不长，影响力不及国外知名品牌。因此，民族品牌在品牌推广过程中往往处于不利地位，需要进一步提升自身产品档次，同时也需要在市场开拓的过程中逐步打消消费者对国产品牌的成见，以国产产品的优质、价格优势赢得客户青睐。

② 国际石油价格波动幅度较大

一次性卫生用品行业主要原材料无纺布的最终原材料均为石油化工的衍生产品，近年来石油价格的格波动幅度较大，由此对下游无纺布行业的库存控制以及产品的定价体系都产生了一定的影响。

7、行业的技术水平及技术特点

一次性卫生用品行业的技术水平主要体现在加工技术、材料应用和产品设计等方面。加工技术方面，如吸收性卫生用品要求更轻薄、吸水性更强、透气性更好的加工工艺；材料应用方面，先进材料的应用推动了一次性卫生用品行业升级换代，环保、可降解材料等对健康有益的材料应用将呈持续发展态势；产品设计方面，高水平的产品设计能有效提升产品的功能，是行业技术水平的体现。

具体到湿巾产品，湿巾行业的技术水平还主要体现在生产环境的洁净度控制、工艺用水的纯化精制工艺、生产设备的自动化程度、研究和质量控制条件，以及原材料和产成品中微生物指标的检测能力等方面。

在生产环境的洁净度方面，需要对一级包装以内的生产工序进行控制，比如配液、无纺布分切、料液灌装（喷淋）、内包装作业都必须在净化车间内完成。绝大部分企业根据行业标准采用洁净度为 30 万级的净化车间，行业内较为先进的企业一般采用洁净度更高的 10 万级的净化车间。

在工艺用水的纯化精制方面，生产企业一般采用机械过滤和一级反渗透过滤制水工艺，行业内较为先进的生产企业采用经过机械过滤和二级反渗透制水工艺，同时二级反渗透纯化水在使用前进行在线紫外杀菌或自动臭氧水混杀菌。行业内少数生产技术水平领先的企业，还另外配有 EDI（连续电除盐技术）处理模块对前述二级反渗透纯化水进行再处理，使工艺用水达到药用纯化水的标准。

在生产设备自动化方面，生产企业一般采用半自动湿巾生产线，从无纺布折叠、喷淋浸液、无纺布分切等工序由设备自动完成，减少人手接触，降低了微生物污染的风险，保证了产品微生物指标的控制。

在研究与质量控制条件方面，生产企业一般依据第三方实验室和供方的物料检测报告进行分析和评估。少数技术领先的企业，建立了以物理化学研究和分析为主的实验室，不仅可以对原材料和成品国家标准中规定的常规项目进行检验，还可以对产品保质期内的稳定性、特定成分的含量进行分析，可以高效地实现新产品的研制，并提高了产品研发的成功率。

在原材料和产成品微生物指标的检测能力方面，生产企业一般依据第三方实验室和供方的物料检测报告进行分析和评估。技术较为先进的企业，建立了简单的微生物实验室，实现了对每批原材料来料、以及每批产成品微生物污染水平的检测。少数技术领先的生产企业，还建立了产品防腐挑战测试等研究性试验条件。

8、行业的经营模式

在采购方面，行业内的企业基本采取直接向原材料生产商采购或向贸易经销商采购的模式。

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

行业内拥有自主品牌、实力较强的厂商通常采用自主生产模式，以确保高品质的产品质量。但是为了提供多样化的产品系列以满足消费者差异化的需求，上

述厂商也会采用代工生产模式生产部分销量较小或较新的产品系列，待产品适合于规模化生产以后再自主生产，提高生产的经济性。

在销售环节，国内市场主要包括贴牌销售、自主品牌销售两种模式。自主品牌销售一般包括经销、代销和直销模式，前两者主要包括国际性大卖场、本土大型连锁超市、中小型超市、便利店、食杂店、专业经销（如日化店、母婴店）等，后者主要是在天猫、京东等电商平台上进行自主品牌直销。国际市场绝大多数为贴牌销售，少数企业采取自主品牌销售模式。

9、行业的周期性、区域性和季节性

（1）周期性

一次性卫生用品属于日常消费品中的用完即弃产品，在部分细分领域具有刚性消费特征，与经济发展和家庭可支配收入正相关。在家庭总收入中，湿巾产品支出所占比例有限，受经济周期波动影响较小。因此，本行业并无特别明显的周期性特征。

（2）区域性

我国一次性卫生用品生产企业地区分布并不均衡，珠三角、长三角、京津唐是行业的产业聚集地，这与我国一次性卫生用品国内消费市场有着密切的关联度。

我国各地经济发展阶段不同，居民消费能力存在较大差异。在一、二线城市及部分经济发达的三线城市，一次性卫生用品使用习惯已经充分培养，居民收入较高，对于国际品牌或全国性品牌的一次性卫生用品消费能力较强。在欠发达的三、四线城市和农村，居民通常对区域品牌影响力较强且价格相对较低的一次性卫生用品的消费能力较强。

（3）季节性

一次性卫生用品按不同类别具有不同的季节性特点，比如因为婴儿纸尿裤的消费习惯，夏季因为天气炎热，大部分家庭会减少婴儿纸尿裤的使用量，因此夏季常常是婴儿纸尿裤企业生产销售的淡季；而湿巾产品则相反，温度较低的季节

对产品销量有一定影响，温度较高的季节对产品销量有一定提升。

10、上下游行业与本行业的关联性、上下游行业发展状况对本行业的影响

（1）本行业与上游行业之间的关联性及其发展状况对本行业的影响

一次性卫生用品行业的上游行业主要是原材料和包装材料制造行业。原材料主要包括无纺布、水、药液等化工原料等；包装材料主要包括包装袋、膜、纸盒等。原材料和包装材料的主要来源于石油化工行业和造纸行业。石油化工行业产品价格受国际石油价格影响，存在一定波动会对本行业的生产成本造成一定影响。造纸行业产品标准化程度较高，价格主要由市场供需关系决定。

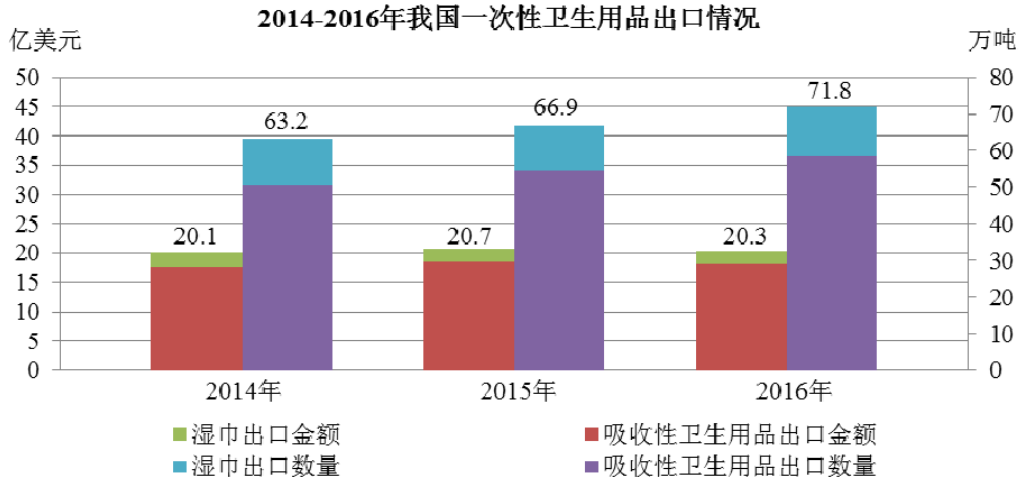
（2）本行业与下游行业之间的关联性及其发展状况对本行业的影响

一次性卫生用品通过括国际性大卖场、本土大型连锁超市、中小型超市、便利店、食杂店、专业经销（如日化店、母婴店）、网络电商平台等销售终端面向消费者，此外部分专业产品如医用湿巾等则通过专业医疗用品经销商销售给医院等医疗机构。消费者可支配收入状况、消费偏好、医疗行业等专业领域的渗透率等因素都将直接影响消费需求，进而影响一次性卫生用品的销售和未来的发展状况。

11、产品进口国的有关政策和影响

（1）产品出口概况

报告期内，我国一次性卫生用品行业出口贸易保持活跃。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计数据，2014 年至 2016 年我国一次性卫生用品的出口情况如下图所示：



数据来源：中国造纸协会生活用纸专业委员会

公司主要产品湿巾的具体出口情况详见本小节之“2、行业基本情况及发展趋势”之“（2）湿巾行业发展现状”之“② 全球湿巾市场规模发展现状”之“C、亚太地区及中国湿巾市场概况”的具体内容。

（2）产品进口国的有关政策

欧盟和美国等国家和地区对于进口湿巾产品需要符合其相关的认证标准，一般来说首先要符合 ISO9001:2008 要求，属于欧盟医疗器械和化妆品类别的，还需要分别符合 EN ISO 13485:2012、EN ISO 13485:2012/AC:2012、CE 要求，及 ISO 22716:2007（E）要求；属于美国 FDA 之化妆品类别的，需要符合 US FDA GMPC 要求；属于美国 FDA 之 OTC 类别的，需要在美国 FDA 注册、声明符合美国联邦法规 21 CFR 211 要求并随时接受其到工厂进行符合性评估；英国零售商 ODM 客户进口消费品还需通过 BRC 消费品认证。

（3）产品进口国同类产品的竞争格局

公司出口的湿巾产品目前主要销往北美、欧洲、大洋洲等国家和地区。上述国家与地区与我国未发生针对湿巾产品的贸易摩擦。

公司出口的湿巾产品系为海外品牌客户进行 ODM，报告期内公司海外品牌客户包括 Cardinal Health、Medline 等。从全球市场来看，相关进口国市场主要竞争对手主要为本地同行业企业。

三、发行人在行业中的竞争地位

（一）公司在口腔清洁护理用品行业的竞争情况

1、公司在所处行业的地位

经过多年发展，公司形成了以 ODM 为主兼顾自主品牌、国内和国外市场并重的业务格局，并从单一牙刷产品转变为涵盖牙刷、牙线、齿间刷、牙线签、假牙清洁片等口腔清洁护理用品和湿巾等一次性卫生用品的产品布局，已成为国内口腔清洁护理用品以及一次性卫生用品生产规模及出口规模领先的企业。

从国内市场看，公司的牙刷产量占我国牙刷产量的比重不断提高，从 2013 年的 3.4%提升至 2015 年的 4.4%，提高 1 个百分点。公司采取以 ODM 为主兼顾自主品牌的销售模式。其中，在 ODM 业务方面，公司主要客户包括舒客、冷酸灵、云南白药、蓝天、纳爱斯等知名品牌和屈臣氏、乐购、永辉超市、华润万家等大型商超等；在自主品牌方面，公司的“倍加洁”牌牙刷市场销量保持稳定。

年份	2015 年	2014 年	2013 年
我国牙刷消费量（亿支）	31.57	30.80	28.24
我国牙刷产量（亿支）	74.02	72.98	70.25
公司牙刷产量（亿支）	3.24	3.17	2.37
公司牙刷产量占我国牙刷产量的比重	4.4%	4.3%	3.4%

注：国内牙刷消费量数据来源为智研咨询

从国际市场看，公司的牙刷产品出口量一直位居前列。根据海关总署统计数据，报告期内，我国牙刷（包括齿板刷）产品出口量排名前五名生产商基本稳定，其中公司牙刷出口量排名保持第 5 位，行业地位较为突出。

2、公司主要竞争对手分析

公司 ODM 模式主要竞争对手来自国内贴牌生产厂商，公司自主品牌模式主要竞争对手为国内主要口腔清洁护理用品品牌厂商，主要竞争对手有：

企业名称		简要情况
外资企业	高露洁-棕榄	高露洁-棕榄公司（Colgate Palmolive Co）是全球领先的日用消费品公司，主要产品包括口腔护理、个人护理、家居护理和宠物食品等，其中著名品牌有高露洁、棕榄、洁齿白等。其在国内的子公司高露洁三笑有限公司是高露洁全球最大战略性牙刷生产基地。

	宝洁	宝洁公司（Procter & Gamble Co）是全球领先的日用消费品公司，主要产品包括美容美发、居家护理、家庭健康用品、健康护理、食品及饮料等，主要品牌包括飘柔、舒肤佳、玉兰油、帮宝适、汰渍及吉列等。中国宝洁是宝洁全球业务增长速度最快的区域市场之一，其口腔护理领域的品牌包括佳洁士、欧乐 B 等。
	狮王	日本狮王株式会社始创于 1891 年。公司总部位于东京，业务涉及以牙膏、牙刷为中心的口腔护理用品领域、个人护理用品领域、家居清洁用品领域、OTC 药品领域、化工用品领域等，其口腔护理品牌包括“狮王”、“Systema 细齿洁”、“小狮王”。
	好来化工（中山）	好来化工是专业开发及生产口腔护理产品的国际性企业，公司成立于 1995 年，位于中山市西区，为外商独资企业，占地面积 6 万多平方米，主要产品为“DARLIE”黑人牙膏及黑人牙刷。
内资企业	广东雪洁	广东雪洁日化用品有限公司成立于 1993 年，主要从事于牙刷产品的研发、制造与销售，产品品牌为“青蛙”、“青蛙贝贝”。
	三笑集团	江苏三笑集团有限公司成立于 1995 年，是集日化产品、家用卫生杀虫用品、个人卫生护理用品、包装印刷、房地产开发、物流运输、对外投资等多种产业为一体的大型民营企业集团。旗下拥有“可洁可净”、“笑缘”、“可洁”、“巡逻兵”等品牌。
	兴盛刷业	江苏兴盛刷业有限公司成立于 1996 年，公司位于江苏省扬州市杭集镇，专业从事牙刷产品开发、研制和生产，旗下拥有“兴盛”、“晨吻”等品牌。
	晨洁日化	江苏晨洁日化有限公司成立于 2003 年，位于江苏省扬州市杭集镇，是一家以牙刷、牙膏生产为主导、旅游用品系列生产为配套，集设计、开发、生产、销售于一体的大型企业，年产牙刷能力 3 亿支，拥有“晨洁”、“爽博士”等品牌，代工客户包括沃尔玛、世纪华联、大商集团、家乐福、华润万家等。
	三椒口腔（834319）	三椒口腔健康股份有限公司成立于 1998 年，是一家集研发、设计、生产、加工、销售、服务为一体的专业口腔护理用品生产企业，公司旗下拥有品牌“怡雪牙刷”、“三椒牙刷”，并为欧美、亚太、港澳台三十多个国家和地区及国内著名日化厂商提供专业的贴牌生产服务。

数据来源：各竞争对手公司网站、公开转让说明书、年度报告等。

（二）公司在一次性卫生用品行业的竞争情况

1、公司在所处行业的地位

公司所处湿巾行业为一次性卫生用品行业下的细分行业。

公司是湿巾行业出口规模领先企业，在国内经营自主的倍加洁品牌，在北美、欧洲、大洋洲等发达国家和地区经营品牌贴牌生产。

根据中国造纸协会生活用纸专业委员会和海关总署统计数据，报告期内，我国湿巾出口量排名前三名生产商基本保持稳定，其中公司子公司倍加洁日化始终保持出口量排名前列，我国湿巾出口量排名前三名的企业情况如下：

企业名称	2016 年度 出口量排名	2015 年度 出口量排名	2014 年度 出口量排名
杭州国光旅游用品有限公司	1	1	3
扬州倍加洁日化有限公司	**2**	**3**	**2**
铜陵洁雅生物科技股份有限公司	3	2	1

数据来源：中国造纸协会生活用纸专业委员会，海关总署

2、公司主要竞争对手分析

公司主要竞争对手来自国内贴牌生产厂商，主要竞争对手有：

企业名称	简要情况
杭州国光	杭州国光成立于 2001 年，主要从事湿巾的研发、生产和销售，产品主要包括了婴儿湿巾、护肤湿巾、个人护理和医用湿巾、工业湿巾、家居湿巾和宠物湿巾等，旗下拥有“贝尔婴”、“SOUFFELE”等自有品牌，并为海外品牌进行贴牌生产，产品出口欧美、日本等多个国家和地区。
铜陵洁雅	铜陵洁雅成立于 1999 年，主要从事湿巾的研发、生产和销售，产品主要包括个人护理湿巾、婴儿湿巾、医用湿巾和家庭清洁湿巾等，旗下拥有“艾妮”、“喜擦擦”、“哈哈”等自有品牌。
上海美馨	上海美馨卫生用品有限公司成立于 2001 年，专业从事湿巾制造。公司产品销往中国、美国、欧洲以及其他国家共 100 多个国家和地区，生产的湿巾覆盖婴儿护理，个人护理，家庭护理，工业护理，医疗护理等领域，代工客户包括乐购等。
苏州宝丽洁	苏州宝丽洁日化有限公司成立于 2004 年，主要从事日化产品的贴牌生产，现有产品包括湿巾、尿布（垫）、抗（抑）菌洗剂、酒精棉片、消毒液、化妆品等，涉及卫生、医疗、化妆品三大行业，代工客户包括妮飘等。
河北义厚成	河北义厚成成立于 1995 年，主要从事吸收性卫生用品和湿巾的研发、生产和销售，产品主要卫生巾、护理垫、卫生纸、湿巾等，旗下拥有“女主角”、“喜儿”、“喜尔康”、“妮好”等品牌。
南六企业（平湖）	南六企业（平湖）成立于 2004 年，系台湾上市公司南六企业股份有限公司在大陆设立全资子公司，公司主业为生产各种无纺布，并研发各种无纺布制品的深加工，入各类湿巾、护肤面膜，主要代工品牌包括金佰利、好奇等。
诺斯贝尔（835320）	诺斯贝尔成立于 2004 年，于 2016 年 1 月在新三板挂牌，主要从事面膜、湿巾及其他个人护理产品的研发、生产和销售，主要湿巾产品包括婴儿湿巾、美容湿巾、医疗湿巾等，主要代工品牌包括 Dettol（滴露）、GAMA（英国伽玛）、Watsons（屈臣氏）、BMcare（葆艾）等。
维尼健康（835208）	维尼健康成立于 2004 年，于 2015 年 12 月在新三板挂牌，主要从事卫生及消毒用品的研发、生产和销售，主要产品包括日用清洁湿巾、婴儿湿巾，主要代工品牌包括 GAMA（英国伽玛）、Munchkin（美国麦肯齐）、全棉时代等。

数据来源：各竞争对手公司网站、公开转让说明书、年度报告等。

（三）公司的竞争优势

1、产品品牌及市场渠道优势

从国内市场看，公司持续二十年对品牌的投入和经营，已成功地塑造了具有

广阔市场基础的品牌形象，销售区域遍及全国各省、直辖市，自有品牌“倍加洁”已全线进入全国大部分一二线城市的国际性及本土大型超市，在国内市场和行业内具有较好品牌影响力，为公司持续稳定的发展夯实了基础。

另外，精耕细作的市场渠道和市场分销模式已为公司产能扩张和产品线进一步丰富提供了可能，公司已建成了成熟、稳定的省、市级分销渠道，能够更加有效地对市场进行监管和控制，并贴近市场进行产品设计和开发，新产品的开发周期为 1-2 个月，相对同行业其他公司也具有一定优势。

国际市场方面，公司在国际市场经营十多年，已形成一支专业的国际贸易运作团队，对行业发展和产业趋势有较为深刻的认识和理解，能正确判断和把握市场发展方向和前景，针对不同国家和区域，配置卓有成效的市场拓展方案，产品出口英国、荷兰、法国、意大利、美国、巴西、日本、哥伦比亚、泰国等多个国家和地区，出口规模多年来位居行业前列，已连续 8 年成为扬州市出品名牌企业，形成国际、国内两个渠道两个市场的良性发展机制和模式。根据海关总署统计数据，公司的牙刷、湿巾等产品出口量一直位居前列。报告期内，在我国牙刷出口量排名中，公司保持在第 5 名；在我国湿巾出口量排名中，公司子公司倍加洁日化的湿巾出口量排名分别为第 2 名、第 3 名和第 2 名。

2、行业地位及丰富的产品线优势

目前，公司具备年产 4 亿支牙刷、16.8 亿片湿巾的生产能力，在口腔清洁护理用品和一次性卫生用品行业中均占有重要地位。公司现有口腔清洁护理用品和一次性卫生用品两个系列产品，口腔清洁护理用品已形成以牙刷为主，涵盖牙线、牙线签、齿间刷、假牙清洁片等全系列产品，综合优势突出，并将市场从零售终端扩张到牙科护理，成为新的增长点。另外，一次性卫生用品（湿巾）已发展到婴儿、妇女、老年、通用、医用等系列，助力公司形成双轮驱动发展格局。

3、技术研发优势

从研发团队看，公司一直以来注重产品开发。截至报告期末，公司拥有 131 名研发及技术人员，形成生产一批、开发一批和储存一批的梯次发展格局，并对产品的前沿进行探索和评估，为公司未来发展提供空间。

从专利技术和模具开发方面看，截至招股说明书签署日，公司及子公司共拥有 218 项专利权，其中发明专利 11 项，实用新型专利 41 项，外观设计专利 166 项。公司不断开拓创新，持续对设备、工艺和流程进行优化，形成注塑注胶自动化、双色注塑、四色注胶、热流道等方面的专业技术，尤其是注塑产品的工艺改造，不仅提高了生产效率，同时也进一步降低了生产成本。另外，公司具有较强的模具开发能力，子公司恒生模具是国家高新技术企业，设有扬州市非金属精密模具工程技术研究中心，建立了完善的研发管理体系。公司在 CNC（全自动化加工中心）、检测、测绘等方面投入了大量资金，在产品设计、开发、成型、模具制作等各方面实现技术提升，已有加工中心 7 台，线切割 10 台套以及各种数量不等的精加工设备，具备年生产 200 台套不同的模具和制具的能力，为市场拓展和生产的稳定性提供充足保障。

从检验检测方面看，公司子公司倍加洁日化的研发检测中心具备一批检测和分析人员，包含研究生 3 名，本科生 12 名；具有各类检测仪器 40 多台套，包括 TOC 检测仪（GE）、高效液相（Water）、红外光谱检测仪（Thermo）、分析天平（Mettler Toledo）、微生物过滤检测装置（Millipore）、培养箱（Panasonic）、灭菌器（ZEALWAY）、药品稳定性实验箱（STK）等，检测中心具备产品活性物含量检测、活性物鉴别、微生物限度检测、COD 检测等一系列理化与微生物检测能力。2016 年，倍加洁日化研发检测中心通过中国合格评定国家认可委员会（CNAS）ISO17025 认可。

此外，公司作为 GB 19342-2013《牙刷》、GB 30002-2013《儿童牙刷》、GB 30003-2013《磨尖丝牙刷》、QB/T4543-2013《牙刷用磨尖丝》等多项牙刷领域国家标准主要起草单位，积累了大量行业知识及经验。并且，公司尤其注重产品研发的投入，积极与各口腔护理领域的学术单位交流、合作以及引进国际领先技术和设备，并自主研发新品，这不仅提高了自主创新的能力以及行业的影响力，更为今后的发展奠定基础。

4、精细化管理与质量控制优势

公司在信息化和精细化管理，生产效率和成本控制方面具有优势。公司将管理平台从用友的 U8（ERP）系列提升 U9 系列，实现销售、财务、生产、采购、

库存等 8 个模块的协同，极大提高从销售订单到产品输出的效率，缩短时间近 2 周。另外，公司更新了 OA 办公系统并与 U9 对接，已基本实现公司运营的无缝运作。2015 年，公司引进了德国的 RQM 质量管理系统软件，从原材料、半成品、产成品入库检验以及供应商管理与评价等方面进行信息化管控及原因追溯管理，极大地提高了公司的质量管理效率。同年，公司还引进了奥地利的 MES 制造执行操作系统，从计划排产、实时报工、机台效率、产能统计等方面实行信息化管理，并与 U9 系统进行了有效对接，对提高生产计划的准确性、及时性有重要保障作用，有效提高了机台效率，降低了生产成本，提高了对客户的响应速度。

从质量控制看，公司品质控制涵盖了新产品开发、验证、供应商管理、制程检验、转序检验、成品检验、客户反馈、数据分析等。公司拥有 ISO90001、ISO13485、BRC、ISO22716、GMPC-US 体系认证证书，研发检测实验室已通过 CNAS 认证，可出具国际互认的权威检测报告，多项检测能力和检测设备在国内领先。公司主导和参与了多项国家标准、行业标准的制定，产品质量稳定，在客户中享有较高声誉。

（四）公司的竞争劣势

1、经营规模有待进一步提升

凭借完善的市场渠道、丰富的产品线、突出的技术研发能力、完备的质量控制体系及精细化管理机制等优势，公司产品获得了客户的高度认同，销售规模快速扩大，但经营规模与国际同行业企业相比仍有差距。受制于目前的生产能力，部分意向订单不得不予以放弃，产能不足仍在一定程度上制约着公司的生产和销售规模，在短期内如果不能投入新的生产设备以扩大产能，公司未来的生产规模将不能满足快速增长的市场需求，市场地位难以进一步提升。

2、自有品牌影响力有待进一步提升

虽然与国内相关厂商相比，公司在设计研发、模具开发、制造工艺、技术装备、产品品质与服务等方面处于领先地位。但是，与国际业内知名企业相比，公司在自有品牌影响力等方面仍存在一定差距，有待公司在发展中进一步追赶和超越。

四、发行人主营业务情况

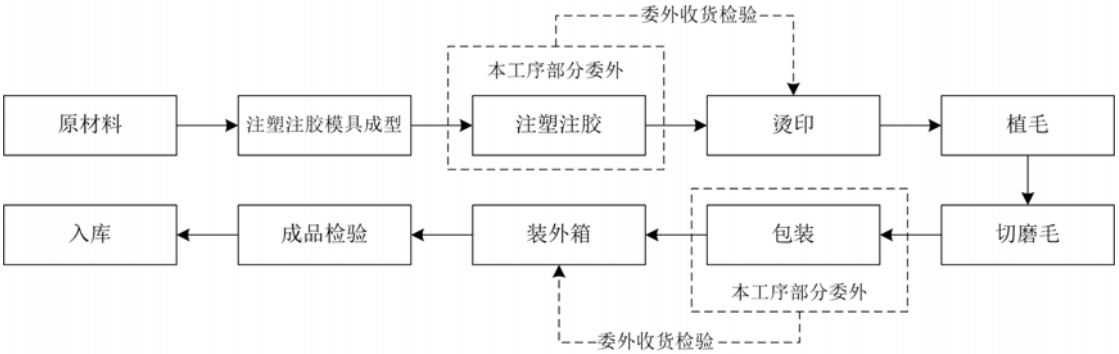
（一）公司的主要产品及其用途

公司主要产品包括牙刷、牙线、齿间刷、牙线签、假牙清洁片等口腔清洁护理用品以及包括湿巾等一次性卫生用品。公司主要产品均为日常消费品。

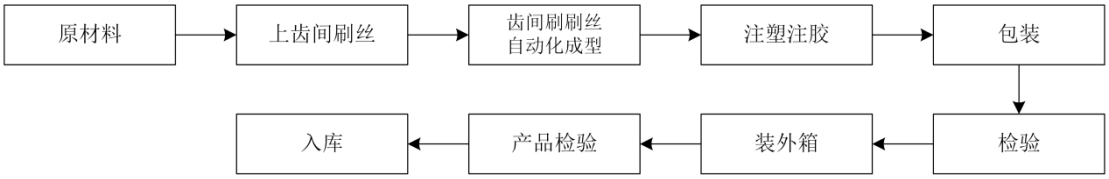
公司的主要产品及其用途详见本节之“一、发行人的主营业务、主要产品及设立以来的变化情况”之“（二）公司主要产品”的主要内容。

（二）公司主要产品的工艺流程

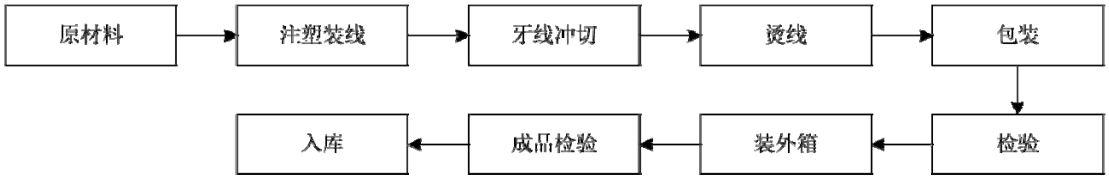
（1）牙刷生产工艺流程



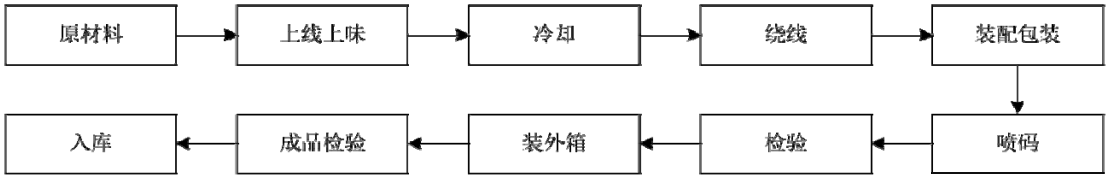
（2）齿间刷生产工艺流程



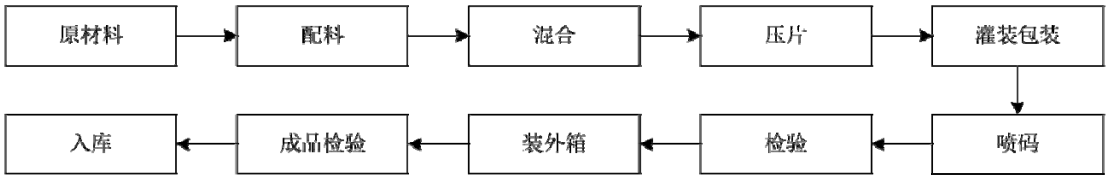
（3）牙线签生产工艺流程



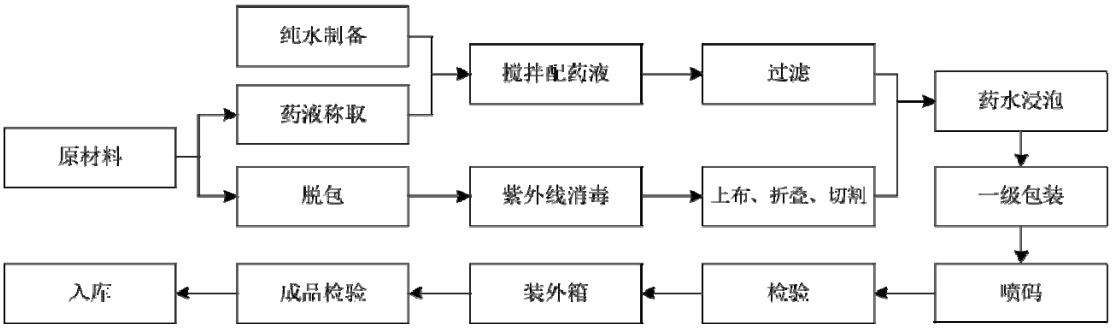
（4）牙线生产工艺流程



（5）假牙清洁片生产工艺流程



（6）湿巾生产工艺流程



（三）公司的主要业务模式

1、采购模式

公司产品的主要原材料为包装材料、刷丝、无纺布、塑料粒子、胶料、PVC/PET片材、化学品原料等。根据计划部按生产计划分解的原材料需求，公司设有供应部专门负责相关原材料的采购。

公司对主要原材料供应商的选择实行评审小组制，结合供应商品质、价格、交货期、资质、服务等因素，由供应部、品保部、技术部门对其进行综合评定。每年公司品保部对供应商进行年度评审，对不合格的供应商进行淘汰，对优质供应商给予嘉奖，并提高采购份额。对于少量需要定制的原材料，公司在选择供应商时，需对其技术能力、设备能力、质检能力、过程管理能力进行考量，由其提供样品并经公司测试合格后，进行试产、批量生产。

2、生产模式

公司的生产模式为“以销定产加安全库存”，主要以自主生产为主，自主品牌牙刷产品的部分少量配件还采用外协加工模式。

（1）自主生产模式

此种模式下，公司自主完成产品的功能、外观和包装设计，按照产品设计和生产工艺流程要求，采购原辅材料，依靠自有生产技术、生产设备和生产人员组织生产，按照流程完成产品的制造。自主生产模式的具体情况如下：

公司生产部门根据销售部门的指令安排生产。其中，ODM 生产是由销售部根据客户订单情况下达生产指令，自主品牌生产由销售部根据市场预测情况下达生产指令。具体流程包括：生产指令——生产计划——物资需求计划——采购计划——生产制造——生产入库——销售出货。公司主要通过 ERP 进行信息流控制，实现生产指令、物料备货、生产进度等实时数据的传递和共享。在生产进度方面，公司安排主计划员和生产调度跟进每个时间节点，确保生产进度按照计划达成。

（2）外协加工模式

① 外协加工的业务模式

报告期内，受生产场地、设备限制、订单量阶段性集中等因素影响，公司将自主品牌产品少量的非核心半成品、配件，通过外协加工的方式组织生产。

报告期内，公司各年度外协加工的金额占当期营业成本的比例如下：

单位：万元

项　目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
外协加工金额	336.13	918.43	268.21	820.47
当期营业成本	23,001.03	44,523.92	35,228.47	33,729.43
占比	1.46%	2.06%	0.76%	2.43%

公司参与外协加工的相关部门包括计划部、供应部、制造部、工程部、品保部、销售部和财务部等部门。公司对于外协厂商的选择、管理等制定了《供应商管理制度》、《供应商日常管理实施规定》、《外加工管理制度》等管理制度及规范文件并进行严格执行。

公司的外协加工方式主要采取去料加工，即由公司向外协加工厂商提供加工所需的模具、塑料粒子、包材等原材料以及散装成品牙刷等，由外协加工厂商进行注塑注胶、手工包装等工序加工；少量由外协加工厂商向公司指定的供应商采购塑料粒子等原材料，公司向外协加工厂商提供模具、包材等原材料，由外协加工厂商进行加工。

公司计划部根据生产计划、产能、加工工艺和工序，编制外协加工计划，并将信息通过 ERP 系统发送给供应部；供应部根据外协加工计划，组织采购或生产外协加工所需原材料及半成品，并按照各加工类型和时间，安排外协加工厂商进行加工。

② 外协加工产品与委外加工环节

报告期内，公司主要外协加工产品为牙刷产品，主要外协加工工序包括注塑注胶和手工包装等环节。上述委外加工的环节不属于关键工序，不涉及关键技术。

③ 公司外协加工厂商的选择标准及对外协业务的质量控制措施

公司对于外协加工厂商的选择、管理等制定了《供应商管理制度》、《供应商日常管理实施规定》、《外加工管理制度》等管理制度及规范文件并进行严格执行。公司选择外协厂商时一般流程及考察内容如下：

A、外协加工厂商的初次选择由供应部负责提出建议名单，一般至少有三家。

B、公司核验外协加工厂商出示企业法人营业执照（加盖工商局专用章）复印件、产品质量检验标准和检验方法及质量体系认证证书等相关资料。

C、供应部和品保部负责到外协加工厂商厂家现场了解外协加工厂商的管理体系和实际生产情况。具体要求：（a）内部管理是否规范，体系是否健全，制度是否落实，记录是否完整；（b）是否做到安全生产；（c）外协加工厂商的设备、设施是否先进完好并定期保养；（d）外协加工厂商生产出的产品是否通过严格的程序，是否符合公司的要求；（e）外协加工厂商能否做到保质保量按时送货（送货地点为公司相关仓库）；（f）外协加工厂商的消防、防卫措施是否完善；（g）外协加工厂商经初步筛选后，报请总经理批准后确认为公司合格供应商；（h）供

应部负责与外协产生签订协议和质量协议。

外协加工厂商成为公司供应商后，公司供应部、品保部和工程部等部门按照《供应商管理制度》、《供应商日常管理实施规定》、《外加工管理制度》等规定定期到合格外协加工厂商处进行检查、监督，对于现场评审存在严重不合格项或提出整改措施经公司验证仍不合格的外协加工厂商将取消其合格供应商资格。

④ 公司向前五大外协厂商的采购情况

报告期内，公司各期前五大外协厂商采购情况如下：

单位：万元

年度	供应商名称	金额	占外协加工金额比例	合作历史
2017 年 1-6 月	宿迁市波莉包装服务有限公司	148.31	44.12%	2016 年
	扬州新太阳塑胶日化有限公司	93.35	27.77%	2005 年
	生态科技新城卓鑫刷业加工厂	38.59	11.48%	2016 年
	扬州高缘日化有限公司	18.56	5.52%	2016 年
	扬州嘉业旅游用品有限公司	15.37	4.57%	2010 年
	合　计	**314.17**	**93.47%**	**－**
2016 年度	扬州新太阳塑胶日化有限公司	470.90	51.27%	2005 年
	扬州高缘日化有限公司	165.83	18.06%	2016 年
	扬州雅月包装材料有限公司	53.25	5.80%	2016 年
	扬州市晨笑塑胶日化厂	47.26	5.15%	2013 年
	扬州伊卡璐日化科技有限公司	40.36	4.39%	2015 年
	合　计	**777.60**	**84.67%**	**－**
2015 年度	扬州洁豪刷业有限公司	91.44	34.09%	2008 年
	扬州新太阳塑胶日化有限公司	82.68	30.83%	2005 年
	扬州市茉莉刷业有限公司	36.64	13.66%	2008 年
	扬州市晨笑塑胶日化厂	18.23	6.80%	2013 年
	扬州伊卡璐日化科技有限公司	7.94	2.96%	2015 年
	合　计	**236.93**	**88.34%**	**－**
2014 年度	扬州新太阳塑胶日化有限公司	346.41	42.22%	2005 年
	扬州市晨笑塑胶日化厂	204.63	24.94%	2013 年
	扬州洁豪刷业有限公司	103.55	12.62%	2008 年
	江苏白鹭刷业有限公司	85.49	10.42%	2008 年
	扬州康笑旅游用品有限公司	28.93	3.53%	2008 年
	合　计	**769.01**	**93.73%**	**－**

上述外协加工厂商中，除雅月包装外，其余外协加工厂商与公司、实际控制

人、公司高管、核心技术人员及其他关联方之间不存在关联关系。

报告期内，公司与主要外协加工厂商的交易金额占其同业业务的比例较高，但占该等外协加工厂商主营业务比例较低，主要系公司选择外协加工厂商标准较高，符合公司对加工能力、加工规模、加工质量及交期等要求的外协加工厂商，一般自身业务规模较大且以自主生产为主，能灵活调整其生产计划来完成公司外协业务的阶段性集中订单任务。

公司在《外加工管理制度》对外协加工费的构成及标准进行了明确的规定，报告期内，公司严格执行上述规定，外协加工费用定价合理。

⑤ 报告期内委外加工情况

报告期内，公司涉及委外工序的主要为牙刷产品，公司委外加工情况如下：

单位：万支

产品类别	项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
牙刷	产能[注 1]	40,000.00	40,000.00	37,000.00	33,000.00
	产量	18,558.31	40,585.68	32,433.81	31,691.34
	其中：自主生产	18,008.08	38,006.25	32,188.90	29,920.16
	外协生产[注 2]	550.23	2,579.42	244.92	1,771.18

注：
1、2017 年 1-6 月数据系全年度产能；
2、外协生产牙刷数量包括手工包装工序的牙刷（公司提供散装成品牙刷及包材，委外加工商仅负责手工包装工序）以及注塑注胶和手工包装工序的牙刷。

报告期内，公司订单量存在阶段性集中的情形。公司从优先保证 ODM 客户订单交期考虑，在订单集中阶段将自主品牌产品牙刷产品少量的非核心半成品、配件，通过外协加工的方式组织生产。公司主要委外加工产品为牙刷产品，主要外协加工工序包括注塑注胶和手工包装等环节。因此，上述工序委外加工是必要的。

公司所处江苏省扬州市杭集镇是我国著名的牙刷产业集聚地，大量牙刷生产及配套企业在此集聚发展，各企业和各环节之间分工协作、紧密配合，形成了独具特色的牙刷产业集群。上述注塑注胶和手工包装属于普通加工工序，公司周边从事的厂商众多，同时，公司牙刷产量中外协生产部分占比较低，公司不存在对对外协加工厂商的严重依赖的情形。

3、销售模式

经过多年发展，公司形成了以 ODM 为主兼顾自主品牌、国内和海外市场并重的业务格局。报告期内，公司按销售模式分类销售情况如下：

单位：万元

项　目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例
ODM 销售	27,362.12	87.10%	54,286.95	87.01%	39,748.18	84.46%	37,332.30	83.74%
自主品牌销售	4,052.04	12.90%	8,108.03	12.99%	7,313.22	15.54%	7,249.82	16.26%
合　计	**31,414.16**	**100.00%**	**62,394.98**	**100.00%**	**47,061.40**	**100.00%**	**44,582.12**	**100.00%**

报告期内，公司国内和海外具体销售模式情况如下：

（1）国内销售

报告期内，公司国内销售收入分别为 21,614.73 万元、25,516.82 万元、32,899.23 万元及 15,867.19 万元，占公司主营业务收入的比重分别为 48.48%、54.22%、52.73%及 50.51%。

公司国内销售主要分为 ODM 和自主品牌销售两种模式。

报告期内，公司国内销售收入中 ODM 业务和自主品牌销售的具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占国内销售收入比例	金额	占国内销售收入比例	金额	占国内销售收入比例	金额	占国内销售收入比例
ODM 销售	11,862.22	74.76%	24,837.47	75.50%	18,278.40	71.63%	14,364.92	66.46%
自主品牌销售	4,004.97	25.24%	8,061.76	24.50%	7,238.42	28.37%	7,249.82	33.54%
其中：经销	2,668.03	16.81%	6,056.06	18.41%	5,593.50	21.92%	5,956.83	27.56%
代理	717.14	4.52%	660.92	2.01%	975.05	3.82%	868.52	4.02%
零售	3.10	0.02%	5.29	0.02%	13.36	0.05%	3.47	0.02%
电商渠道	616.69	3.89%	1,339.49	4.07%	656.51	2.57%	421.00	1.95%
合计	**15,867.19**	**100.00%**	**32,899.23**	**100.00%**	**25,516.82**	**100.00%**	**21,614.73**	**100.00%**

① ODM 销售

报告期内，公司国内销售 ODM 收入保持逐年增长，分别为 14,364.92 万元、

18,278.40 万元、24,837.47 万元及 11,862.22 万元，ODM 收入占国内销售的比重分别为 66.46%、71.63%、75.50%及 74.76%。ODM 指由采购方委托制造方，由制造方提供设计及生产，然后由采购方以其自有品牌负责销售的生产方式。公司国内销售 ODM 客户或品牌主要包括薇美姿（舒客）、登康（冷酸灵）、立白（蓝天）、云南白药（金口健）、杭州皎洁、纳爱斯、两面针等国内知名度较高口腔保健用品企业，以及屈臣氏、华润、乐购、永辉等销售网点分布较广的全国性或区域性大卖场或大型连锁超市。

② 自主品牌销售

报告期内，公司国内销售自主品牌销售收入基本保持稳定，分别为 7,249.82 万元、7,238.42 万元、8,061.76 万元及 4,004.97 万元。公司自主品牌销售主要以线下销售为主，线上销售为辅。报告期内，公司线下销售收入占公司国内销售自主品牌销售收入比重分别为 94.19%、90.93%、83.38%及 84.60%。随着公司品牌影响力的不断提升和电商渠道日益发展，公司线上销售收入占比呈现上升趋势。报告期内公司国内销售自主品牌销售收入中线下及线上销售收入情况具体如下：

单位：万元

项　目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占国内自主品牌销售收入比例	金额	占国内自主品牌销售收入比例	金额	占国内自主品牌销售收入比例	金额	占国内自主品牌销售收入比例
线下销售	3,388.28	84.60%	6,722.27	83.38%	6,581.91	90.93%	6,828.82	94.19%
线上销售	616.69	15.40%	1,339.49	16.62%	656.51	9.07%	421.00	5.81%
合　计	**4,004.97**	**100.00%**	**8,061.76**	**100.00%**	**7,238.42**	**100.00%**	**7,249.82**	**100.00%**

A、线下销售模式

报告期内，公司自主品牌销售主要以经销及代理模式为主，并存在极少量零售情况，具体情况如下：

（a）经销模式

报告期内，公司自主品牌销售通过经销模式收入为 5,956.83 万元、5,593.50 万元、6,056.06 万元及 2,668.03 万元。

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

公司对经销商的结算方式通常为先款后货，针对部分长期合作的经销商在综合考虑其信用水平、偿付能力的情况下，在经销商主动申请、公司审批后可以给予一定的信用期。对于给予信用期的经销商，公司要求在当次欠款结清后公司才会进行下次销售。

为了支持经销商在商超的市场推广，公司与经销商一般在经销协议中约定，在经销商向商超支付进场费后，公司承担一定比例的进场费用。其中，公司对进场费先行承担部分费用，其余费用依照该进场单品后续业务开展情况综合评定是否予以承担。

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

公司经销商客户的最终销售去向主要包括：（1）经销商销售给其下游渠道客户，包括大卖场、本土大型连锁超市、中小型超市、便利店、食杂店等；（2）经销商直接销售给零售客户，包括个人消费者和企业客户等。公司与经销商的交易为买断式经销，报告期内不存在经常性的销售退货和换货情形。报告期内，公司经销商客户最终销售情况及库存情况良好，公司经销商客户及销售具有真实性。

报告期内，公司各期前十大经销商销售情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	销售金额	占经销模式收入比例	占主营业务收入比例
2017 年 1-6 月	长沙拓业百货贸易有限公司	138.41	5.10%	0.44%
	潍坊豪友邦生活用品有限公司	57.46	2.12%	0.18%
	广州市品博贸易有限公司	56.09	2.07%	0.18%

	北京东宝永联商贸有限责任公司	50.65	1.87%	0.16%
	常德市鼎城巍锋百货有限公司	49.50	1.82%	0.16%
	上海鼎轶商贸有限公司	46.27	1.70%	0.15%
	武汉时福来商贸有限公司	43.72	1.61%	0.14%
	长沙玉恒日用品贸易有限公司	40.13	1.48%	0.13%
	邯郸市立美商贸有限公司	40.05	1.48%	0.13%
	信阳永杰实业有限公司	39.22	1.44%	0.12%
	合计	**561.50**	**20.68%**	**1.79%**
2016 年度	长沙拓业百货贸易有限公司	314.65	5.16%	0.50%
	常德市鼎城巍锋百货有限公司	200.40	3.28%	0.32%
	南京贝润工贸有限公司	138.88	2.28%	0.22%
	广州市品博贸易有限公司	128.99	2.11%	0.21%
	北京东宝永联商贸有限责任公司	121.36	1.99%	0.19%
	武汉时福来商贸有限公司	114.39	1.87%	0.18%
	潍坊豪友邦生活用品有限公司	107.56	1.76%	0.17%
	杭州宝芷堂健康护理用品有限公司	93.64	1.53%	0.15%
	河北劲草商贸有限公司	92.92	1.52%	0.15%
	郑州市路威商贸有限公司	86.26	1.41%	0.14%
	合　计	**1,399.06**	**22.93%**	**2.24%**
2015 年度	长沙拓业百货贸易有限公司	312.27	5.51%	0.66%
	常德市鼎城巍锋百货有限公司	207.59	3.66%	0.44%
	广州市品博贸易有限公司	142.02	2.51%	0.30%
	武汉恒泰鸿达商贸有限公司	128.94	2.27%	0.27%
	杭州宝芷堂健康护理用品有限公司	124.43	2.20%	0.26%
	南京贝润工贸有限公司	124.18	2.19%	0.26%
	武汉时福来商贸有限公司	111.30	1.96%	0.24%
	北京东宝永联商贸有限责任公司	109.68	1.94%	0.23%
	潍坊豪友邦生活用品有限公司	95.54	1.69%	0.20%
	南通天应百货有限公司	92.56	1.63%	0.20%
	合　计	**1,448.51**	**25.55%**	**3.08%**
2014 年度	长沙拓业百货贸易有限公司	241.27	4.05%	0.54%
	常德市鼎城巍锋百货有限公司	240.92	4.04%	0.54%
	广州市品博贸易有限公司	167.37	2.81%	0.38%
	昆明欣芮华商贸有限公司	157.39	2.64%	0.35%
	秦皇岛市创品商贸有限公司	147.05	2.47%	0.33%
	南京贝润工贸有限公司	138.39	2.32%	0.31%
	武汉恒泰鸿达商贸有限公司	122.40	2.05%	0.27%
	武汉时福来商贸有限公司	118.82	1.99%	0.27%
	贵州恒星三邦商贸有限公司	107.24	1.80%	0.24%

	南通天应百货有限公司	102.77	1.73%	0.23%
	合　计	**1,543.62**	**25.91%**	**3.46%**

报告期内，公司各期前十大经销商较为稳定，合计销售金额分别为 1,543.62 万元、1,448.51 万元、1,399.06 万元和 561.50 万元，占公司当期主营业务收入的占比较低，分别为 3.46%、3.08%、2.24%和 1.79%。

报告期内，公司新增及撤销经销商的收入、毛利、毛利率、期末应收账款余额如下：

项　目		2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
新增经销商	收入	246.48	499.44	530.20	449.26
	毛利	86.85	169.70	154.46	146.38
	毛利率	35.24%	33.98%	29.13%	32.58%
	应收账款余额	[注]41.40	6.65	-	3.52
撤销经销商	收入	5.83	147.41	159.11	364.73
	毛利	2.38	51.00	57.57	125.62
	毛利率	40.82%	34.60%	36.18%	34.44%
	应收账款余额	-	1.25	3.02	3.67

注：2017 年 1-6 月新增经销商应收账款余额截至 2017 年 8 月 31 日已全部回款。

（b）代理模式

报告期内，公司自主品牌销售通过代理模式收入为 868.52 万元、975.05 万元、660.92 万元及 717.14 万元。

在代理模式下，公司与代理商签订销售合同，经代理商向商超客户进行销售。代理模式根据商超结算方式不同可以进一步分为商超代销模式和商超买断模式。商超代销模式下，在产品由商超签收后且收货当月末取得由商超提供的销货清单后确认收入；商超买断模式下，在产品由商超签收后确认收入。公司与商超结算后，再向代理商结算代理费。

（c）零售模式

报告期内，公司存在极少量的线下零售，金额分别为 3.47 万元、13.36 万元、5.29 万元及 3.10 万元。

在线下零售模式下，公司销售产品采取货款即时清结的方式，在取得货款并

产品交付客户后确认收入。

B、线上销售模式

报告期内，公司电商渠道销售主要是通过在天猫、淘宝网、京东、一号店、苏宁易购等第三方电商平台上直接向终端消费者销售商品，针对网络销售的特点，推出了适合网购消费者的产品套装组合。公司按照第三方电商平台的标准条款开店和运营管理。通常，消费者在电商平台下单购买后，公司经核对订单后发货，并通过第三方物流公司配送。

报告期内，公司电商渠道销售收入分别为 421.00 万元、656.51 万元、1,339.49 万元及 616.69 万元，占公司国内销售收入的比重分别为 1.95%、2.57%、4.07%及 3.89%，公司电商渠道的拓展初见成效，但尚不是公司主要的销售渠道。

（2）海外销售

报告期内，公司海外销售收入分别为 22,967.38 万元、21,544.59 万元、29,495.75 万元及 15,546.97 万元，占公司主营业务收入的比重分别为 51.52%、45.78%、47.27%及 49.49%。

公司海外销售主要分为 ODM 和自主品牌销售两种模式，其中主要以 ODM 模式为主。

报告期内，公司海外销售收入中 ODM 业务和自主品牌销售的具体情况如下：

单位：万元

项　目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占海外销售收入比例	金额	占海外销售收入比例	金额	占海外销售收入比例	金额	占海外销售收入比例
ODM 销售	15,499.89	99.70%	29,449.49	99.84%	21,469.78	99.65%	22,967.38	100.00%
自主品牌销售	47.07	0.30%	46.26	0.16%	74.81	0.35%	—	—
合　计	**15,546.97**	**100.00%**	**29,495.75**	**100.00%**	**21,544.59**	**100.00%**	**22,967.38**	**100.00%**

① ODM 销售

报告期内，公司海外销售收入中 ODM 收入保持稳定增长，分别为 22,967.38 万元、21,469.78 万元、29,449.49 万元及 15,499.89 万元，ODM 收入占公司海外

销售收入的比重分别为 100.00%、99.65%、99.84%及 99.70%，是公司海外销售的主要销售模式。

报告期内，公司海外 ODM 客户主要包括海外品牌商和海外采购商。公司海外品牌商客户主要包括专业医疗用品企业（如 Medline、Cardinal Health、Owens & Minor 等）、口腔清洁护理用品企业（如 Ranir、TVP 等）以及在国际或地区具有较广销售网点分布的大型商超（Watsons、HEB Grocery 等）。公司海外采购商客户主要为上述类型品牌商客户指定的全球采购商，如公司客户 Solent 为 Tesco、Boots 等商超的指定采购商，客户 K.ONISHI 为日本品牌商 CREATE 的指定采购商。海外采购商客户在取得其品牌商客户订单后向公司采购产品。

报告期内，公司海外 ODM 销售不同客户类型营业收入的构成情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占海外 ODM 销售收入比例	金额	占海外 ODM 销售收入比例	金额	占海外 ODM 销售收入比例	金额	占海外 ODM 销售收入比例
海外品牌商	11,569.62	74.64%	22,018.82	74.77%	14,788.60	68.88%	17,082.36	74.38%
海外采购商	3,930.28	25.36%	7,430.67	25.23%	6,681.18	31.12%	5,885.03	25.62%
合计	**15,499.89**	**100.00%**	**29,449.49**	**100.00%**	**21,469.78**	**100.00%**	**22,967.38**	**100.00%**

海外客户在选择上游 ODM 生产商过程中，统筹具备一套严格的质量体系认证标准。公司除需要通过国际认可的相关质量体系认证审核以外，还需要按照客户各自建立的供应商选择标准，通过生产管理、现场制造工艺等多环节的综合审核，才能成为候选供应商。成为候选供应商后，公司需根据客户要求的技术参数等，完成产品生产工艺设计研发、模具开发制造、样件开发、生产件批准等流程，并得到客户的验证批准后，才可最终获得产品的生产订单。

公司销售定价采用行业惯例，以成本加成为基础，考虑原材料、工序、人工以及汇率等多个因素，最终与客户协商确定。报告期内，公司海外销售主要采取 FOB 国际贸易方式结算。

② 自主品牌销售

报告期内，公司自主品牌产品在海外均通过进口国当地的经销商进行销售，

公司海外销售收入中自主品牌销售较少，2015 年至 2017 年 6 月分别发生 74.81 万元、46.26 万元及 47.07 万元，占公司当期海外销售收入的比重分别为 0.35%、0.16%及 0.30%，系向客户 Borhan Tejarat Hakim 的销售收入。

（四）公司主要产品的产能和销售情况

1、主要产品产能、产量和销售情况

报告期内，公司各主要产品产能、产量和销售情况如下表所示：

单位：万支、万片

产品类别	项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
牙刷	产能[注 1]	40,000.00	40,000.00	37,000.00	33,000.00
	产量	18,558.31	40,585.68	32,433.81	31,691.34
	其中：自主生产	18,008.08	38,006.25	32,188.90	29,920.16
	外协生产	550.23	2,579.42	244.92	1,771.18
	销量	18,935.31	40,011.41	33,289.87	29,544.22
	产能利用率[注 2]	45.02%	95.02%	87.00%	90.67%
	产销率	102.03%	98.59%	102.64%	93.22%
湿巾	产能[注 1]	168,000.00	168,000.00	154,000.00	154,000.00
	产量	72,019.28	154,655.57	102,211.04	116,671.93
	销量	75,847.53	156,498.15	96,855.99	110,733.21
	产能利用率	42.87%	92.06%	66.37%	75.76%
	产销率	105.32%	101.19%	94.76%	94.91%

注：
1、2017 年 1-6 月数据系全年度产能；
2、牙刷产能利用率=牙刷自主生产产量÷牙刷产能

2、主要产品的销售收入情况

（1）产品分类销售情况

报告期内，公司主营业务收入按产品分类的构成情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一、口腔清洁护理用品	**25,157.90**	**80.08%**	**49,358.62**	**79.11%**	**39,261.32**	**83.43%**	**33,836.64**	**75.90%**
牙刷	22,603.58	71.95%	45,163.22	72.38%	35,311.21	75.03%	30,560.46	68.55%
其他口腔清洁护理用品	2,554.32	8.13%	4,195.40	6.72%	3,950.11	8.39%	3,276.18	7.35%
二、一次性卫生用品	**6,256.26**	**19.92%**	**13,036.36**	**20.89%**	**7,800.08**	**16.57%**	**10,745.47**	**24.10%**

湿巾	6,256.26	19.92%	13,036.36	20.89%	7,800.08	16.57%	10,745.47	24.10%
合　计	**31,414.16**	**100.00%**	**62,394.98**	**100.00%**	**47,061.40**	**100.00%**	**44,582.12**	**100.00%**

（2）区域分类销售情况

报告期内，公司主营业务收入按区域分类的构成情况如下表所示：

单位：万元

项　目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
国内	15,867.19	50.51%	32,899.23	52.73%	25,516.82	54.22%	21,614.73	48.48%
海外	15,546.97	49.49%	29,495.75	47.27%	21,544.59	45.78%	22,967.38	51.52%
合计	**31,414.16**	**100.00%**	**62,394.98**	**100.00%**	**47,061.40**	**100.00%**	**44,582.12**	**100.00%**

报告期各期，公司国内销售收入的区域构成情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占国内销售收入比例	金额	占国内销售收入比例	金额	占国内销售收入比例	金额	占国内销售收入比例
一、线下销售	**15,250.50**	**96.11%**	**31,559.74**	**95.93%**	**24,860.30**	**97.43%**	**21,193.73**	**98.05%**
华南地区	3,931.52	24.78%	11,605.79	35.28%	8,968.61	35.15%	6,630.49	30.68%
西南地区	4,348.98	27.41%	8,484.92	25.79%	5,493.40	21.53%	4,620.23	21.38%
华东地区	4,520.30	28.49%	6,382.79	19.40%	5,655.31	22.16%	5,321.04	24.62%
华中地区	1,322.51	8.33%	2,554.40	7.76%	2,667.05	10.45%	2,405.09	11.13%
其他地区	1,127.18	7.10%	2,531.84	7.70%	2,075.92	8.14%	2,216.88	10.26%
二、线上销售	**616.69**	**3.89%**	**1,339.49**	**4.07%**	**656.51**	**2.57%**	**421.00**	**1.95%**
电商渠道	616.69	3.89%	1,339.49	4.07%	656.51	2.57%	421.00	1.95%
合计	**15,867.19**	**100.00%**	**32,899.23**	**100.00%**	**25,516.82**	**100.00%**	**21,614.73**	**100.00%**

报告期各期，公司海外销售收入的区域构成情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占海外销售收入比例	金额	占海外销售收入比例	金额	占海外销售收入比例	金额	占海外销售收入比例
北美洲	6,588.60	42.38%	12,942.68	43.88%	7,446.47	34.56%	9,995.48	43.52%
欧洲	3,972.14	25.55%	7,039.92	23.87%	6,350.04	29.47%	6,169.95	26.86%
亚洲	3,851.31	24.77%	7,239.14	24.54%	5,703.02	26.47%	4,680.26	20.38%
其他大洲	1,134.92	7.30%	2,274.01	7.71%	2,045.06	9.49%	2,121.70	9.24%
合计	**15,546.97**	**100.00%**	**29,495.75**	**100.00%**	**21,544.59**	**100.00%**	**22,967.38**	**100.00%**

报告期各期，公司国内销售收入的细分产品构成情况如下：

单位：万支（万片、万米）、元/支（片、米）、万元

年度	项目	销售数量	销售单价	销售金额	占国内销售收入比例
2017 年 1-6 月	一、口腔清洁护理用品	-	-	15,769.58	99.38%
	牙刷	12,735.84	1.23	15,628.64	98.50%
	其他口腔清洁护理用品	-	-	140.94	0.89%
	二、一次性卫生用品	1,186.27	0.08	97.60	0.62%
	湿巾	1,186.27	0.08	97.60	0.62%
	合　计	-	-	**15,867.19**	**100.00%**
2016 年度	一、口腔清洁护理用品	-	-	32,808.44	99.72%
	牙刷	27,528.30	1.18	32,542.92	98.92%
	其他口腔清洁护理用品	-	-	265.52	0.81%
	二、一次性卫生用品	1,033.77	0.09	90.79	0.28%
	湿巾	1,033.77	0.09	90.79	0.28%
	合　计	-	-	**32,899.23**	**100.00%**
2015 年度	一、口腔清洁护理用品	-	-	25,372.02	99.43%
	牙刷	22,062.73	1.14	25,168.04	98.63%
	其他口腔清洁护理用品	-	-	203.98	0.80%
	二、一次性卫生用品	1,655.23	0.09	144.80	0.57%
	湿巾	1,655.23	0.09	144.80	0.57%
	合　计	-	-	**25,516.82**	**100.00%**
2014 年度	一、口腔清洁护理用品	-	-	21,279.67	98.45%
	牙刷	19,141.01	1.10	21,062.93	97.45%
	其他口腔清洁护理用品	-	-	216.74	1.00%
	二、一次性卫生用品	3,868.09	0.09	335.07	1.55%
	湿巾	3,868.09	0.09	335.07	1.55%
	合　计	-	-	**21,614.73**	**100.00%**

注：其他口腔清洁护理用品主要包括牙线、齿间刷、假牙清洁片、牙线签等，种类较多，计量单位不一。

报告期各期，公司海外销售收入的细分产品构成情况如下：

单位：万支（万片、万米）、元/支（片、米）、万元

年度	项目	销售数量	销售单价	销售金额	占海外销售收入比例
2017 年 1-6 月	一、口腔清洁护理用品	-	-	9,388.31	60.39%
	牙刷	6,199.47	1.13	6,974.94	44.86%
	其他口腔清洁护理用品	-	-	2,413.37	15.52%
	二、一次性卫生用品	74,661.27	0.08	6,158.65	39.61%
	湿巾	74,661.27	0.08	6,158.65	39.61%

	合　计	**-**	**-**	**15,546.97**	**100.00%**
2016年度	一、口腔清洁护理用品	-	-	16,550.18	56.11%
	牙刷	12,483.11	1.01	12,620.30	42.79%
	其他口腔清洁护理用品	-	-	3,929.87	13.32%
	二、一次性卫生用品	155,464.38	0.08	12,945.57	43.89%
	湿巾	155,464.38	0.08	12,945.57	43.89%
	合　计	**-**	**-**	**29,495.75**	**100.00%**
2015年度	一、口腔清洁护理用品	-	-	13,889.31	64.47%
	牙刷	11,227.14	0.90	10,143.17	47.08%
	其他口腔清洁护理用品	-	-	3,746.13	17.39%
	二、一次性卫生用品	95,200.76	0.08	7,655.28	35.53%
	湿巾	95,200.76	0.08	7,655.28	35.53%
	合　计	**-**	**-**	**21,544.59**	**100.00%**
2014年度	一、口腔清洁护理用品	-	-	12,556.97	54.67%
	牙刷	10,403.21	0.91	9,497.53	41.35%
	其他口腔清洁护理用品	-	-	3,059.44	13.32%
	二、一次性卫生用品	106,865.11	0.10	10,410.41	45.33%
	湿巾	106,865.11	0.10	10,410.41	45.33%
	合　计	**-**	**-**	**22,967.38**	**100.00%**

注：其他口腔清洁护理用品主要包括牙线、齿间刷、假牙清洁片、牙线签等，种类较多，计量单位不一。

3、产品主要的消费群体

公司口腔清洁护理用品及一次性卫生用品最终消费群体主要为个人消费者。公司客户主要包括 ODM 客户及经销代理商，部分通过电子商务等渠道进行直接销售。经销代理模式下，公司主要产品通过经销商或代理商在国际性大卖场、本土大型连锁超市、中小型超市、便利店、食杂店等销售终端面向个人消费者，部分专业产品如医用湿巾等则通过专业医疗用品经销商销售给医院等医疗机构。

4、主要产品销售价格变化情况

公司产品线齐全，产品种类丰富，报告期各主要产品价格具体分析详见本招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“二、盈利能力分析”之“（三）利润表项目逐项分析”之“1、营业收入”之“（2）主营业务收入按产品构成分析”部分内容。

5、公司向前五名客户的销售情况

单位：万元

年度	客户名称	销售金额	占主营业务收入比例
2017 年 1-6 月	重庆登康口腔护理用品股份有限公司	3,827.27	12.18%
	Medline	3,023.56	9.62%
	薇美姿	2,950.33	9.39%
	Solent	1,724.30	5.49%
	常州大亚进出口有限公司	1,400.99	4.46%
	合计	**12,926.46**	**41.15%**
2016 年度	薇美姿	9,899.99	15.87%
	重庆登康口腔护理用品股份有限公司	7,374.73	11.82%
	Medline	5,299.08	8.49%
	Cardinal Health Singapore 225 PTE LTD	2,283.58	3.66%
	常州大亚进出口有限公司	1,953.28	3.13%
	合　计	**26,810.66**	**42.97%**
2015 年度	薇美姿	4,891.80	10.39%
	重庆登康口腔护理用品股份有限公司	4,529.87	9.63%
	HS	3,500.09	7.44%
	Medline	3,347.60	7.11%
	梅州佳杰日用品有限公司	2,051.07	4.36%
	合　计	**18,320.44**	**38.93%**
2014 年度	薇美姿	4,748.32	10.65%
	Cardinal Health Singapore 225 PTE LTD	3,822.57	8.57%
	重庆登康口腔护理用品股份有限公司	3,438.77	7.71%
	HS	2,677.67	6.01%
	Medline	2,657.06	5.96%
	合　计	**17,344.40**	**38.90%**

注 1：报告期内，公司对广州薇美姿个人护理用品有限公司及其关联企业广州薇美姿实业有限公司均有销售，此处合并计算对其销售额；
注 2：报告期内，公司对 Medline Industries, Inc.及其关联企业 Medline International 均有销售，此处合并计算对其销售额；
注 3：2014 年，公司对 HS 及其子公司 P&S 均有销售，此处合并计算对其销售额。
注 4：报告期内，公司对 Solent Manufacturing Limited 及其子公司索伦特商贸（上海）有限公司均有销售，此处合并计算对其销售额。

报告期内，公司不存在向单个客户的销售比例超过总额的 50%的情况。

报告期内上述客户中，HS 为公司实际控制人张文生控制的企业。HS 的具体情况以及公司与 HS 的关联交易的具体情况详见招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、关联交易情况”之“（一）经常性关联交易”部分内容。

除 HS 外，本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其主要关联方和持有本公司 5%以上股份的股东未在公司前五大客户中占有权益。

6、公司按销售模式的前五大客户销售情况

（1）ODM 销售模式

① ODM 销售模式的前五大客户销售情况

单位：万元

年度	客户名称	产品类型	金额	占 ODM 业务收入比重
2017 年 1-6 月	重庆登康口腔护理用品股份有限公司	牙刷	3,827.27	13.99%
	Medline	湿巾	3,023.56	11.05%
	薇美姿	牙刷	2,950.33	10.78%
	Solent	牙刷、其他口腔清洁护理用品、湿巾	1,724.30	6.30%
	常州大亚进出口有限公司	牙刷	1,400.99	5.12%
	合　　计		**12,926.46**	**47.24%**
2016 年度	薇美姿	牙刷	9,899.99	18.24%
	重庆登康口腔护理用品股份有限公司	牙刷	7,374.73	13.58%
	Medline	湿巾	5,299.08	9.76%
	Cardinal Health Singapore 225 PTE LTD	湿巾	2,283.58	4.21%
	常州大亚进出口有限公司	牙刷	1,953.28	3.60%
	合　　计		**26,810.66**	**49.39%**
2015 年度	薇美姿	牙刷	4,891.80	12.31%
	重庆登康口腔护理用品股份有限公司	牙刷	4,529.87	11.40%
	HS	牙刷、其他口腔清洁护理用品、湿巾	3,500.09	8.81%
	Medline	湿巾	3,347.60	8.42%
	梅州佳杰日用品有限公司	牙刷	2,051.07	5.16%
	合　　计		**18,320.44**	**46.09%**
2014 年度	薇美姿	牙刷	4,748.32	12.72%
	Cardinal Health Singapore 225 PTE LTD	湿巾	3,822.57	10.24%
	重庆登康口腔护理用品股份有限公司	牙刷、其他口腔清洁护理用品	3,438.77	9.21%
	HS	牙刷、其他口腔清洁护理用品、湿巾	2,677.67	7.17%
	Medline	湿巾	2,657.06	7.12%

	合　　计	**17,344.40**	**46.46%**

注 1：报告期内，公司对广州薇美姿个人护理用品有限公司及其关联企业广州薇美姿实业有限公司、广州薇美姿销售有限公司均有销售，此处合并计算对其销售额；
注 2：报告期内，公司对 Medline Industries, Inc.及其关联企业 Medline International 均有销售，此处合并计算对其销售额。
注 3：2014 年，公司对 HS 及其子公司 P&S 均有销售，此处合并计算对其销售额。
注 4：报告期内，公司对 Solent Manufacturing Limited 及其子公司索伦特商贸（上海）有限公司均有销售，此处合并计算对其销售额。

② 国内 ODM 销售

报告期内，公司国内 ODM 销售的各期前五大客户销售情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	销售内容	销售金额	占国内 ODM 销售收入比例
2017 年 1-6 月	重庆登康口腔护理用品股份有限公司	牙刷	3,827.27	32.26%
	薇美姿	牙刷	2,950.33	24.87%
	常州大亚进出口有限公司	牙刷	1,400.99	11.81%
	杭州纳美科技有限公司	牙刷	585.93	4.94%
	屈臣氏	牙刷、其他口腔清洁护理用品	391.64	3.30%
	合　计		**9,156.16**	**77.19%**
2016 年度	薇美姿	牙刷	9,899.99	39.86%
	重庆登康口腔护理用品股份有限公司	牙刷	7,374.73	29.69%
	常州大亚进出口有限公司	牙刷	1,953.28	7.86%
	屈臣氏	牙刷、其他口腔清洁护理用品	949.91	3.82%
	云南白药	牙刷	729.30	2.94%
	合　计		**20,907.21**	**84.18%**
2015 年度	薇美姿	牙刷	4,891.80	26.76%
	重庆登康口腔护理用品股份有限公司	牙刷	4,529.87	24.78%
	梅州佳杰日用品有限公司	牙刷	2,051.07	11.22%
	常州大亚进出口有限公司	牙刷、其他口腔清洁护理用品	1,303.65	7.13%
	广州立白企业集团有限公司	牙刷	1,065.16	5.83%
	合　计		**13,841.55**	**75.73%**
2014 年度	薇美姿	牙刷	4,748.32	33.05%
	重庆登康口腔护理用品股份有限公司	牙刷、其他口腔清洁护理用品	3,438.77	23.94%
	屈臣氏	牙刷	779.92	5.43%
	广州立白企业集团有限公司	牙刷	688.08	4.79%

	杭州皎洁口腔保健用品有限公司	牙刷	607.91	4.23%
	合　计		**10,263.00**	**71.44%**

注 1：报告期内，公司对广州薇美姿个人护理用品有限公司及其关联企业广州薇美姿实业有限公司、广州薇美姿销售有限公司均有销售，此处合并计算对其销售额；
注 2：报告期内，公司对广州屈臣氏个人用品商店有限公司及其关联企业武汉屈臣氏个人用品商店有限公司均有 ODM 销售，此处合并计算对其销售额；
注 3：报告期内，公司对云南白药集团健康产品有限公司及其关联企业云南白药集团医药电子商务有限公司均有销售，此处合并计算对其销售额。

③ 海外 ODM 销售

报告期内，公司海外 ODM 销售的各期前五大客户销售情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	销售内容	销售金额	占海外 ODM 销售收入比例
2017 年 1-6 月	Medline	湿巾	3,023.56	19.51%
	Solent	其他口腔清洁护理用品、牙刷、湿巾	1,689.93	10.90%
	Ranir LLC	牙刷	1,332.17	8.59%
	TVP DENTAL B CORPORATION	牙刷	904.91	5.84%
	Cardinal Health Singapore 225 PTE LTD	湿巾	693.80	4.48%
	合　计		**7,644.38**	**49.32%**
2016 年度	Medline	湿巾	5,299.08	17.99%
	Cardinal Health Singapore 225 PTE LTD	湿巾	2,283.58	7.75%
	Ranir LLC	牙刷	1,799.88	6.11%
	TVP DENTAL B CORPORATION	牙刷	1,710.07	5.81%
	Solent	其他口腔清洁护理用品、牙刷、湿巾	1,612.21	5.47%
	合　计		**12,704.82**	**43.14%**
2015 年度	HS	牙刷、其他口腔清洁护理用品、湿巾	3,500.09	16.30%
	Medline	湿巾	3,347.60	15.59%
	Ranir LLC	牙刷	1,093.99	5.10%
	K.ONISHI & CO., LTD	牙刷、其他口腔清洁护理用品	912.24	4.25%
	Cardinal Health Singapore 225 PTE LTD	湿巾	884.05	4.12%
	合　计		**9,737.98**	**45.36%**
2014	Cardinal Health Singapore 225	湿巾	3,822.57	16.64%

年度	PTE LTD			
	HS	牙刷、其他口腔清洁护理用品、湿巾	2,677.67	11.66%
	Medline	湿巾	2,657.06	11.57%
	Cosmed Industria de Cosmeticos e Medicamentos S.A.	牙刷、其他口腔清洁护理用品	777.47	3.39%
	K.ONISHI & CO., LTD	牙刷、其他口腔清洁护理用品	738.66	3.22%
	合 计		**10,673.44**	**46.47%**

注 1：报告期内，公司对 Medline Industries, Inc.及其关联企业 Medline International 均有销售，此处合并计算对其销售额；
注 2：报告期内，公司对 Solent Manufacturing Limited 及其子公司索伦特商贸（上海）有限公司均有销售，此处合并计算对其销售额。
注 3：2014 年，公司对 HS 及其子公司 P&S 均有销售，此处合并计算对其销售额。

④ 公司获取主要 ODM 客户的方式，主要 ODM 客户当前阶段对公司产品的总需求量、公司产品所占比例，主要 ODM 客户未来的业务发展计划

公司与主要ODM客户均通过交易会结识并由客户实地考察验厂后建立合作关系。

公司主要 ODM 客户均为国内外知名口腔清洁护理用品企业、医疗及健康护理用品企业、在国际或地区具有较广销售网点分布的大型商超等品牌商客户以及品牌商客户指定的国内外采购商等，对公司产品有较大的需求量。报告期内，公司主要 ODM 客户对公司产品的需求量保持稳定增长。

Medline、Cardinal Health 均为国际知名医疗及健康护理用品企业，全球年销售额分别超过 1,000 亿美元和 80 亿美元，公司产品占其采购总额的比例较低；薇美姿、登康等为国内知名口腔清洁护理用品企业，作为其重要供应商，公司产品在其采购总额中占重要水平。

报告期内，公司与主要 ODM 客户均保持着持续稳定深度的合作关系。随着公司在行业内的品牌影响力的提升，以及通过不断研发新品、提高产品品质、扩大生产规模、严格控制产品交期等措施维护老客户，主要 ODM 客户未来将与公司继续保持紧密合作关系。

⑤ 公司同主要 ODM 客户交易的可持续性，公司和主要 ODM 客户的角色

定位和重要性

公司与国内主要 ODM 客户一般采取签订年度框架协议的方式开展合作，一般以自然年度为一个合同周期，并约定合同期满如双方未签订新的合同但任然继续合作的，则仍遵照上一年度合同约定履行。公司与海外主要 ODM 客户一般直接采取下达订单方式开展合作，部分客户如 Cardinal Health、Solent、Owens & Minor 等签订年度框架协议并约定有关于自动延期的相关条款。

口腔清洁护理用品行业和一次性卫生用品行业具有相类似的行业特征，即行业内企业根据不同的专业分工，并已形成了较为稳定的行业格局。以品牌商为主的ODM客户对生产制造商的要求较高，需要综合考察生产制造商企业管理体系、技术水平、生产能力等各个方面，经过反复考察验厂等环节认证成为其供应商后一般均会保持长期稳定的合作。

公司与主要 ODM 客户均保持了持续稳定合作关系，部分 ODM 客户合作时间已超过 10 年。报告期内，公司凭借在行业内的品牌影响力，通过不断研发新品、提高产品品质、扩大生产规模、严格控制产品交期等措施，向主要 ODM 客户的销售金额整体保持稳定增长。

报告期内，公司与 ODM 客户保持稳定合作关系，近三年与公司持续保持业务合作 ODM 客户超过 100 家，报告期内其合计销售收入占 ODM 销售总收入的比例分别为 93.68%、91.58%、92.47%及 89.01%。

综上，公司与主要 ODM 客户保持着持续稳定深度的合作关系，与主要 ODM 客户的交易具有可持续性。

⑥ 公司的技术、产能的来源情况

截至招股说明书签署日，公司及子公司共拥 218 项专利，其中发明专利 11 项，外观专利 166 项，实用新型专利 41 项。上述专利均是公司独立研发的技术成果，其专利权人均为发行人及子公司。公司对主要技术均拥有相应专利，不存在来源于主要 ODM 客户的情况，不存在纠纷或潜在纠纷。

报告期内，公司机器设备原值逐年增长，与公司产能及产量情况匹配。公司

拥有与生产相关的厂房、机器设备等的相关权利，产能不存在来源于主要 ODM 客户的情况，不存在纠纷或潜在纠纷。

（2）自主品牌销售模式

报告期内，公司自主品牌销售的各期前五大客户销售情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	销售内容	销售金额	占自主品牌销售收入比例
2017 年 1-6 月	苏果超市有限公司	牙刷	319.06	7.87%
	中百仓储超市有限公司	牙刷、湿巾	308.69	7.62%
	长沙拓业百货贸易有限公司	牙刷、其他口腔清洁护理用品	138.41	3.42%
	上海天翌电子商务有限公司	牙刷、其他口腔清洁护理用品	105.59	2.61%
	青岛福兴祥物流有限公司	牙刷、其他口腔清洁护理用品	67.72	1.67%
	总计		**939.47**	**23.19%**
2016 年度	苏果超市有限公司	牙刷	319.33	3.94%
	长沙拓业百货贸易有限公司	牙刷、其他口腔清洁护理用品	314.65	3.88%
	上海天翌电子商务有限公司	牙刷、其他口腔清洁护理用品	249.87	3.08%
	青岛福兴祥物流有限公司	牙刷、其他口腔清洁护理用品	218.92	2.70%
	常德市鼎城巍锋百货有限公司	牙刷、其他口腔清洁护理用品	200.40	2.47%
	合计		**1,303.17**	**16.07%**
2015 年度	中百仓储超市有限公司	牙刷、其他口腔清洁护理用品、湿巾	388.30	5.31%
	苏果超市有限公司	牙刷	378.65	5.18%
	长沙拓业百货贸易有限公司	牙刷	312.27	4.27%
	常德市鼎城巍锋百货有限公司	牙刷、其他口腔清洁护理用品	207.59	2.84%
	青岛福兴祥物流有限公司	牙刷、其他口腔清洁护理用品	188.58	2.58%
	合计		**1,475.39**	**20.17%**
2014 年度	中百仓储超市有限公司	牙刷、湿巾	374.02	5.16%
	苏果超市有限公司	牙刷、湿巾	313.77	4.33%
	长沙拓业百货贸易有限公司	牙刷、其他口腔清洁护理用品	241.27	3.33%
	常德市鼎城巍锋百货有限公司	牙刷、其他口腔清洁护理用品	240.92	3.32%

	青岛福兴祥物流有限公司	牙刷、其他口腔清洁护理用品、湿巾	171.09	2.36%
	合计		**1,341.07**	**18.50%**

7、公司按产品类型的前五大客户销售情况

（1）牙刷

报告期内，公司牙刷产品的各期前五大客户销售情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	销售金额	占该类产品收入比例
2017 年 1-6 月	重庆登康口腔护理用品股份有限公司	3,827.27	16.93%
	薇美姿	2,950.33	13.05%
	常州大亚进出口有限公司	1,400.99	6.20%
	Ranir LLC	1,325.43	5.86%
	TVP DENTAL B CORPORATION	895.37	3.96%
	合计	**10,399.39**	**46.01%**
2016 年度	薇美姿	9,899.99	21.92%
	重庆登康口腔护理用品股份有限公司	7,374.73	16.33%
	常州大亚进出口有限公司	1,953.28	4.32%
	Ranir LLC	1,799.88	3.99%
	TVP DENTAL B CORPORATION	1,710.07	3.79%
	合计	**22,737.95**	**50.35%**
2015 年度	薇美姿	4,891.80	13.85%
	重庆登康口腔护理用品股份有限公司	4,529.87	12.83%
	HS	2,119.01	6.00%
	梅州佳杰日用品有限公司	2,051.07	5.81%
	Watsons	1,317.37	3.73%
	合计	**14,909.12**	**42.22%**
2014 年度	薇美姿	4,748.32	15.54%
	重庆登康口腔护理用品股份有限公司	3,425.17	11.21%
	HS	2,125.27	6.95%
	Watsons	1,232.11	4.03%
	K.Onishi & Co., Ltd	726.86	2.38%
	合计	**12,257.73**	**40.11%**

注 1：报告期内，公司对广州薇美姿个人护理用品有限公司及其关联企业广州薇美姿实业有限公司、广州薇美姿销售有限公司均有销售，此处合并计算对其销售额；

注 2：报告期内，公司对 A.S.Watson Retail (HK) Limited 及其关联企业广州屈臣氏个人用品商店有限公司、武汉屈臣氏个人用品商店有限公司、PARKnSHOP (HK) Limited、武汉百佳超级市场有限公司均有销售，此处合并计算对其销售额；
注 3：2014 年，公司对 HS 及其子公司 P&S 均有销售，此处合并计算对其销售额。

（2）其他口腔清洁护理用品

报告期内，公司其他口腔清洁护理用品的各期前五大客户销售情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	销售金额	占该类产品收入比例
2017 年 1-6 月	Solent	929.51	36.39%
	Burstenmann GmbH	297.07	11.63%
	Ridam Care B.V.	282.93	11.08%
	C.I. Medical Co., Ltd	170.99	6.69%
	Siam Health Group Co., Ltd.	125.04	4.90%
	合计	**1,805.54**	**70.69%**
2016 年度	Solent	831.24	19.81%
	Ridam Care B.V.	472.32	11.26%
	HS	455.31	10.85%
	Burstenmann GmbH	312.29	7.44%
	C.I. Medical Co., Ltd	271.80	6.48%
	合　计	**2,342.96**	**55.85%**
2015 年度	HS	1,083.86	27.44%
	Ridam Care B.V.	431.57	10.93%
	Siam Health Group Co., Ltd.	417.57	10.57%
	Burstenmann GmbH	342.40	8.67%
	Healthcare Brands Limited	180.33	4.57%
	合　计	**2,455.72**	**62.17%**
2014 年度	Ridam Care B.V.	439.35	13.41%
	Burstenmann GmbH	367.92	11.23%
	HS	353.61	10.79%
	Healthcare Brands Limited	246.38	7.52%
	Siam Health Group Co., Ltd.	223.51	6.82%
	合　计	**1,630.76**	**49.78%**

注：报告期内，公司对 Solent Manufacturing Limited 及其子公司索伦特商贸（上海）有限公司均有销售，此处合并计算对其销售额。

（3）湿巾

报告期内，公司湿巾产品的各期前五大客户销售情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	销售金额	占该类产品收入比例
2017 年 1-6 月	Medline	3,023.56	48.33%
	Cardinal Health Singapore 225 PTE LTD	693.80	11.09%
	Dukal corporation	395.28	6.32%
	Owens & Minor	292.73	4.68%
	Stöpler Instrumenten & Apparaten B.V.	274.60	4.39%
	合计	**4,679.97**	**74.80%**
2016 年度	Medline	5,299.08	40.65%
	Cardinal Health Singapore 225 PTE LTD	2,283.58	17.52%
	Owens & Minor	1,082.04	8.30%
	Dukal Corporation	584.70	4.49%
	Stöpler Instrumenten & Apparaten B.V.	512.74	3.93%
	合　计	**9,762.14**	**74.88%**
2015 年度	Medline	3,347.60	42.92%
	Cardinal Health Singapore 225 PTE LTD	884.05	11.33%
	Dukal Corporation	351.97	4.51%
	Stöpler Instrumenten & Apparaten B.V.	340.56	4.37%
	Owens & Minor	330.40	4.24%
	合　计	**5,254.59**	**67.37%**
2014 年度	Cardinal Health Singapore 225 PTE LTD	3,822.57	35.57%
	Medline	2,657.06	24.73%
	Dynarex Corporation	565.43	5.26%
	Dukal Corporation	393.41	3.66%
	Stöpler Instrumenten & Apparaten B.V.	377.91	3.52%
	合　计	**7,816.38**	**72.74%**

注 1：报告期内，公司对 Medline Industries, Inc.及其关联企业 Medline International 均有销售，此处合并计算对其销售额；
注 2：报告期内，公司对 Solent Manufacturing Limited 及其子公司索伦特商贸（上海）有限公司均有销售，此处合并计算对其销售额；
注 3：报告期内，公司对 Owens & Minor Distribution, Inc 及其关联企业上海明若医疗器械贸易有限公司有销售，此处合并计算对其销售额。

（五）主要原材料及能源的供应情况

1、主要原材料的采购情况

公司生产所需要的原材料主要包括包装材料、刷丝、无纺布、塑料粒子、胶料、PVC/PET 片材、化学品原料等，其他原材料主要包括原料线、色粉/色母、

金属丝等。报告期内公司主要原材料采购的金额及占当期采购总额的比例如下表所示：

单位：万元

主要原材料	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
包装材料	4,157.02	27.70%	8,643.04	27.23%	5,751.01	26.15%	6,025.85	24.46%
刷丝	1,907.16	12.71%	5,476.33	17.26%	3,023.25	13.75%	3,294.29	13.37%
无纺布	2,680.64	17.86%	5,169.71	16.29%	3,013.80	13.71%	4,542.69	18.44%
塑料粒子	2,409.95	16.06%	4,570.52	14.40%	3,582.73	16.29%	4,539.18	18.42%
胶料	1,066.66	7.11%	2,312.52	7.29%	1,930.59	8.78%	1,935.32	7.86%
PVC/PET 片材	785.97	5.24%	1,442.61	4.55%	1,358.10	6.18%	1,353.17	5.49%
化学品原料	665.14	4.43%	1,450.78	4.57%	1,031.54	4.69%	1,135.68	4.61%
其他	1,335.36	8.90%	2,671.87	8.42%	2,299.46	10.46%	1,810.20	7.35%
合　计	**15,007.88**	**100.00%**	**31,737.38**	**100.00%**	**21,990.47**	**100.00%**	**24,636.38**	**100.00%**

公司实行“以销定产加安全库存”政策，报告期内原材料采购金额变化主要受到公司产销量变化以及市场供需关系的影响。公司 2015 年原材料采购总额较 2014 年有所下降，系公司原材料多为石油下游产品，受到国际石油价格的持续走低影响，公司 2015 年度原材料采购单价降幅较大。

报告期内，公司主要产品产量与相关原材料的采购量匹配。

2、主要能源供应情况

（1）主要能源使用情况

报告期内，公司水电采购及耗用的金额、数量及均价如下：

项目		2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
电力	用电量（万千瓦时）	850.19	1,738.63	1,456.20	1,384.47
	用电金额（万元）	560.02	1,161.79	977.42	955.48
	均价（元/千瓦时）	0.66	0.67	0.67	0.69
	占当期营业成本的比例	2.43%	2.61%	2.77%	2.83%
水	用水量（万吨）	6.79	11.48	10.73	11.29
	用水金额（万元）	24.80	39.69	37.20	38.72
	均价（元/吨）	3.65	3.46	3.47	3.43
	占当期营业成本的比例	0.11%	0.09%	0.11%	0.11%

报告期内，公司水电采购均价保持稳定，耗用金额占营业成本的比例较低。

（2）主要能源消耗量与产品产量的匹配情况

报告期内，公司主要能源消耗为电力，其中电力消耗主要用于牙刷产品的生产制造。公司牙刷产品的生产制造主要包括注塑注胶、植毛、包装等工艺流程，均需耗用电力能源。报告期内，公司牙刷车间耗电量分别为 1,103.02 万千瓦时、1,127.14 万千瓦时、1,378.49 万千瓦时、661.41 万千瓦时，而各年度公司牙刷自主生产产量分别为 29,920.16 万支、32,188.90 万支、38,006.25 万支、18,008.08 万支。因此，公司牙刷产品生产的电力消耗量与产量的相匹配。

3、主要原材料的价格变动

影响公司原材料采购均价的因素较多，主要包括：原材料本身的市场价格变动、公司对产品设计进行升级，采用进口原材料进行替代等。具体分析详见本招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“二、盈利能力分析”之“（四）毛利率分析”之“4、主要原材料采购价格波动情况”部分内容。

4、公司向前五名供应商的采购情况

单位：万元

年度	供应商名称	采购金额	占采购总额比例
2017 年 1-6 月	金春股份	1,850.56	12.33%
	无锡兴达	936.98	6.24%
	中国石化化工销售有限公司华东分公司	929.31	6.19%
	天津碧碧丝克美特制刷有限公司	653.57	4.35%
	南通普力马弹性体技术有限公司	642.04	4.28%
	合计	**5,012.45**	**33.40%**
2016 年度	金春股份	3,476.39	10.95%
	中国石化化工销售有限公司华东分公司	2,375.00	7.48%
	无锡兴达	1,889.31	5.95%
	深圳市富懋诚科技有限公司	1,803.15	5.68%
	南通普力马弹性体技术有限公司	1,768.17	5.57%
	合计	**11,312.02**	**35.64%**
2015 年度	中国石化化工销售有限公司华东分公司	2,334.11	10.61%
	南通普力马弹性体技术有限公司	1,606.86	7.31%
	无锡兴达	1,438.90	6.54%
	扬州龙腾彩印包装有限公司	1,232.36	5.60%

	金春股份	1,226.85	5.58%
	合计	**7,839.08**	**35.65%**
2014 年度	中国石化化工销售有限公司华东分公司	2,724.64	11.06%
	杭州恒翔纺织有限公司	1,646.69	6.68%
	无锡兴达	1,433.04	5.82%
	南通普力马弹性体技术有限公司	1,404.21	5.70%
	扬州龙腾彩印包装有限公司	1,248.26	5.07%
	合计	**8,456.83**	**34.33%**

注：报告期内，公司对杜邦兴达（无锡）单丝有限公司及其关联企业无锡市兴达尼龙有限公司均有采购，此处合并计算对其采购额。

报告期内，公司不存在向单个供应商的原材料采购比例超过总额 50%的情况。

本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其主要关联方和持有本公司 5%以上股份的股东未在公司前五大供应商中占有权益。

报告期内，公司前五大供应商较为稳定。受上游原材料原油价格下跌以及公司 2016 年湿巾产品销量大幅增长影响，公司主要供应商存在因采购金额变化排名略有变动；此外考虑到原材料质量、交期和部分供应商经营状况等因素，公司存在与个别供应商取消合作的情况。报告期内，公司前五大供应商上述变动具有合理性。报告期内，公司与供应商的主要采购合同的签订及实际履行情况良好。

5、按照原材料的主要类型的主要供应商采购情况

（1）包装材料

报告期各期，公司前五大包装材料供应商情况如下：

单位：万元

年度	供应商名称	采购内容	采购数量	采购单价	采购金额	占该类产品采购比例
2017 年 1-6 月	扬州龙腾	不干胶、纸卡、隔板、内盒、中盒	7,776.01	0.08	593.08	14.27%
	广州威顿	吸塑盒	930.12	0.54	503.66	12.12%
	新大力	不干胶、纸卡、吸塑盒、中盒	2,082.09	0.19	392.35	9.44%
	生威包装	隔板、内盒、纸箱	184.85	1.83	338.49	8.14%
	华裕包装	包装袋、膜	695.99	0.47	328.42	7.90%
	合计	—	**11,669.05**	**0.18**	**2,156.00**	**51.86%**

2016年度	扬州龙腾	不干胶、纸卡、隔板、内盒、中盒	18,395.60	0.07	1,292.05	14.95%
	新大力	不干胶、纸卡、吸塑盒、中盒	4,965.00	0.18	903.60	10.45%
	新协力	吸塑盒	1,291.29	0.70	902.45	10.44%
	协达利	吸塑盒	1,917.91	0.43	824.04	9.53%
	雅月包装	不干胶	16,101.81	0.04	670.55	7.76%
	合　计	**—**	**42,671.61**	**0.11**	**4,592.69**	**53.14%**
2015年度	扬州龙腾	不干胶、纸卡、隔板、内盒、中盒	15,517.71	0.08	1,232.36	21.43%
	新大力	不干胶、纸卡、吸塑盒、中盒	4,711.91	0.17	819.22	14.24%
	雅月包装	不干胶	11,119.86	0.05	522.39	9.08%
	生威包装	隔板、内盒、纸箱	387.72	1.28	497.26	8.65%
	钟灵彩印	纸卡、隔板、内盒、中盒、纸箱	338.02	1.04	352.33	6.13%
	合　计	**—**	**32,075.23**	**0.11**	**3,423.56**	**59.53%**
2014年度	扬州龙腾	不干胶、纸卡、隔板、内盒、中盒	16,572.82	0.08	1,248.26	20.72%
	新大力	不干胶、纸卡、吸塑盒、中盒	6,210.37	0.16	1,001.43	16.62%
	生威包装	隔板、内盒、纸箱	368.33	1.50	552.59	9.17%
	华裕包装	包装袋、膜	199.14	1.82	362.54	6.02%
	扬州喜刷刷	吸塑盒	1,265.22	0.27	342.42	5.68%
	合　计	**—**	**24,615.89**	**0.14**	**3,507.24**	**58.20%**

注：报告期内，公司对台州市路桥大力彩印有限公司及其关联企业台州新大力印刷有限公司均有采购，此处合并计算对其采购额。

（2）刷丝

报告期各期，公司前五大刷丝供应商情况如下：

单位：万元

年度	供应商名称	采购内容	采购数量	采购单价	采购金额	占该类产品采购比例
2017年1-6月	无锡兴达	国产刷丝、进口刷丝	9.85	95.09	936.98	49.13%
	天津碧碧丝	进口刷丝	2.76	237.17	653.57	34.27%
	深圳富懋诚	进口刷丝	0.62	381.16	234.66	12.30%
	Pedex	进口刷丝	0.11	479.09	50.65	2.66%
	Monahan Filaments	进口刷丝	0.08	275.83	22.95	1.20%
	合计	**—**	**13.41**	**141.55**	**1898.81**	**99.56%**
2016年度	无锡兴达	国产刷丝、进口刷丝	19.38	97.46	1,889.31	34.50%
	深圳富懋诚	进口刷丝	4.35	415.12	1,803.15	32.93%

	天津碧碧丝	进口刷丝	5.38	237.36	1,276.70	23.31%
	Pedex	进口刷丝	0.89	515.83	456.55	8.34%
	慈溪洁达	国产刷丝	0.32	51.70	16.31	0.30%
	合　计	**－**	**30.31**	**179.56**	**5,442.01**	**99.37%**
2015 年度	无锡兴达	国产刷丝、进口刷丝	15.76	91.29	1,438.90	47.59%
	深圳富懋诚	进口刷丝	2.47	332.43	820.23	27.13%
	瀚碧进出口	进口刷丝	1.45	225.52	327.22	10.82%
	天津碧碧丝	进口刷丝	1.22	210.43	257.09	8.50%
	Pedex	进口刷丝	0.41	388.51	159.98	5.29%
	合　计	**－**	**21.31**	**140.91**	**3,003.43**	**99.34%**
2014 年度	无锡兴达	国产刷丝、进口刷丝	15.91	90.08	1,433.04	43.50%
	深圳富懋诚	进口刷丝	3.29	364.21	1,199.73	36.42%
	瀚碧进出口	进口刷丝	1.92	212.70	407.34	12.37%
	Pedex	进口刷丝	0.30	541.98	161.60	4.91%
	三阳毛制品	进口刷丝	0.30	258.60	78.10	2.37%
	合　计	**－**	**21.72**	**151.02**	**3,279.80**	**99.56%**

注 1：报告期内，公司对杜邦兴达（无锡）单丝有限公司及其关联企业无锡市兴达尼龙有限公司均有采购，此处合并计算对其采购额。

注 2：报告期内，公司对慈溪市洁达纳米复合材料有限公司及其关联企业慈溪洁达纳米科技有限公司均有采购，此处合并计算对其采购额。

（3）无纺布

报告期各期，公司前五大无纺布供应商情况如下：

单位：万元

年度	供应商名称	采购内容	采购数量	采购单价	采购金额	占该类产品采购比例
2017 年 1-6 月	金春股份	无纺布	117.32	15.77	1,850.56	69.03%
	浙江金三发	无纺布	14.65	16.66	244.17	9.11%
	WINDSOR LOCKS	可冲散无纺布	7.02	30.95	217.24	8.10%
	江阴双源	无纺布	10.16	18.00	182.95	6.82%
	艾美医疗	无纺布	8.84	17.05	150.82	5.63%
	合计	**－**	**158.00**	**16.75**	**2,645.74**	**98.70%**
2016 年度	金春股份	无纺布	247.05	14.07	3,476.39	67.25%
	浙江金三发	无纺布	51.10	15.04	768.79	14.87%
	WINDSOR LOCKS	可冲散无纺布	11.16	29.62	330.53	6.39%
	艾美医疗	无纺布	15.22	16.30	248.07	4.80%
	江阴双源	无纺布	10.59	16.75	177.39	3.43%
	合　计	**－**	**335.12**	**14.92**	**5,001.18**	**96.74%**

2015年度	金春股份	无纺布	89.87	13.65	1,226.85	40.71%
	潍坊鑫丰	无纺布	56.93	13.36	760.41	25.23%
	杭州恒翔	无纺布	39.15	13.91	544.68	18.07%
	WINDSOR LOCKS	可冲散无纺布	5.38	29.59	159.25	5.28%
	艾美医疗	无纺布	6.94	15.68	108.87	3.61%
	合　计	**—**	**198.27**	**14.12**	**2,800.05**	**92.91%**
2014年度	杭州恒翔	无纺布	114.47	14.39	1,646.69	36.25%
	WINDSOR LOCKS	可冲散无纺布	33.68	29.87	1,006.09	22.15%
	潍坊三维	无纺布	53.27	14.79	787.82	17.34%
	潍坊鑫丰	无纺布	32.04	14.11	452.24	9.96%
	艾美医疗	无纺布	19.75	17.62	347.97	7.66%
	合　计	**—**	**253.21**	**16.75**	**4,240.80**	**93.35%**

注 1：报告期内，公司对苏州艾美医疗用品有限公司及其关联企业常熟市立新无纺布织造有限公司均有采购，此处合并计算对其采购额。

（4）塑料粒子

报告期各期，公司前五大塑料粒子供应商情况如下：

单位：万元

年度	供应商名称	采购内容	采购数量	采购单价	采购金额	占该类产品采购比例
2017年1-6月	中石化华东分公司	PP	122.01	7.62	929.31	38.56%
	扬州嘉浩	PP	45.20	7.21	325.85	13.52%
	上海汇旺	PETG	17.60	17.78	312.89	12.98%
	上海禹方	PETG	16.00	17.74	283.76	11.77%
	上海康利	PP	16.52	9.21	152.19	6.32%
	合计	**—**	**217.33**	**9.22**	**2,004.00**	**83.16%**
2016年度	中石化华东分公司	PP	346.00	6.86	2,375.00	51.96%
	上海汇旺	PETG	57.60	17.21	991.18	21.69%
	上海禹方	PETG	17.39	17.40	302.51	6.62%
	上海康利	PP	34.10	8.26	281.64	6.16%
	扬州嘉浩	PP	37.70	7.01	264.30	5.78%
	合　计	**—**	**492.79**	**8.55**	**4,214.63**	**92.21%**
2015年度	中石化华东分公司	PP	321.50	7.26	2,334.11	65.15%
	上海汇旺	PETG	30.70	18.13	556.56	15.53%
	上海康利	PP	34.00	8.51	289.49	8.08%
	上海禹方	PETG	13.00	18.00	233.90	6.53%
	扬州鸿海	PS、ABS、HIPS	8.66	9.89	85.59	2.39%
	合　计	**—**	**407.85**	**8.58**	**3,499.65**	**97.68%**

2014年度	中石化华东分公司	PP	277.50	9.82	2,724.64	60.02%
	上海汇旺	PETG	30.90	19.44	600.74	13.23%
	中石油江苏分公司	PP	34.45	9.77	336.71	7.42%
	上海康利	PP	19.00	11.10	210.85	4.65%
	苏州柯莱美	PETG	9.30	20.09	186.79	4.12%
	合　计	**—**	**371.15**	**10.94**	**4,059.74**	**89.44%**

（六）产品质量控制

1、质量控制标准

本公司十分重视产品质量，严格遵守质量标准。倍加洁集团已全面通过ISO9001：2008质量管理体系以及BRC-CP：第3版英国零售商协会消费品标准的认证；倍加洁日化和和美星口腔已全面通过 ISO9001：2008 质量管理体系、BRC-CP：第3版英国零售商协会消费品标准、ISO13485：2003、EN ISO13485：2012、EN ISO13485：2012/AC：2012、US GMPC/ISO22716：2007化妆品良好生产规范的认证。公司制定并执行“全员参与，遵守法规，持续改进，提供安全、合法和符合质量要求的产品，并争取超越顾客期望，追求成为具有高度社会责任感的企业公民”的质量方针。质量体系在公司的运行情况良好，并在产品开发，原料采购，生产过程，产品服务的各个过程中有严格的控制。使产品质量得到持续改进。

2、质量控制措施

（1）原料控制

公司对供应商的管理体系和实际生产情况进行全面的现场了解，在确定其资质和产品质量符合要求后，制定《合格供应商名录》。并每月根据供应商的供货合格率，品质异常 VCAR 表回复率、VCAR 所采取的行动有时性和有效性、送货准期度占、日常沟通及服务占满分方面对供应商进行评价。根据评价结果对供应商做出选择。每次送来的产品必须出具产品出厂检验合格证明和本公司的订货单。产品到厂后，依照本司要求进行抽检或全检，检验合格方可入库使用。

（2）生产过程控制

为保证产品质量，公司在生产到入库的全过程进行质量监控。在生产各阶段由检验人员根据产品规格书及检验要求确定首件样品。IPQC 在生产过程中巡回检查。成品完成后必须经检验合格方能入库。对各个阶段产生不合格需按《不合格品控制程序》和《纠正与预防措施控制程序》等及时处理，以保证产品的合格率。除注重检验外，车间会依据公相应的生产流程、工艺卡、技术及管理文件和作业指导书等对员工进行全面培训，以提高其生产技能。公司有明确的文件规定以确保车间环境及机器运行符合要求。

（3）销售服务

公司十分注重顾客满意，争取超越顾客期望，每年会进行顾客满意度调查并对调查结果进行统计分析。根据分析结果采取相应措施。

3、产品质量纠纷

截至招股说明书签署日，公司未发生由于产品质量而引起的重大诉讼和纠纷。本公司已制定完善的制度，明确客户投诉或诉讼的处理方法。根据具体情况制订和实施纠错和改善措施。同时与客户或顾客或相关机构进行友好协商，按相关法律法规要求，妥善处理质量纠纷，并跟进不良后果的全部消除和有效防范。

（七）安全生产和环境保护情况

公司主要产品为牙刷等口腔清洁护理用品以及湿巾等一次性卫生用品，不属于高危险、重污染行业。为履行保护环境的社会责任，确保安全生产，公司根据相关法规，结合公司的实际情况采取了一系列措施。

1、安全生产情况

公司一直注重安全生产，制定了严格的安全生产管理制度。公司对生产运作制定了安全环境管理控制制度，各相关部门指定相应的人员担任安全监督负责人，按照相关制度规定对所有安全隐患点进行检查和维护。

根据扬州市生态科技新城管理委员会安全生产和环境保护局、宿迁经济技术开发区安全生产监督管理局分别出具的证明确认，报告期内，公司未发生过较大以上生产安全事故，亦未因发生生产安全事故而受到行政处罚。

2、环境保护情况

公司主要从事口腔清洁护理用品以及一次性卫生用品的研发、生产和销售，不属于重污染行业。报告期内，针对公司在生产过程中产生少量废水、废气和噪声等情况，公司采取了有效治理和预防措施，力求降低对环境的影响。

（1）公司生产经营中主要排放污染物

公司主要从事口腔清洁护理用品以及一次性卫生用品的研发、生产和销售，其中口腔清洁护理用品主要包括牙刷、牙线、齿间刷、牙线签、假牙清洁片等产品，一次性卫生用品主要包括湿巾等产品。公司主要产品的生产环节及主要排放污染物情况如下：

① 牙刷

牙刷生产工艺环节主要包括：注塑、注胶、植毛、切磨毛、包装，其中注塑和注胶环节采用电加热的方式使塑料粒子、胶料等原材料处于熔融状态，会产生少量废气（主要为非甲烷总烃）。上述废气经集中收集后经活性炭吸附装置，通过 15m 高排气筒高空排放。

② 湿巾

湿巾主要生产环节包括：无纺布消毒、切断、折叠、纯水及原料（主要为丙二醇、酒精、香料等）混合搅拌、浸泡、包装等，其中混合搅拌环节容器清洗过程中会产生少量废水，经污水处理设施处理达标后，与厂区生活污水一起接入倍加洁集团一体化污水处理设施内处理排放。

公司污水处理采用了厌氧/好氧工艺，车间废水经隔油沉淀池、悬浮物沉淀池、厌氧处理池、一级好氧处理池、二级好氧处理池、菌泥沉淀池处理后，经公司污水总管排出。

此外，湿巾生产过程中会产生少量挥发废气（主要为乙醇等挥发气体）经空气滤芯截留过滤后通过排气口无组织排放。

③ 其他口腔清洁护理用品

其他口腔清洁护理用品主要包括牙线、齿间刷、假牙清洁片和牙线签等，报告期内其他口腔清洁护理用品产量较小，生产过程中主要污染物系注塑和注胶环节产生的少量无组织废气（主要为非甲烷总烃）。

假牙清洁片生产过程中，使用的原料主要为粉末状，在原料配料、混料及压片过程中会有粉尘产生。发行人在车间内设置除尘装置，对其产生的粉尘进行收集。配料、混合及压片过程中产生的粉尘经除尘装置收集处理后达标排放。

④ 其他生产环节及产生的污染物情况

倍加洁宿迁主要负责牙刷产品的植磨毛及包装环节，生产过程中无注塑注胶工序，不产生废气、废水等污染物，生活废水经处理后接入污水管网统一由污水处理厂集中处理排放。

此外，公司生产过程中会产生少量固废，主要为边角料、废油脂、厨房垃圾、污泥、生活垃圾等，其中废牙刷丝、废包装材料等边角料集中堆放，由物资回收公司回收；生活垃圾集中堆放，由环卫部门清运处理；公司水设备和空气净化系统的废滤芯和化学原料的废包装物委托具有危险废物处理资质的公司处理处置。倍加洁宿迁一般固废主要为生活垃圾、边角料等，边角料进行外卖处置，生活垃圾由环卫部门统一清运处理。

（2）公司主要排放污染物排放情况

发行人及其全资子公司中的生产型企业主要为倍加洁集团、倍加洁宿迁、江苏明星牙刷、恒生模具、美星口腔、倍加洁日化。

其中江苏明星牙刷目前尚未开展生产经营；环保部门未对美星口腔下达具体的总量控制指标。

倍加洁集团、倍加洁日化、恒生模具和倍加洁宿迁涉及到的总量控制指标及实际年排放量情况如下：

企业名称	排放时段	排放污染物	允许排放量（吨/年）	实际排放量（注）（吨/年）
倍加洁集团	2016 年	COD	1.450	1.243
		氨氮	0.140	0.127

		VOCs	0.510	0.076
	2017 年 1-6 月	COD	1.450	0.056
		氨氮	0.140	0.003
		VOCs	0.510	0.032
倍加洁日化	2016 年	COD	0.258	0.23
		SS	0.190	0.095
		氨氮	0.003	0.003
	2017 年 1-6 月	COD	0.258	0.066
		SS	0.190	0.020
		氨氮	0.003	0.001
恒生模具	2016 年	COD	0.080	0.067
		氨氮	0.008	0.0067
	2017 年 1-6 月	COD	0.080	0.003
		氨氮	0.008	0.0002
倍加洁宿迁	2016 年	COD	0.840	0.144
		SS	0.600	0.048
		氨氮	0.072	0.036
		TP	0.007	0.0024
	2017 年 1-6 月	COD	0.840	0.023
		SS	0.600	0.008
		氨氮	0.072	0.00007
		TP	0.007	0.00001

注：实际排放量为根据监测浓度与污染物年排放量得到。

（3）环保设施的处理能力及实际运行情况

环保设施自投入运行以来，设施运转正常，运行情况良好。

使用主体	污染物	设施名称	处理能力	运行情况
倍加洁集团	废水	化粪池、隔油池、一体化污水处理装置	65 吨/天	正常运行，达标排放
	废气	负压排风、活性炭吸附装置、15m 高排气筒	单套风量达：760000m^3/h	
倍加洁日化	废水	生产废水：生化法污水处理装置	13 吨/天	正常运行，达标排放
		生活污水：化粪池、依托集团的一体化污水处理装置	65 吨/天	
	废气	新风系统、无组织排放	符合相关排放限值要求	

美星口腔	废水	化粪池、依托集团的一体化污水处理装置	65 吨/天	正常运行，达标排放
	废气	移动式除尘装置，无组织排放	符合《大气污染物综合排放标准》（GB16297-1996）表 2 中无组织排放浓度限值	
恒生模具	废水	化粪池、依托集团的一体化污水处理装置	65 吨/天	正常运行，达标排放
倍加洁宿迁	废水	化粪池、市政污水管网	符合接管标准要求	正常运行，达标排放

报告期内，公司委托具有专业资质的第三方检测机构对发行人及其子公司进行污染物排放检测并出具检测报告，其检测结果显示发行人经环保处理后排放的废气以及废水符合《城镇污水处理厂污染物排放标准》、《污水综合排放标准》、《大气污染物综合排放标准》和《制定地方大气污染物排放标准的技术方法》的相关标准要求。

（4）环保投入和相关费用支出情况

报告期，公司用于环保的投入和环保支出的具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
环保投入	10.66	31.28	14.51	3.15
环保支出	24.15	84.31	21.64	8.94
合计	**34.80**	**115.60**	**36.15**	**12.09**

注：环保投入系公司在环保方面的资本性投入，具体包括环保设施采购、环保设施建设等；环保支出系除了环保资本性投入外的其他支出，包括环保监测费、治污材料费和排污费等。

公司重视环保问题，积极响应国家环保要求，近年来不断加大了环保设施的投入。报告期内，公司用于环保的投入和相关费用合计金额分别为 12.09 万元、36.15 万元、115.60 万元和 34.80 万元。

截至招股说明书签署日，公司持有扬州市广陵区环境保护局下发的《江苏省排放污染物许可证》（编号：3210022016600019）和宿迁市环境保护局下发的《江苏省排放污染物许可证》（编号：321300-2016-200022）。

根据扬州市广陵区环境保护局、宿迁市环境保护局分别出具的证明确认，报告期内，公司未因违反环境保护法律法规而受到行政处罚。

五、发行人主要固定资产及无形资产情况

（一）主要固定资产情况

1、房屋及建筑物

截至招股说明书签署日，公司拥有房屋建筑物的具体情况如下：

序号	不动产权证书	房屋所有权人	地址	建筑面积（平方米）	用途	是否抵押
1	苏（2017）扬州市不动产权第 0020983 号	发行人	杭集工业园 12 幢	29,938.83	工业用地/工业	是
2	苏（2017）扬州市不动产权第 0020995 号	发行人	杭集工业园 10、11 幢	10,203.38	工业用地/其他	是
3	苏（2017）扬州市不动产权第 0131882 号	发行人	扬州市杭集工业园	16,335.65	工业用地/其他	是
4	苏（2017）扬州市不动产权第 0142307 号	发行人	杭集工业园 13 幢	1,211.24	工业用地/其他	否
5	苏（2017）扬州市不动产权第 0142143 号	发行人	杭集工业园 14 幢	2,880.09	工业用地/其他	否
6	苏（2017）扬州市不动产权第 0142312 号	发行人	杭集工业园 15 幢	4,163.06	工业用地/其他	否

根据扬州市住房保障和房产管理局于 2017 年 8 月 23 日出具的《证明》，截至证明出具之日，发行人在经营和执业过程中，遵守国家的相关法律、法规，没有发现有违法违规且被其查处的行为。

2、租赁房产情况

截至招股说明书签署日，公司租赁房产的情况如下：

（1）2014 年 11 月 30 日，倍加洁宿迁与宿迁经济技术开发区台商科技产业园管委会（以下简称“台商科技产业园管委会”）签订《厂房租赁合同》之《补充协议》，向其承租位于台商产业园西 A 区的 21#号楼，面积 4,527.32 平方米，年租金为 44 元/平方米，承租 22#号楼第一层及第二层的厂房，面积 4,460 平方米，年租金为 55 元/平方米，租赁期限自 2014 年 12 月 1 日起至 2017 年 11 月 30 日。根据证号为“宿国用（2013）第 3475 号”、“宿国用（2006）第变 1513 号”的国有土地使用证、证号为“宿房权证开发字第 10000744 号”、“宿房权证开发区字第 1196 号”的房屋所有权证及宿迁产业发展集团有限公司（以下简称“产业集团”）、宿迁市开诚实业有限公司（以下简称“开诚实业”）出具的《情况说

明》并经保荐机构、发行人律师核查，产业集团、开诚实业分别为台商产业园西A 区的 21#号楼、22#号楼的所有权人，开诚实业向产业集团合法承租了台商产业园西 A 区的 21#号楼，租赁期限自 2014 年 12 月 1 日起至 2017 年 11 月 30 日。根据产业集团出具的《同意转租证明》，其已同意开诚实业将台商产业园西 A 区的 21#号楼转租予倍加洁宿迁，并保证倍加洁宿迁在租赁期限内拥有合法使用权。经开诚实业书面确认，其同意台商科技产业园管委会对外出租上述房产。

2017 年 11 月 2 日，倍加洁宿迁与开诚实业续签了《厂房租赁合同》，约定倍加洁宿迁继续租用台商产业园西 A 区的 21#号楼，面积 4,527.32 平方米，年租金为 44 元/平方米；继续租用 22#号楼第一层及第二层的厂房，面积 4,460 平方米，年租金为 55 元/平方米。厂房续租合同约定，租赁期限为三年，自 2017 年 12 月 1 日至 2020 年 11 月 30 日止。根据产业集团出具的《同意转租证明》，其已同意开诚实业将台商产业园西 A 区的 21#号楼转租予倍加洁宿迁，并保证倍加洁宿迁在租赁期限内拥有合法使用权。

（2）2015 年 3 月 16 日，倍加洁宿迁与台商科技产业园管委会签订《租赁合同》，向其承租位于台商产业园的人才公寓 6 号楼 6501-6525 室、10 号楼 10301-10306 室共 31 间公寓，租赁期限自 2014 年 12 月 1 日起至 2017 年 11 月 30 日，月租金为 350 元/间。根据证号为“苏（2007）宿迁市不动产权第 0009858 号”的不动产权证，开诚实业为上述租赁房产的所有权人，其已书面同意台商科技产业园管委会对外出租上述房产。

2017 年 11 月 2 日，发行人与开诚实业签订《租赁合同》。宿舍租赁合同约定，倍加洁宿迁向开诚实业承租位于台商产业园的人才公寓 6 号楼 6501-6525 室、10 号楼 10301-10306 室共 31 间公寓，月租金为 350 元/间。租赁期限为一年，自 2017 年 12 月 1 日至 2018 年 11 月 30 日。

发行人及其控股子公司租赁房屋的土地及房产的基本情况如下：

① 土地使用权

序号	权利人	国有土地使用证号	座落	地类（用途）	使用权类型	终止日期

1	宿迁产业发展集团有限公司	宿国用（2013）第3475号	宿迁经济开发区富民大道东侧（第21幢标准厂房）	工业用地	出让	2055.11
2	开诚实业	宿国用（2006）第1513号	宿迁经济开发区富民大道东侧（第22幢标准厂房）	工业用地	出让	2055.11

② 房屋所有权

序号	权利人	房屋产权证号	坐落	规划用途	建筑面积（平方米）
1	宿迁市国有资产投资有限公司（注）	宿房权证开发字第10000744号	富民大道东侧金鸡湖路北侧21幢	工业	4,525.32
2	开诚实业	宿房权证开发区字第1196号	富民大道东侧金鸡湖路北侧22幢	工业	6,730.72

注：宿迁市国有资产投资有限公司系宿迁产业发展集团有限公司前身。

③ 不动产权证

序号	权利人	不动产权证号	座落	证载用途	权利性质	终止日期
1	开诚实业	苏（2007）宿迁市不动产权第0009858号	宿迁经济开发区富民大道东侧	商住	出让	2054.08.07

3、主要生产设备

截至2017年6月30日，发行人拥有的主要生产经营设备情况如下：

单位：万元

设备名称	数量（台/套）	原值	净值	成新率
注塑机	128	2,177.28	1,183.52	54.36%
注胶机	107	817.01	476.38	58.31%
注塑注胶机器人自动化	31	1,111.88	913.78	82.18%
机械手	59	339.23	208.56	61.48%
植毛机	106	2,267.37	1,071.38	47.25%
植毛机上板架	32	140.68	98.87	70.28%
磨毛机	29	325.87	132.18	40.56%
贴标机	19	154.19	117.65	76.30%
包装机	26	1,854.57	1,277.62	68.89%
齿间刷机器	3	556.68	294.67	52.93%
牙线机	16	250.61	43.28	17.27%
湿巾生产线	6	598.29	307.94	51.47%
新车间净化系统	1	204.47	36.26	17.73%

净化系统	2	104.30	28.35	27.18%
加工中心	7	570.42	370.34	64.92%
磨床、铣床机床	20	131.71	67.66	51.37%
电火花机床	7	212.38	139.43	65.65%
线切割机床	10	198.19	117.13	59.10%
空压机	10	117.78	50.99	43.29%
总计		**12,132.91**	**6,935.99**	**57.17%**

（二）主要无形资产情况

1、土地使用权情况

截至招股说明书签署日，公司拥有土地使用权具体情况如下：

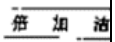
序号	不动产权证书	使用权人	地址	取得方式	使用期限	面积（平方米）	是否抵押
1	苏（2017）扬州市不动产权第0020983 号	发行人	杭集工业园 12 幢	出让	2052.12.02	17,491.87	是
2	苏（2017）扬州市不动产权第0020995 号	发行人	杭集工业园 10、11 幢	出让	2052.12.02	13,212.93	是
3	苏（2017）扬州市不动产权第0131882 号	发行人	扬州市杭集工业园	出让	2052.12.02	21,714.76	是
4	苏（2017）扬州市不动产权第0142307 号	发行人	杭集工业园 13 幢	出让	2052.12.02	17,491.87	是
5	苏（2017）扬州市不动产权第0142143 号	发行人	杭集工业园 14 幢	出让	2052.12.02	17,491.87	是
6	苏（2017）扬州市不动产权第0142312 号	发行人	杭集工业园 15 幢	出让	2056.12.31	16,546.22	是
7	苏（2016）扬州市不动产权第0116844 号	江苏明星牙刷	琼花大道北侧，九龙路西侧	出让	2066.05.19	51,807.00	否

注：上述苏（2016）扬州市不动产权第 0116844 号土地上的房屋建筑物尚在建设中。

2、商标

截至招股说明书签署日，发行人及其全资子公司拥有的注册商标专用权具体情况如下：

（1）中国境内注册商标

序号	权利人	申请人	商标	注册号	核定使用商品类别	注册有效期限	取得方式	应用情况（产品类别）
1	明星牙刷	明星牙刷		13883138	第 3 类	2015.03.14 至 2025.03.13	原始取得	暂未应用
2	明星牙刷	明星牙刷		1800327	第 3 类	2012.07.07 至 2022.07.06	原始取得	暂未应用

3	明星牙刷	明星牙刷	Goldfresh	1800326	第 3 类	2012.07.07 至 2022.07.06	原始取得	暂未应用
4	明星牙刷	明星牙刷	微 刷 WEISHUA	16888020	第 3 类	2016.07.07 至 2026.07.06	原始取得	暂未应用
5	明星牙刷	明星牙刷	倍加洁	13710976	第 3 类	2015.03.14 至 2025.03.13	原始取得	其他口腔清洁护理用品
6	明星牙刷	明星牙刷	一齿	16897447	第 3 类	2016.07.07 至 2026.07.06	原始取得	暂未应用
7	明星牙刷	明星牙刷	倍加洁	3003075	第 3 类	2014.02.07 至 2024.02.06	原始取得	暂未应用
8	明星牙刷	明星牙刷	蓓佳洁	3192090	第 3 类	2013.12.21 至 2023.12.20	原始取得	暂未应用
9	明星牙刷	明星牙刷	倍佳洁	3192092	第 3 类	2014.05.28 至 2024.05.27	原始取得	暂未应用
10	明星牙刷	明星牙刷	倍家洁	3192091	第 3 类	2014.05.28 至 2024.05.27	原始取得	暂未应用
11	明星牙刷	明星牙刷	PEROACT	12085815	第 3 类	2014.07.14 至 2024.07.13	原始取得	其他口腔清洁护理用品
12	明星牙刷	明星牙刷	Cuties Wipes	11077071	第 5 类	2014.01.14 至 2024.01.13	原始取得	湿巾
13	明星牙刷	明星牙刷	Confident Car	7703073	第 5 类	2010.12.14 至 2020.12.13	原始取得	湿巾
14	明星牙刷	明星牙刷	Aloetouch	9354210	第 5 类	2012.05.07 至 2022.05.06	原始取得	湿巾
15	明星牙刷	明星牙刷	ATHENA BEAUTE	9354741	第 5 类	2012.05.07 至 2022.05.06	原始取得	湿巾
16	明星牙刷	明星牙刷	AMBITEX	11077069	第 5 类	2013.12.28 至 2023.12.27	原始取得	湿巾
17	明星牙刷	明星牙刷	CurAveo	11077074	第 5 类	2013.12.28 至 2023.12.27	原始取得	湿巾
18	明星牙刷	明星牙刷	oh SPA	9354569	第 5 类	2012.08.07 至 2022.08.06	原始取得	湿巾
19	明星牙刷	明星牙刷	BEAUTY FORMULAS	7717045	第 5 类	2010.12.14 至 2020.12.13	原始取得	湿巾
20	明星牙刷	明星牙刷	ROESER	11082641	第 5 类	2013.11.07 至 2023.11.06	原始取得	湿巾
21	明星牙刷	明星牙刷	BI-CLEAN	4821086	第 5 类	2009.04.07 至 2019.04.06	原始取得	湿巾
22	明星牙刷	明星牙刷	Beauvital	9385514	第 5 类	2012.05.07 至 2022.05.06	原始取得	湿巾
23	明星牙刷	明星牙刷	AMD Ritmed	11082637	第 5 类	2014.03.21 至 2024.03.20	原始取得	湿巾

24	明星牙刷	明星牙刷	invitro	11082640	第 5 类	2013.11.14 至 2023.11.13	原始取得	湿巾
25	明星牙刷	明星牙刷	GTC	11082642	第 5 类	2013.11.21 至 2023.11.20	原始取得	湿巾
26	明星牙刷	明星牙刷	Rebirek	7667828	第 5 类	2010.12.28 至 2020.12.27	原始取得	湿巾
27	明星牙刷	明星牙刷		13879200	第 5 类	2015.07.14 至 2025.07.13	原始取得	暂未应用
28	明星牙刷	明星牙刷	倍加洁	3265331	第 5 类	2007.11.07 至 2017.11.06[注]	原始取得	湿巾
29	明星牙刷	明星牙刷	playdays	9361392	第 5 类	2012.11.14 至 2022.11.13	原始取得	湿巾
30	明星牙刷	明星牙刷	Quilton	9361383	第 5 类	2012.08.14 至 2022.08.13	原始取得	湿巾
31	明星牙刷	明星牙刷	npw	11082639	第 5 类	2014.01.07 至 2024.01.06	原始取得	湿巾
32	明星牙刷	明星牙刷	ESTA	11077077	第 5 类	2014.01.14 至 2024.01.13	原始取得	湿巾
33	明星牙刷	明星牙刷	OSIRIS AVISE	7703091	第 5 类	2010.12.14 至 2020.12.13	原始取得	湿巾
34	明星牙刷	明星牙刷	DIRTY Works	9354828	第 5 类	2012.07.07 至 2022.07.06	原始取得	湿巾
35	明星牙刷	明星牙刷	唯爱之心	13879181	第 16 类	2015.03.14 至 2025.03.13	原始取得	暂未应用
36	明星牙刷	明星牙刷	倍加洁	9385401	第 21 类	2012.05.07 至 2022.05.06	原始取得	牙刷
37	明星牙刷	明星牙刷	Aquaclean	1308120	第 21 类	2009.08.28 至 2019.08.27	原始取得	暂未应用
38	明星牙刷	明星牙刷	DIADENT	9353680	第 21 类	2012.05.07 至 2022.05.06	原始取得	暂未应用
39	明星牙刷	明星牙刷	DrVEIT	9249763	第 21 类	2012.09.14 至 2022.09.13	原始取得	暂未应用
40	明星牙刷	明星牙刷	康买 Come&buy	11077076	第 21 类	2013.10.28 至 2023.10.27	原始取得	齿间刷
41	明星牙刷	明星牙刷	Oral Care	1801046	第 21 类	2012.07.07 至 2022.07.06	原始取得	暂未应用
42	明星牙刷	明星牙刷	Whitex	1801045	第 21 类	2012.07.07 至 2022.07.06	原始取得	暂未应用
43	明星牙刷	明星牙刷	PERFCT	3192094	第 21 类	2013.09.28 至 2023.09.27	原始取得	牙刷
44	明星牙刷	明星牙刷	MR·MAX	1801039	第 21 类	2012.07.07 至 2022.07.06	原始取得	暂未应用

45	明星牙刷	明星牙刷	Winn Dixie	7668452	第 21 类	2010.12.07 至 2020.12.06	原始取得	暂未应用
46	明星牙刷	明星牙刷	炫彩水晶	6165140	第 21 类	2010.02.07 至 2020.02.06	原始取得	牙刷
47	明星牙刷	明星牙刷	蜜蜂嗡嗡	6165141	第 21 类	2010.01.28 至 2020.01.27	原始取得	牙刷
48	明星牙刷	明星牙刷	晶莹彩虹	6165151	第 21 类	2010.01.28 至 2020.01.27	原始取得	牙刷
49	明星牙刷	明星牙刷	MILL COUNTRY ESSENTIALS	11077066	第 21 类	2013.12.28 至 2023.12.27	原始取得	牙刷
50	明星牙刷	明星牙刷	D-PRICE	7667812	第 21 类	2010.12.28 至 2020.12.27	原始取得	牙刷
51	明星牙刷	明星牙刷	Patterson	7667815	第 21 类	2010.12.28 至 2020.12.27	原始取得	牙线
52	明星牙刷	明星牙刷	Aetna Dental Pla	7667829	第 21 类	2011.01.07 至 2021.01.06	原始取得	暂未应用
53	明星牙刷	明星牙刷	锋速3600	16019725	第 21 类	2016.03.28 至 2026.03.27	原始取得	牙刷
54	明星牙刷	明星牙刷	MARKET BASKET	7670806	第 21 类	2010.12.28 至 2020.12.27	原始取得	暂未应用
55	明星牙刷	明星牙刷	揉 动	6165143	第 21 类	2010.01.28 至 2020.01.27	原始取得	牙刷
56	明星牙刷	明星牙刷	缤纷海洋	6165147	第 21 类	2010.01.28 至 2020.01.27	原始取得	牙刷
57	明星牙刷	明星牙刷	绅士细丝王	6165145	第 21 类	2010.07.28 至 2020.07.27	原始取得	牙刷
58	明星牙刷	明星牙刷	霹雳猪仔	6165144	第 21 类	2010.01.28 至 2020.01.27	原始取得	牙刷
59	明星牙刷	明星牙刷	交叉舒洁	6165148	第 21 类	2010.02.07 至 2020.02.06	原始取得	牙刷
60	明星牙刷	明星牙刷	弹力宝宝	6165153	第 21 类	2010.01.28 至 2020.01.27	原始取得	牙刷
61	明星牙刷	明星牙刷	幻彩晶莹	6165152	第 21 类	2010.01.28 至 2020.01.27	原始取得	牙刷
62	明星牙刷	明星牙刷	超洁百分百	6165156	第 21 类	2010.01.28 至 2020.01.27	原始取得	牙刷
63	明星牙刷	明星牙刷	心动 1+1	6165155	第 21 类	2010.02.07 至 2020.02.06	原始取得	牙刷
64	明星牙刷	明星牙刷	Oral Fresh	3003070	第 21 类	2013.02.07 至 2023.02.06	原始取得	暂未应用
65	明星牙刷	明星牙刷	ROSSMANN	5569289	第 21 类	2009.09.07 至 2019.09.06	原始取得	暂未应用

66	明星牙刷	明星牙刷	WESTERN FAMILY	11077075	第 21 类	2013.10.28 至 2023.10.27	原始取得	牙刷
67	明星牙刷	明星牙刷	TINET 汰丽特	1560972	第 21 类	2011.04.28 至 2021.04.27	原始取得	暂未应用
68	明星牙刷	明星牙刷	Gnma	11077068	第 21 类	2013.11.21 至 2023.11.20	原始取得	牙刷
69	明星牙刷	明星牙刷	We Love 唯爱之心	15466644	第 21 类	2016.01.28 至 2026.01.27	原始取得	牙刷
70	明星牙刷	明星牙刷	Ridam	11082643	第 21 类	2013.10.28 至 2023.10.27	原始取得	齿间刷
71	明星牙刷	明星牙刷	Cj	11082646	第 21 类	2013.10.28 至 2023.10.27	原始取得	牙刷
72	明星牙刷	明星牙刷	Dz	11082647	第 21 类	2013.10.28 至 2023.10.27	原始取得	牙刷
73	明星牙刷	明星牙刷	32 ЖЕМЧУЖИНЫ	11082648	第 21 类	2013.10.28 至 2023.10.27	原始取得	牙刷
74	明星牙刷	明星牙刷	FLOSS TOSS	9361438	第 21 类	2012.05.21 至 2022.05.20	原始取得	牙线签
75	明星牙刷	明星牙刷	Random	11082644	第 21 类	2013.11.07 至 2023.11.06	原始取得	牙刷
76	明星牙刷	明星牙刷	Goldfresh	1308122	第 21 类	2009.08.28 至 2019.08.27	原始取得	暂未应用
77	明星牙刷	明星牙刷	炭 清新	15017271	第 21 类	2015.10.07 至 2025.10.06	原始取得	牙刷 F866
78	明星牙刷	明星牙刷	炭 清新	15017309	第 21 类	2015.10.07 至 2025.10.06	原始取得	暂未应用
79	明星牙刷	明星牙刷	NUMARK	4203250	第 21 类	2017.08.07 至 2027.08.06	原始取得	暂未应用
80	明星牙刷	明星牙刷	Defend	11077058	第 21 类	2014.01.07 至 2024.01.06	原始取得	暂未应用
81	明星牙刷	明星牙刷	BOCEK	1786290	第 21 类	2012.06.14 至 2022.06.13	原始取得	暂未应用
82	明星牙刷	明星牙刷	炎时专护	16019740	第 21 类	2016.02.28 至 2026.02.27	原始取得	牙刷
83	明星牙刷	明星牙刷	洁出型男	16019794	第 21 类	2016.02.28 至 2026.02.27	原始取得	牙刷
84	明星牙刷	明星牙刷	FEED	9361407	第 21 类	2012.05.07 至 2022.05.06	原始取得	牙刷、牙线
85	明星牙刷	明星牙刷	Siwssfresh	1934078	第 21 类	2012.08.07 至 2022.08.06	原始取得	暂未应用
86	明星牙刷	明星牙刷	all-de	9353548	第 21 类	2012.08.28 至 2022.08.27	原始取得	暂未应用

87	明星牙刷	明星牙刷	PEROACT	12085833	第 21 类	2014.07.14 至 2024.07.13	原始取得	暂未应用
88	明星牙刷	明星牙刷	Difaş	3003067	第 21 类	2013.02.07 至 2023.02.06	原始取得	暂未应用
89	明星牙刷	明星牙刷	CVP	3003069	第 21 类	2013.02.07 至 2023.02.06	原始取得	暂未应用
90	明星牙刷	明星牙刷	smoker	3003068	第 21 类	2013.02.14 至 2023.02.13	原始取得	暂未应用
91	明星牙刷	明星牙刷	Crown-Flex	3003073	第 21 类	2013.04.07 至 2023.04.06	原始取得	暂未应用
92	明星牙刷	明星牙刷	Dr.Mattes	3003072	第 21 类	2013.02.07 至 2023.02.06	原始取得	暂未应用
93	明星牙刷	明星牙刷	亲清 1+1	6203813	第 21 类	2010.02.07 至 2020.02.06	原始取得	暂未应用
94	明星牙刷	明星牙刷	Dr.Flosse	6203817	第 21 类	2010.02.07 至 2020.02.06	原始取得	暂未应用
95	明星牙刷	明星牙刷	Bridgeaid	6203816	第 21 类	2010.02.07 至 2020.02.06	原始取得	暂未应用
96	明星牙刷	明星牙刷	浪漫相伴	6203815	第 21 类	2010.02.07 至 2020.02.06	原始取得	牙刷
97	明星牙刷	明星牙刷	Ponzini	6203819	第 21 类	2010.02.07 至 2020.02.06	原始取得	暂未应用
98	明星牙刷	明星牙刷	Thorntor	6203818	第 21 类	2010.02.07 至 2020.02.06	原始取得	暂未应用
99	明星牙刷	明星牙刷		1620962	第 21 类	2011.08.21 至 2021.08.20	原始取得	暂未应用
100	明星牙刷	明星牙刷	CarinoDent	16804789	第 21 类	2016.06.14 至 2026.06.13	原始取得	牙刷
101	明星牙刷	明星牙刷	Dentifresh	1692751	第 21 类	2012.01.07 至 2022.01.06	原始取得	暂未应用
102	明星牙刷	明星牙刷	Xingchen	3839227	第 21 类	2016.05.07 至 2026.05.06	原始取得	暂未应用
103	明星牙刷	明星牙刷	羽纹	11324697	第 21 类	2014.01.07 至 2024.01.06	原始取得	牙刷
104	明星牙刷	明星牙刷	PEANUTS	7667810	第 21 类	2010.12.28 至 2020.12.27	原始取得	暂未应用
105	明星牙刷	明星牙刷	Superdent	1613007	第 21 类	2011.08.07 至 2021.08.06	原始取得	暂未应用
106	明星牙刷	明星牙刷	Rama Star	1613006	第 21 类	2011.08.07 至 2021.08.06	原始取得	暂未应用
107	明星牙刷	明星牙刷		1617045	第 21 类	2011.08.14 至 2021.08.13	原始取得	暂未应用

108	明星牙刷	明星牙刷		4203249	第 21 类	2017.06.28 至 2027.06.27	原始取得	暂未应用
109	明星牙刷	明星牙刷	MEIJER	4203248	第 21 类	2017.06.28 至 2027.06.27	原始取得	牙刷
110	明星牙刷	明星牙刷	春田 Spring Field	3615190	第 21 类	2015.04.21 至 2025.04.20	原始取得	暂未应用
111	明星牙刷	明星牙刷	Optifresh	14353835	第 21 类	2015.05.21 至 2025.05.20	原始取得	暂未应用
112	明星牙刷	明星牙刷	Oral Star	4821087	第 21 类	2009.01.14 至 2019.01.13	原始取得	暂未应用
113	明星牙刷	明星牙刷	明星 Oral Star	4821085	第 21 类	2009.01.14 至 2019.01.13	原始取得	暂未应用
114	明星牙刷	明星牙刷	明星	4821084	第 21 类	2009.01.21 至 2019.01.20	原始取得	暂未应用
115	明星牙刷	明星牙刷	一齿	16897254	第 21 类	2016.07.07 至 2026.07.06	原始取得	暂未应用
116	明星牙刷	明星牙刷	乐护	16887721	第 21 类	2016.07.07 至 2026.07.06	原始取得	牙刷
117	明星牙刷	明星牙刷	DemiLine	11082649	第 21 类	2013.10.28 至 2023.10.27	原始取得	暂未应用
118	明星牙刷	明星牙刷	SMOCA	1786287	第 21 类	2012.06.14 至 2022.06.13	原始取得	暂未应用
119	明星牙刷	明星牙刷	SHDAKE 思達客 STAR CARE	1786286	第 21 类	2012.06.14 至 2022.06.13	原始取得	暂未应用
120	明星牙刷	明星牙刷	Gold.Dolly	1786285	第 21 类	2012.06.14 至 2022.06.13	原始取得	暂未应用
121	明星牙刷	明星牙刷	Gengimed	1786289	第 21 类	2012.06.14 至 2022.06.13	原始取得	暂未应用
122	明星牙刷	明星牙刷	Quest	1801040	第 21 类	2012.07.07 至 2022.07.06	原始取得	暂未应用
123	明星牙刷	明星牙刷		3839224	第 21 类	2016.04.28 至 2026.04.27	原始取得	牙刷、假牙清洁片
124	明星牙刷	明星牙刷	LEAfresh	3839226	第 21 类	2016.04.28 至 2026.04.27	原始取得	暂未应用
125	明星牙刷	明星牙刷	Duallove	3911528	第 21 类	2016.07.14 至 2026.07.13	原始取得	暂未应用
126	明星牙刷	明星牙刷	saVers	5569291	第 21 类	2009.09.07 至 2019.09.06	原始取得	暂未应用
127	明星牙刷	明星牙刷	CLEO-DENT	11077059	第 21 类	2013.10.28 至 2023.10.27	原始取得	牙刷
128	明星牙刷	明星牙刷	efiseptyl	11082650	第 21 类	2013.10.28 至 2023.10.27	原始取得	暂未应用

129	明星牙刷	明星牙刷	Indomaret	11077060	第 21 类	2013.10.28 至 2023.10.27	原始取得	暂未应用
130	明星牙刷	明星牙刷	唯爱之心	13883181	第 21 类	2015.03.14 至 2025.03.13	原始取得	牙刷
131	明星牙刷	明星牙刷	倍家洁	3192095	第 21 类	2013.09.28 至 2023.09.27	原始取得	暂未应用
132	明星牙刷	明星牙刷	MODUM	11077061	第 21 类	2013.10.28 至 2023.10.27	原始取得	牙刷
133	明星牙刷	明星牙刷	KLEN-DENT	11077064	第 21 类	2013.10.28 至 2023.10.27	原始取得	牙刷
134	明星牙刷	明星牙刷	BUDDY	11077067	第 21 类	2013.10.28 至 2023.10.27	原始取得	牙刷
135	明星牙刷	明星牙刷	N	11077073	第 21 类	2013.10.28 至 2023.10.27	原始取得	牙刷
136	明星牙刷	明星牙刷	倍佳洁	3192096	第 21 类	2013.09.28 至 2023.09.27	原始取得	暂未应用
137	明星牙刷	明星牙刷	蓓佳洁	3192097	第 21 类	2013.09.28 至 2023.09.27	原始取得	暂未应用
138	明星牙刷	明星牙刷	倍加洁	9361370	第 21 类	2012.05.07 至 2022.05.06	原始取得	牙刷
139	明星牙刷	明星牙刷	幸运星语	16019824	第 21 类	2016.03.28 至 2026.03.27	原始取得	牙刷
140	明星牙刷	明星牙刷	L	1343150	第 21 类	2009.12.14 至 2019.12.13	原始取得	暂未应用
141	明星牙刷	明星牙刷	M	949642	第 21 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得	暂未应用
142	明星牙刷	明星牙刷	M	949640	第 21 类	2017.02.21 至 2027.02.20	原始取得	暂未应用
143	明星牙刷	明星牙刷	MING XING	1318143	第 21 类	2009.09.28 至 2019.09.27	原始取得	暂未应用
144	明星牙刷	明星牙刷	倍加洁	1532902	第 21 类	2011.03.07 至 2021.03.06	原始取得	牙刷
145	明星牙刷	明星牙刷	PERECT	3244849	第 24 类	2014.01.28 至 2024.01.27	原始取得	暂未应用
146	明星牙刷	明星牙刷	唯爱之心	13879172	第 24 类	2015.03.14 至 2025.03.13	原始取得	暂未应用
147	明星牙刷	明星牙刷	倍加洁	13530913	第 24 类	2015.02.14 至 2025.02.13	原始取得	暂未应用
148	明星牙刷	明星牙刷	PERECT	13530911	第 24 类	2015.04.07 至 2025.04.06	原始取得	暂未应用
149	明星牙刷	明星牙刷	倍加洁	3244848	第 24 类	2013.10.28 至 2023.10.27	原始取得	暂未应用

150	明星牙刷	明星牙刷	微动力	16887979	第 21 类	2016.08.14 至 2026.08.13	原始取得	牙刷
151	明星牙刷	明星牙刷	微刷时代	16887543	第 21 类	2016.09.07 至 2026.09.06	原始取得	牙刷
152	明星牙刷	明星牙刷	整 束	17622977	第 21 类	2016.09.28 至 2026.09.27	原始取得	暂未应用
153	明星牙刷	明星牙刷	一 束	17622684	第 21 类	2016.09.28 至 2026.09.27	原始取得	暂未应用
154	明星牙刷	明星牙刷	万根	17622581	第 21 类	2016.09.28 至 2026.09.27	原始取得	暂未应用
155	明星牙刷	明星牙刷	三 叉	18573125	第 21 类	2017.01.21 至 2027.01.20	原始取得	暂未应用
156	明星牙刷	明星牙刷	倍加洁	18527896	第 3 类	2017.01.14 至 2027.01.13	原始取得	暂未应用
157	明星牙刷	明星牙刷	倍加洁	18528026	第 21 类	2017.01.14 至 2027.01.13	原始取得	暂未应用
158	明星牙刷	明星牙刷	倍加洁	18528075	第 5 类	2017.5.21 至 2027.5.20	原始取得	暂未应用
159	明星牙刷	明星牙刷	Ortem	3265330	第 21 类	2014.01.07 至 2024.01.06	原始取得	暂未应用
160	明星牙刷	明星牙刷	Bentall	3615188	第 21 类	2015.04.21 至 2025.04.20	原始取得	暂未应用
161	明星牙刷	明星牙刷	Orbel	3615189	第 21 类	2015.04.21 至 2025.04.20	原始取得	暂未应用
162	明星牙刷	明星牙刷	Aquotrade	1766127	第 21 类	2012.05.14 至 2022.05.13	原始取得	暂未应用
163	明星牙刷	明星牙刷	节节高柔爽	6165150	第 21 类	2010.01.28 至 2020.01.27	原始取得	暂未应用
164	明星牙刷	明星牙刷	Hjärtats	11077065	第 21 类	2013.10.28 至 2023.10.27	原始取得	暂未应用
165	明星牙刷	明星牙刷	CJ DENTAL FRESH	9249590	第 21 类	2012.03.28 至 2022.03.27	原始取得	暂未应用
166	明星牙刷	明星牙刷	HENRY SCHEIN	9353912	第 21 类	2012.06.28 至 2022.06.27	原始取得	暂未应用
167	明星牙刷	明星牙刷	belgate	3003074	第 3 类	2013.10.21 至 2023.10.20	原始取得	暂未应用
168	明星牙刷	明星牙刷		3003071	第 3 类	2013.02.14 至 2023.02.13	原始取得	暂未应用
169	明星牙刷	明星牙刷	SD	1806056	第 21 类	2012.07.14 至 2022.07.13	原始取得	暂未应用
170	明星牙刷	明星牙刷	RAMO-ZE	1801044	第 21 类	2012.07.07 至 2022.07.06	原始取得	暂未应用

171	明星牙刷	明星牙刷	Belgate	1800328	第 3 类	2012.07.07 至 2022.07.06	原始取得	暂未应用
172	明星牙刷	明星牙刷	Denticlean	1761017	第 21 类	2012.05.07 至 2022.05.06	原始取得	暂未应用
173	明星牙刷	明星牙刷	泊月	11539985	第 3 类	2014.02.28 至 2024.02.27	原始取得	暂未应用
174	倍加洁日化	明星牙刷	倍加洁	5233623	第 5 类	2009.09.28 至 2019.09.27	原始取得	湿巾
175	倍加洁日化	美晨集团股份有限公司	诗然	1556287	第 3 类	2011.04.21 至 2021.04.20	转让取得	暂未应用
176	倍加洁集团	倍加洁集团	好近	21646026	第 3 类	2017.12.07 至 2027.12.06	原始取得	其他口腔清洁护理用品

注：上述第 28 项商标有效期已于 2017 年 11 月 6 日届满，发行人正在办理续展手续。

发行人于 2016 年 6 月由明星牙刷整体变更为倍加洁集团。截至招股说明书签署日，原明星牙刷名下的注册商标专用权正在办理变更权利人名称过程中。除上述注册号为 3265331 的商标于 2017 年 11 月 6 日届满后发行人正在办理续展手续外，发行人拥有的其他境内商标的法律状态均为有效，权属清晰。

（2）外国（地区）注册商标

截至招股说明书签署日，发行人拥有的境外注册商标专用权具体情况如下：

序号	权利人	申请人	商标	注册号	核定使用商品类别	注册地	有效期限至	取得方式	应用情况（产品类别）
1	明星牙刷	明星牙刷	PERECT	1734397	第 21 类	印度	2018.09.19	原始取得	牙刷
2	明星牙刷	明星牙刷	PERFECT	3712275	第 21 类	美国	2018.12.01	原始取得	牙刷
3	明星牙刷	明星牙刷	PERFECT	987449	第 21 类	马德里商标（注）	2018.12.01	原始取得	牙刷

注 1：上述外国注册商标正在办理变更权利人名称过程中。
注 2：发行人拥有的此项商标为马德里商标，指定国家为白俄罗斯、保加利亚、德国、法国、匈牙利、伊朗、意大利、吉尔吉斯斯坦、哈萨克斯坦、蒙古、罗马尼亚、俄罗斯、塔吉克斯坦、乌克兰、美国、乌兹别克斯坦及越南。

保荐机构及发行人律师经核查后认为，除注册号为 3265331 的境内商标于 2017 年 11 月 6 日届满后发行人正在办理续展手续外，发行人上述其他商标专用权的法律状态均为有效，各项商标专用权权属清晰，不存在质押、被司法冻结或许可他人使用等权利受到限制的情形，不存在权利提前终止等异常情况。

3、专利

截至招股说明书签署日，发行人及其子公司拥有如下专利权，其法律状态及应用情况如下：

序号	权利人	专利名称	专利类型	专利号	申请日	专利有效期	取得方式	应用情况（产品类别）
1	发行人	一种全降解牙刷柄的加工工艺	发明	ZL201310183845.4	2013.05.17	20 年	原始取得	牙刷
2	发行人	一种牙刷的加工系统及其使用方法	发明	ZL201310674911.8	2013.12.11	20 年	原始取得	牙刷
3	倍加洁日化	一种增湿除臭湿巾、其加工方法及包含该湿巾的口罩	发明	ZL201410812001.6	2014.12.23	20 年	原始取得	湿巾
4	恒生模具	一种密集型纳米牙刷细孔成型模具	发明	ZL201210126200.2	2012.04.26	20 年	原始取得	牙刷
5	恒生模具	一种双色牙刷成型模具	发明	ZL201210214378.2	2012.06.26	20 年	原始取得	牙刷
6	恒生模具	一种塑胶模具滑块脱倒扣装置	发明	ZL201210126243.0	2012.04.26	20 年	原始取得	湿巾
7	恒生模具	一种弧形中空产品塑胶模具的组合式抽芯装置	发明	ZL201210126186.6	2012.04.26	20 年	原始取得	牙线
8	恒生模具	一种牙刷模具抽刷针装置	发明	ZL201210126324.0	2012.04.26	20 年	原始取得	牙刷
9	恒生模具	一种无阶锥形纳米刷头成型模具	发明	ZL201410787934.4	2014.12.17	20 年	原始取得	牙刷
10	恒生模具	一种具有通用型标准模架的模具	发明	ZL201510114213.1	2015.03.16	20 年	原始取得	牙线
11	恒生模具	一种圆盖塑件内侧整圆倒扣分布抽芯结构	发明	ZL201610524017.6	2016.07.04	20 年	原始取得	湿巾
12	发行人	牙刷（Y014）	外观设计	ZL200830206777.9	2008.08.11	10 年	转让取得	牙刷
13	发行人	牙刷（893）	外观设计	ZL200930059801.5	2009.08.24	10 年	转让取得	牙刷
14	发行人	牙刷（895）	外观设计	ZL200930059802.X	2009.08.24	10 年	转让取得	牙刷
15	发行人	牙刷板（896）	外观设计	ZL200930059803.4	2009.08.24	10 年	转让取得	牙刷
16	发行人	牙刷（903）	外观设计	ZL200930059805.3	2009.08.24	10 年	转让取得	牙刷
17	发行人	牙刷板（904）	外观设计	ZL200930059806.8	2009.08.24	10 年	转让取得	牙刷
18	发行人	齿间刷板（cjs-010）	外观设计	ZL200930059807.2	2009.08.24	10 年	转让取得	齿间刷

19	发行人	齿间刷板（cjs-012）	外观设计	ZL200930059809.1	2009.08.24	10 年	转让取得	齿间刷
20	发行人	齿间刷板（cjs-014）	外观设计	ZL200930059810.4	2009.08.24	10 年	转让取得	齿间刷
21	发行人	齿间刷板（cjs-011）	外观设计	ZL200930059808.7	2009.08.24	10 年	转让取得	齿间刷
22	发行人	牙刷板（899)	外观设计	ZL200930059804.9	2009.08.24	10 年	转让取得	牙刷
23	发行人	一种多功能口腔护理器具	实用新型	ZL200920235224.5	2009.09.25	10 年	转让取得	齿间刷
24	发行人	无轴牙线盒	实用新型	ZL200920235438.2	2009.09.28	10 年	转让取得	牙线
25	发行人	牙刷板（903）	外观设计	ZL201030136106.7	2010.03.24	10 年	转让取得	牙刷
26	发行人	牙刷板（970）	外观设计	ZL201030217560.5	2010.06.21	10 年	转让取得	牙刷
27	发行人	注塑刷毛牙刷	实用新型	ZL201020559172.X	2010.09.29	10 年	转让取得	牙刷
28	发行人	一种注塑刷毛牙刷	实用新型	ZL201020559174.9	2010.09.29	10 年	转让取得	牙刷
29	发行人	成人牙刷（500）	外观设计	ZL201030627633.8	2010.11.23	10 年	转让取得	牙刷
30	发行人	牙刷板（909)	外观设计	ZL201030627678.5	2010.11.23	10 年	转让取得	牙刷
31	发行人	牙刷板（853)	外观设计	ZL201030627681.7	2010.11.23	10 年	转让取得	牙刷
32	发行人	成人牙刷（501）	外观设计	ZL201030627586.7	2010.11.23	10 年	转让取得	牙刷
33	发行人	假牙盒（KH001）	外观设计	ZL201030680681.3	2010.12.16	10 年	转让取得	假牙清洁片
34	发行人	牙签（FH009）	外观设计	ZL201030680685.1	2010.12.16	10 年	转让取得	牙线签
35	发行人	牙签（FH010）	外观设计	ZL201030680691.7	2010.12.16	10 年	转让取得	牙线签
36	发行人	牙刷板（971）	外观设计	ZL201030680665.4	2010.12.16	10 年	转让取得	牙刷
37	发行人	牙刷板（Y032）	外观设计	ZL201030680671.X	2010.12.16	10 年	转让取得	牙刷
38	发行人	牙刷板（Y031）	外观设计	ZL201030680678.1	2010.12.16	10 年	转让取得	牙刷
39	发行人	牙签盒（KH009）	外观设计	ZL201030680680.9	2010.12.16	10 年	转让取得	牙线签
40	发行人	刮舌器（Z15）	外观设计	ZL201030680687.0	2010.12.16	10 年	转让取得	刮舌器
41	发行人	牙刷（503）	外观设计	ZL201030680696.X	2010.12.16	10 年	转让取得	牙刷
42	发行人	牙签（FH011）	外观设计	ZL201030680699.3	2010.12.16	10 年	转让取得	牙线签
43	发行人	一种牙刷	实用新型	ZL201120017897.0	2011.01.20	10 年	转让取得	牙刷

44	发行人	牙线盒（DFC-012）	外观设计	ZL201130013565.0	2011.01.25	10 年	转让取得	牙线
45	发行人	旅游牙刷板（615）	外观设计	ZL201130086409.7	2011.04.22	10 年	转让取得	牙刷
46	发行人	牙刷板（505）	外观设计	ZL201130343760.X	2011.09.30	10 年	转让取得	牙刷
47	发行人	牙刷板（509）	外观设计	ZL201130345405.6	2011.09.30	10 年	转让取得	牙刷
48	发行人	牙线盒（DFC-019）	外观设计	ZL201130344374.2	2011.09.30	10 年	转让取得	牙线
49	发行人	牙刷（517）	外观设计	ZL201130344837.5	2011.09.30	10 年	转让取得	牙刷
50	发行人	免水洗洗发套	实用新型	ZL201220049251.5	2012.02.16	10 年	转让取得	湿巾
51	发行人	消毒护理手套	实用新型	ZL201220049253.4	2012.02.16	10 年	转让取得	湿巾
52	发行人	牙刷板（730）	外观设计	ZL201230282621.5	2012.06.28	10 年	转让取得	牙刷
53	发行人	牙刷板（731）	外观设计	ZL201230282623.4	2012.06.28	10 年	转让取得	牙刷
54	发行人	牙刷板（728）	外观设计	ZL201230282625.3	2012.06.28	10 年	转让取得	牙刷
55	发行人	牙刷板（300）	外观设计	ZL201230282645.0	2012.06.28	10 年	转让取得	牙刷
56	发行人	牙刷板（726）	外观设计	ZL201230282637.6	2012.06.28	10 年	转让取得	牙刷
57	发行人	儿童牙刷板（319）	外观设计	ZL201230532479.5	2012.11.05	10 年	转让取得	牙刷
58	发行人	牙刷（529）	外观设计	ZL201330007651.X	2013.01.11	10 年	转让取得	牙刷
59	发行人	牙刷（864）	外观设计	ZL201330007644.X	2013.01.11	10 年	转让取得	牙刷
60	发行人	牙刷（533）	外观设计	ZL201330007650.5	2013.01.11	10 年	转让取得	牙刷
61	发行人	牙刷（528）	外观设计	ZL201330063981.0	2013.03.14	10 年	转让取得	牙刷
62	发行人	齿间刷（CJS-025）	外观设计	ZL201330064045.1	2013.03.14	10 年	转让取得	齿间刷
63	发行人	牙刷（718）	外观设计	ZL201330063976.X	2013.03.14	10 年	转让取得	牙刷
64	发行人	牙刷（525）	外观设计	ZL201330063984.4	2013.03.14	10 年	转让取得	牙刷
65	发行人	牙刷（727）	外观设计	ZL201330064018.4	2013.03.14	10 年	转让取得	牙刷
66	发行人	牙刷（318）	外观设计	ZL201330064055.5	2013.03.14	10 年	转让取得	牙刷
67	发行人	牙刷（883）	外观设计	ZL201330064274.3	2013.03.14	10 年	转让取得	牙刷
68	发行人	牙刷（879）	外观设计	ZL201330064329.0	2013.03.14	10 年	转让取得	牙刷

69	发行人	牙刷（513）	外观设计	ZL201330064009.5	2013.03.14	10 年	转让取得	牙刷
70	发行人	牙刷（737）	外观设计	ZL201330064251.2	2013.03.14	10 年	转让取得	牙刷
71	发行人	牙刷（527）	外观设计	ZL201330063973.6	2013.03.14	10 年	转让取得	牙刷
72	发行人	牙刷（880）	外观设计	ZL201330064275.8	2013.03.14	10 年	转让取得	牙刷
73	发行人	齿间刷（CJS-020）	外观设计	ZL201330063972.1	2013.03.14	10 年	转让取得	齿间刷
74	发行人	牙刷（512）	外观设计	ZL201330063964.7	2013.03.14	10 年	转让取得	牙刷
75	发行人	牙刷（523）	外观设计	ZL201330063995.2	2013.03.14	10 年	转让取得	牙刷
76	发行人	牙刷（506）	外观设计	ZL201330064089.4	2013.03.14	10 年	转让取得	牙刷
77	发行人	牙刷（715）	外观设计	ZL201330063982.5	2013.03.14	10 年	转让取得	牙刷
78	发行人	牙刷（519）	外观设计	ZL201330064080.3	2013.03.14	10 年	转让取得	牙刷
79	发行人	齿间刷（CJS-018）	外观设计	ZL201330064012.7	2013.03.14	10 年	转让取得	齿间刷
80	发行人	牙刷（518）	外观设计	ZL201330064008.0	2013.03.14	10 年	转让取得	牙刷
81	发行人	牙刷（734）	外观设计	ZL201330064051.7	2013.03.14	10 年	转让取得	牙刷
82	发行人	牙刷（522）	外观设计	ZL201330063985.9	2013.03.14	10 年	转让取得	牙刷
83	发行人	牙刷（243）	外观设计	ZL201330064061.0	2013.03.14	10 年	转让取得	牙刷
84	发行人	牙刷（888）	外观设计	ZL201330064138.4	2013.03.14	10 年	转让取得	牙刷
85	发行人	齿间刷（CJS-017）	外观设计	ZL201330064046.6	2013.03.14	10 年	转让取得	齿间刷
86	发行人	齿间刷盒（KH-004）	外观设计	ZL201330063967.0	2013.03.14	10 年	转让取得	齿间刷
87	发行人	牙刷（302）	外观设计	ZL201330063971.7	2013.03.14	10 年	转让取得	牙刷
88	发行人	牙刷（524）	外观设计	ZL201330063979.3	2013.03.14	10 年	转让取得	牙刷
89	发行人	牙刷（714）	外观设计	ZL201330063977.4	2013.03.14	10 年	转让取得	牙刷
90	发行人	牙签盒（KH-014）	外观设计	ZL201330063970.2	2013.03.14	10 年	转让取得	牙线签
91	发行人	牙刷（708）	外观设计	ZL201330063974.0	2013.03.14	10 年	转让取得	牙刷
92	发行人	牙刷（736）	外观设计	ZL201330064050.2	2013.03.14	10 年	转让取得	牙刷
93	发行人	牙刷柄（307）	外观设计	ZL201330065242.5	2013.03.15	10 年	转让取得	牙刷

94	发行人	牙刷（Y030）	外观设计	ZL201330065210.5	2013.03.15	10 年	转让取得	牙刷
95	发行人	牙刷柄（302）	外观设计	ZL201330065243.X	2013.03.15	10 年	转让取得	牙刷
96	发行人	牙刷柄（507）	外观设计	ZL201330065241.0	2013.03.15	10 年	转让取得	牙刷
97	发行人	牙刷柄（534）	外观设计	ZL201330065206.9	2013.03.15	10 年	转让取得	牙刷
98	发行人	牙刷柄（297）	外观设计	ZL201330065376.7	2013.03.15	10 年	转让取得	牙刷
99	发行人	牙刷柄（298）	外观设计	ZL201330065375.2	2013.03.15	10 年	转让取得	牙刷
100	发行人	牙刷（Y034）	外观设计	ZL201330065231.7	2013.03.15	10 年	转让取得	牙刷
101	发行人	牙刷（907）	外观设计	ZL201330065212.4	2013.03.15	10 年	转让取得	牙刷
102	发行人	牙刷（Y013）	外观设计	ZL201330065215.8	2013.03.15	10 年	转让取得	牙刷
103	发行人	牙刷（974）	外观设计	ZL201330065208.8	2013.03.15	10 年	转让取得	牙刷
104	发行人	牙刷（905）	外观设计	ZL201330065214.3	2013.03.15	10 年	转让取得	牙刷
105	发行人	牙刷柄（301）	外观设计	ZL201330065226.6	2013.03.15	10 年	转让取得	牙刷
106	发行人	牙刷（735）	外观设计	ZL201330065205.4	2013.03.15	10 年	转让取得	牙刷
107	发行人	牙刷板（711）	外观设计	ZL201330110519.1	2013.04.12	10 年	转让取得	牙刷
108	发行人	剪切机构	实用新型	ZL201320815923.3	2013.12.11	10 年	转让取得	牙刷
109	发行人	牙刷柄（546）	外观设计	ZL201430078575.6	2014.04.04	10 年	转让取得	牙刷
110	发行人	牙刷（541）	外观设计	ZL201430078734.2	2014.04.04	10 年	转让取得	牙刷
111	发行人	牙刷（551）	外观设计	ZL201430078732.3	2014.04.04	10 年	转让取得	牙刷
112	发行人	牙刷（540）	外观设计	ZL201430078678.2	2014.04.04	10 年	转让取得	牙刷
113	发行人	牙刷柄（338）	外观设计	ZL201430085549.6	2014.04.11	10 年	转让取得	牙刷
114	发行人	牙刷柄（560）	外观设计	ZL201430085718.6	2014.04.11	10 年	转让取得	牙刷
115	发行人	牙刷柄（568）	外观设计	ZL201430244838.6	2014.07.18	10 年	转让取得	牙刷
116	发行人	牙刷柄（570）	外观设计	ZL201430245063.4	2014.07.18	10 年	转让取得	牙刷
117	发行人	牙刷柄（329）	外观设计	ZL201430244793.2	2014.07.18	10 年	转让取得	牙刷
118	发行人	牙刷柄（564）	外观设计	ZL201430244835.2	2014.07.18	10 年	转让取得	牙刷

119	发行人	牙刷柄（333）	外观设计	ZL201430244943.X	2014.07.18	10 年	转让取得	牙刷
120	发行人	牙刷柄（569）	外观设计	ZL201430245005.1	2014.07.18	10 年	转让取得	牙刷
121	发行人	牙刷柄（562）	外观设计	ZL201430245035.2	2014.07.18	10 年	转让取得	牙刷
122	发行人	牙刷柄（563）	外观设计	ZL201430245036.7	2014.07.18	10 年	转让取得	牙刷
123	发行人	牙刷柄（330）	外观设计	ZL201430245058.3	2014.07.18	10 年	转让取得	牙刷
124	发行人	牙刷柄（331）	外观设计	ZL201430245059.8	2014.07.18	10 年	转让取得	牙刷
125	发行人	牙刷柄（335）	外观设计	ZL201430245062.X	2014.07.18	10 年	转让取得	牙刷
126	发行人	牙签盒（KH-010）	外观设计	ZL201230059041.X	2012.03.14	10 年	原始取得	牙线签
127	发行人	牙签盒（KH-011）	外观设计	ZL201230059047.7	2012.03.14	10 年	原始取得	牙线签
128	发行人	牙刷（515）	外观设计	ZL201230059071.0	2012.03.14	10 年	原始取得	牙刷
129	发行人	齿间刷（CJS021）	外观设计	ZL201230474340.X	2012.09.27	10 年	原始取得	齿间刷
130	发行人	刷柄（517）	外观设计	ZL201230474341.4	2012.09.27	10 年	原始取得	牙刷
131	发行人	齿间刷（CJS022）	外观设计	ZL201230470409.1	2012.09.27	10 年	原始取得	齿间刷
132	发行人	牙刷（海马）	外观设计	ZL201330237066.9	2013.06.07	10 年	原始取得	牙刷
133	发行人	牙刷柄（可站立召唤兔）	外观设计	ZL201330237099.3	2013.06.07	10 年	原始取得	牙刷
134	发行人	牙刷柄（504）	外观设计	ZL201430314874.5	2014.08.29	10 年	原始取得	牙刷
135	发行人	牙刷柄（320）	外观设计	ZL201430315001.6	2014.08.29	10 年	原始取得	牙刷
136	发行人	牙刷柄（336）	外观设计	ZL201430315277.4	2014.08.29	10 年	原始取得	牙刷
137	发行人	牙刷柄（724）	外观设计	ZL201430314932.4	2014.08.29	10 年	原始取得	牙刷
138	发行人	牙刷柄（725）	外观设计	ZL201430314933.9	2014.08.29	10 年	原始取得	牙刷
139	发行人	牙刷柄（846）	外观设计	ZL201430315276.X	2014.08.29	10 年	原始取得	牙刷
140	发行人	牙刷柄（576）	外观设计	ZL201430315349.5	2014.08.29	10 年	原始取得	牙刷
141	发行人	牙刷柄（567）	外观设计	ZL201430315403.6	2014.08.29	10 年	原始取得	牙刷
142	发行人	牙刷柄（543）	外观设计	ZL201430327526.1	2014.09.05	10 年	原始取得	牙刷
143	发行人	牙刷柄（y018）	外观设计	ZL201430327527.6	2014.09.05	10 年	原始取得	牙刷

144	发行人	一种牙刷	实用新型	ZL201420750244.7	2014.12.02	10 年	原始取得	牙刷
145	发行人	牙刷（583-2）	外观设计	ZL201430563752.X	2014.12.31	10 年	原始取得	牙刷
146	发行人	牙刷（583-3）	外观设计	ZL201430564046.7	2014.12.31	10 年	原始取得	牙刷
147	发行人	牙刷（583-1）	外观设计	ZL201430563991.5	2014.12.31	10 年	原始取得	牙刷
148	发行人	牙刷柄（584）	外观设计	ZL201530030358.4	2015.02.02	10 年	原始取得	牙刷
149	发行人	牙刷（586）	外观设计	ZL201530030359.9	2015.02.02	10 年	原始取得	牙刷
150	发行人	牙刷柄（585）	外观设计	ZL201530030360.1	2015.02.02	10 年	原始取得	牙刷
151	发行人	改进型牙刷	实用新型	ZL201520246687.7	2015.04.22	10 年	原始取得	牙刷
152	发行人	牙刷（605）	外观设计	ZL201530269154.6	2015.07.24	10 年	原始取得	牙刷
153	发行人	牙刷（604）	外观设计	ZL201530269236.0	2015.07.24	10 年	原始取得	牙刷
154	发行人	新型牙刷	实用新型	ZL201520626943.5	2015.08.19	10 年	原始取得	牙刷
155	发行人	牙刷柄（598）	外观设计	ZL201530311654.1	2015.08.19	10 年	原始取得	牙刷
156	发行人	牙刷（597）	外观设计	ZL201530311660.7	2015.08.19	10 年	原始取得	牙刷
157	发行人	牙刷（特种兵单支 B）	外观设计	ZL201530415302.0	2015.10.26	10 年	原始取得	牙刷
158	发行人	牙膏包装盒（特种兵）	外观设计	ZL201530415616.0	2015.10.26	10 年	原始取得	牙刷
159	发行人	牙刷（特种兵单支 A）	外观设计	ZL201530415439.6	2015.10.26	10 年	原始取得	牙刷
160	发行人	牙刷（601）	外观设计	ZL201530448028.7	2015.11.11	10 年	原始取得	牙刷
161	发行人	牙刷（532-2）	外观设计	ZL201530448045.0	2015.11.11	10 年	原始取得	牙刷
162	发行人	牙刷（青春动感 2）	外观设计	ZL201530448012.6	2015.11.11	10 年	原始取得	牙刷
163	发行人	牙刷（青春动感 1）	外观设计	ZL201530447962.7	2015.11.11	10 年	原始取得	牙刷
164	发行人	牙刷盒（单支装特种兵）	外观设计	ZL201530415657.X	2015.10.26	10 年	原始取得	牙刷
165	发行人	牙刷注塑模的上模组件	实用新型	ZL201621491567.4	2016.12.30	10 年	原始取得	牙刷
166	发行人	全自动模拟刷牙检测装置	实用新型	ZL201621491898.8	2016.12.30	10 年	原始取得	牙刷
167	发行人	用于牙刷磨毛机的夹具调整装置	实用新型	ZL201621491194.0	2016.12.30	10 年	原始取得	牙刷
168	发行人	牙刷包装视觉检测系统	实用新型	ZL201621491899.2	2016.12.30	10 年	原始取得	牙刷

169	发行人	牙刷剪水口装置	实用新型	ZL201621491568.9	2016.12.30	10 年	原始取得	牙刷
170	发行人	牙刷植毛固定片的加工装置	实用新型	ZL201621491264.2	2016.12.30	10 年	原始取得	牙刷
171	发行人	牙刷组装烫印生产线	实用新型	ZL201621491566.X	2016.12.30	10 年	原始取得	牙刷
172	发行人	牙刷（588）	外观设计	ZL201730188167.X	2017.05.19	10 年	原始取得	牙刷
173	发行人	牙刷（629）	外观设计	ZL 201730188159.5	2017.05.19	10 年	原始取得	牙刷
174	发行人	牙刷（645）	外观设计	ZL201730188022.X	2017.05.19	10 年	原始取得	牙刷
175	发行人	牙刷（617）	外观设计	ZL201730188021.5	2017.05.19	10 年	原始取得	牙刷
176	发行人	牙线盒（dfc-025）	外观设计	ZL201730188015.X	2017.05.19	10 年	原始取得	牙线
177	发行人	牙刷（627）	外观设计	ZL201730188166.5	2017.05.19	10 年	原始取得	牙刷
178	发行人	牙刷（634）	外观设计	ZL201730188157.6	2017.05.19	10 年	原始取得	牙刷
179	发行人	牙刷（618）	外观设计	ZL201730188054.X	2017.05.19	10 年	原始取得	牙刷
180	发行人	牙刷（619）	外观设计	ZL201730188156.1	2017.05.19	10 年	原始取得	牙刷
181	发行人	牙刷（y035）	外观设计	ZL201730290978.0	2017.07.05	10 年	原始取得	牙刷
182	发行人	牙刷（y033）	外观设计	ZL201730290878.8	2017.07.05	10 年	原始取得	牙刷
183	发行人	牙刷（y029）	外观设计	ZL201730290879.2	2017.07.05	10 年	原始取得	牙刷
184	发行人	牙刷（y019）	外观设计	ZL201730290829.4	2017.07.05	10 年	原始取得	牙刷
185	发行人	牙刷（y016）	外观设计	ZL201730290979.5	2017.07.05	10 年	原始取得	牙刷
186	发行人	牙刷（y011）	外观设计	ZL201730290997.3	2017.07.05	10 年	原始取得	牙刷
187	发行人	牙刷（b028）	外观设计	ZL201730290888.1	2017.07.05	10 年	原始取得	牙刷
188	发行人	牙刷（305）	外观设计	ZL201730290999.2	2017.07.05	10 年	原始取得	牙刷
189	发行人	牙刷（843）	外观设计	ZL201730291000.6	2017.07.05	10 年	原始取得	牙刷
190	发行人	牙刷（653-2）	外观设计	ZL201730290890.9	2017.07.05	10 年	原始取得	牙刷
191	发行人	牙刷（y022）	外观设计	ZL201730290828.X	2017.07.05	10 年	原始取得	牙刷
192	发行人	牙刷（y017）	外观设计	ZL201730290830.7	2017.07.05	10 年	原始取得	牙刷
193	发行人	牙刷（y012）	外观设计	ZL201730290996.9	2017.07.05	10 年	原始取得	牙刷

194	发行人	牙刷（b026）	外观设计	ZL201730290889.6	2017.07.05	10 年	原始取得	牙刷
195	发行人	牙刷（589）	外观设计	ZL201730290896.6	2017.07.05	10 年	原始取得	牙刷
196	恒生模具	塑胶模具模内水口自动剪切装置	实用新型	ZL201220183379.0	2012.04.26	10 年	原始取得	牙刷
197	恒生模具	二次包胶牙刷模具	实用新型	ZL201220303655.2	2012.06.26	10 年	原始取得	牙刷
198	恒生模具	塑胶模具顶板复位确认机构	实用新型	ZL201220303652.9	2012.06.26	10 年	原始取得	牙刷
199	恒生模具	深腔盒体的注塑模具	实用新型	ZL201420805996.9	2014.12.17	10 年	原始取得	湿巾
200	恒生模具	注塑机的针阀组件	实用新型	ZL201720211953.1	2017.03.06	10 年	原始取得	牙刷
201	恒生模具	模具内置推板脱模结构	实用新型	ZL201720211688.7	2017.03.06	10 年	原始取得	齿间刷
202	恒生模具	分流式注塑模	实用新型	ZL201720211722.0	2017.03.06	10 年	原始取得	牙刷
203	恒生模具	轨道式旋转脱模结构	实用新型	ZL201720214767.3	2017.03.06	10 年	原始取得	齿间刷
204	恒生模具	摆杆转轴式圆弧抽芯结构	实用新型	ZL201720211834.6	2017.03.06	10 年	原始取得	牙刷
205	恒生模具	慢丝工装夹具	实用新型	ZL201720211687.2	2017.03.06	10 年	原始取得	牙刷
206	倍加洁宿迁	情侣组合型牙刷	实用新型	ZL201620084679.1	2016.01.28	10 年	原始取得	牙刷
207	倍加洁宿迁	纳米抗菌牙刷	实用新型	ZL201620084680.4	2016.01.28	10 年	原始取得	牙刷
208	倍加洁宿迁	螺旋丝清洁牙刷	实用新型	ZL201620084681.9	2016.01.28	10 年	原始取得	牙刷
209	倍加洁宿迁	交叉结构炭丝牙刷	实用新型	ZL201620084682.3	2016.01.28	10 年	原始取得	牙刷
210	倍加洁宿迁	护龈炭丝牙刷	实用新型	ZL201620084684.2	2016.01.28	10 年	原始取得	牙刷
211	倍加洁宿迁	磁力按摩牙刷	实用新型	ZL201620084685.7	2016.01.28	10 年	原始取得	牙刷
212	倍加洁宿迁	便携护理牙刷	实用新型	ZL201620084686.1	2016.01.28	10 年	原始取得	牙刷
213	倍加洁宿迁	具有断丝报警功能的牙刷植毛机	实用新型	ZL201520918245.2	2015.11.18	10 年	原始取得	牙刷
214	倍加洁宿迁	具有缓冲效果的高舒适度牙刷	实用新型	ZL201520918355.9	2015.11.18	10 年	原始取得	牙刷
215	倍加洁宿迁	具有自动卸料装置的牙刷封塑包装设备	实用新型	ZL201520918356.3	2015.11.18	10 年	原始取得	牙刷
216	倍加洁宿迁	高舒适度快拆式保健护龈牙刷	实用新型	ZL201520918384.5	2015.11.18	10 年	原始取得	牙刷

217	倍加洁宿迁	牙刷刷丝植毛机全自动上料装置	实用新型	ZL201520918385.X	2015.11.18	10 年	原始取得	牙刷
218	倍加洁宿迁	具有自动卸料装置的牙刷磨毛机	实用新型	ZL201520919066.0	2015.11.18	10 年	原始取得	牙刷

注：上述第 129 项专利权已不再使用，发行人放弃该专利并不再缴纳专利年费，故该专利权状态为“等年费滞纳金”。

截至招股说明书签署日，除上述第 129 项专利权状态为“等年费滞纳金”外，发行人及其子公司拥有的其他专利权的法律状态均为有效，发行人其他各项专利权利完整、权属清晰，不存在质押、被司法保全、被宣告无效或因欠缴专利年费而被终止等情形，不存在权利提前终止等异常情况。

报告期内发行人专利的保护范围已覆盖发行人主要内销及外销产品，发行人及其客户已采取必要措施避免出现侵犯第三方知识产权的情况。发行人的所有内销及外销产品均未被第三方提起过知识产权相关赔偿或诉讼，亦不存在涉及知识产权的纠纷或潜在纠纷。

4、商标、专利管理的内部控制制度

发行人已根据《专利法》、《商标法》等法律制定了《商标管理制度》及《专利管理制度》，对发行人专利的申请、授权、维护、终止全过程进行了明确规定，并对公司职工的发明创造和技术成果的知识产权归属进行了规定。此外，发行人及其子公司已与相关的专业知识产权代理机构签署了《委托代理合同》，由上述代理机构为发行人提供与商标、专利有关的日常服务。

六、发行人拥有的特许经营权、生产经营活动相关的资质等

（一）特许经营权

截至招股说明书签署日，公司不拥有任何特许经营权。

（二）生产经营活动相关的资质

截至招股说明书签署日，发行人及子公司拥有的资质、认证情况如下表所示：

序号	名称	认证名称/认证范围	证书编号	发证日期	有效日期

1	倍加洁集团	ISO 9001：2015 认证：成人和儿童牙刷的设计和制造	CN04/0033.01	2017.11.14	2019.01.11
2	倍加洁集团	BRC 英国零售商协会消费品管理体系认证	CN16/21247	2017.09.30	2018.10.08
3	倍加洁集团	江苏省排放污染物许可证	3210022016600019	2016.12.12	2019.12.12
4	倍加洁日化	ISO 9001：2015 认证：个人护理用无纺布湿巾的设计和制造	CN04/0033.02	2017.11.14	2019.01.11
5	倍加洁日化	美国食品和药品管理局颁布的《化妆品良好操作规范指南》（2008）认证：生产湿巾	SZ1604C1	2016.04.15	2019.04.22
6	倍加洁日化	ISO 22716：2007（E）化妆品-良好操作规范（GMP）指南认证：生产湿巾	SZ1604B9	2016.04.15	2019.04.22
7	倍加洁日化	ISO13485 医疗器械管理体系认证： EN ISO 13485：2012 EN ISO 13485：2012/AC：2012	SX 60105908 0001	2016.06.14	2018.12.06
8	倍加洁日化	93/42/EEC 附件 V：用于清洁和消毒非侵入式医疗器械类一次性消毒湿巾产品质量安全 EC 认证	DD 60105907 0001	2016.06.14	2020.12.06
9	倍加洁日化	BRC 英国零售商协会消费品管理体系认证	CN16/21154	2017.09.30	2018.10.06
10	倍加洁集团	FDA 认证	3006795917	2008	/
11	倍加洁日化	FDA 认证	3008523612	2016	/
12	美星口腔	FDA 认证	3008770703	2010	/
13	倍加洁日化	实验室 ISO/IEC 17025：2005 认证	CNAS L8422	2016.03.29	2022.03.28
14	美星口腔	ISO 9001：2015 认证个人护理用牙线，假牙清洁片，牙线签和齿间刷的设计和制造	CN04/0033.03	2017.11.14	2019.01.11
15	美星口腔	ISO13485 医疗器械管理体系认证： ISO 13485：2003 EN ISO 13485：2012	CN11/21262	2017.11.24	2019.03.31
16	美星口腔	ISO 22716：2007（E）化妆品-良好操作规范（GMP）指南认证：生产牙线和牙线签	SZ1604A4	2016.04.05	2019.04.22
17	美星口腔	BRC 英国零售商协会消费品管理体系认证	CN16/21320	2017.09.30	2018.10.31
18	倍加洁宿迁	江苏省排放污染物许可证	321300-2016-200022	2016.11	2019.10
19	倍加洁日化	消毒产品生产企业卫生许可证	（苏）卫消证字（2012）第 0059 号	2016.09.28	2020.09.27
20	倍加洁集团	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	3210960507	长期	
21	倍加洁集团	对外贸易经营者备案登记表	01827719	/	/
22	倍加洁日化	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	3210931990	长期	
23	倍加洁日化	对外贸易经营者备案登记表	022252677	/	/
24	美星口腔	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	3210932265	长期	
25	美星口腔	对外贸易经营者备案登记表	02252676	/	/

注：1、FDA 认证无固定有效期，一般情况下在每年年底前缴费后即可自动续期。

2、CE 是法文“欧洲共同体”（Communate Europeia）的简称，EC 为英文 European Community 的缩写。

公司已取得境内生产经营以及向境外销售产品所必要的资质证书，并已经取得主要客户的合格供应商认证。

七、发行人技术和研发情况

（一）发行人拥有的主要核心技术

序号	技术名称	主要产品	技术特点和技术水平	技术来源	成熟程度
1	模具开发技术	牙刷	本项技术主要应用于牙刷单色/双色/多色模具/功能组装模具等，公司模具开发采用 3D 软件设计,可实时根据需求修改调整,采用 MoldFlow 进行模具分析将问题提前排除，拥有模具行业顶级加工设备，在自主设计、评审、加工与制造方面可以全部自行实现，目前公司的配套设施、设备、人员、创新能力为行业领先	自主研发制作	批量生产
2	注塑注胶自动化	牙刷	本项技术主要应用于采用机器人+非标系统将注塑与注胶进行整合成一体成型工艺，通过多关节机器人与多组治具和控制系统为主题，将注塑工序和注胶工序进行组合，将牙刷的单独成型变成一体成型从而提供产品品质、稳定生产、提供效率；此技术同样为国内外行业领先	自主设计/合作研发	批量生产
3	双色注塑工艺	牙刷	本项技术主要应用于牙刷双色转芯模具，此模具为双色一体成型设计，采用主体和注胶分模造型，通过模具的中心转轴来实现相互切换的功能，此模具同样是节约工序、提供品质与效率	自主研发制作	批量生产
4	四色注胶工艺	牙刷	本项技术主要应用于四色热流道模具+配套开发的四色机器进行自动化生产，四色注胶是将四种牙刷颜色同时注塑，这样可以减少套色的成本浪费，提高产品成品交期，同样通过机器人进行搬运将注塑与四色注胶进行连机成一体线生产方式；此工艺为国内外行业领先	自主设计/合作研发	批量生产
5	热流道技术	牙刷	本项技术主要应用于热嘴、分流板、加热控制器，此热流道是将注塑的水口进行排除，通过热嘴、分流板的温度控制将材料在流道内始终保持融化的状态，在产品成型时直接将融化物料注入模具型腔，使其没有水口料从而节约成本、提高效率；此技术公司在行业中领先开发使用，后被行业逐步应用	自主设计、合作研发	批量生产

6	包装线检测与贴标装置技术	牙刷	本项技术主要应用于视觉系统、变距贴标装置，在牙刷热合包装线上增加视觉系统用于检测牙刷是否漏放，在纸卡上增加条码检装置用于检测纸卡是否用错，在产品热合后可以将漏放的牙刷泡壳进行剔除，将合格的牙刷通过分距贴标机进行在线抓取后进行贴标；该技术在国内行业中为领先开发使用	自主设计、合作研发	批量生产
7	植磨烫一体化设备	牙刷	本项技术主要应用于拥有植毛、磨毛、烫印、清洁功能一体化设备，该设备为多功能的组合设计，将牙刷原来单一的植磨烫工艺整合成一体线，该设备最大的亮点具有多载具自动纠偏调整功能，植毛牙刷位置检测功能，该两项功能在国内外为领先开发使用	自主设计、合作研发	批量生产
8	粉末直接压片技术	假牙清洁片	本项技术主要应用于假牙清洁片生产工序中，通过合理的配方以及混和、压片工艺，直接将粉末状的原料混合物制成片剂，省除了泡腾片通常生产工艺中需要的制粒工序，显著提高了生产效率	自主研发	批量生产
9	人体载体消毒剂技术	湿巾	本项技术主要应用于采用苯扎氯铵为活性成分的医用皮肤消毒湿巾，解决了无纺布对活性成分的吸附问题，产品稳定性和消毒效果达到美国药典要求，已经在美国注册为非处方药，并已销售多年	自主研发	批量生产
10	医疗器械载体消毒技术	湿巾	本项技术主要应用于采用复合季铵盐为活性成分的医疗器械消毒湿巾，解决了无纺布对活性成分的吸附问题，产品稳定性和消毒效果达到欧盟颁布的《医疗器械指令》要求，取得了TUV 核发证书，已经在英国销售	自主研发	批量生产
11	可在无纺布上吸收的润肤膏霜技术	湿巾	本项技术主要应用于硅油润肤霜湿巾，解决了粘稠的膏霜物料喷淋、并被无纺布充分吸收的核心技术，产品稳定性和对皮肤的滋润效果达到美国药典要求，已经在美国注册为非处方药，并已销售多年	自主研发	批量生产
12	可生物降解的湿巾技术	湿巾	本项技术主要应用于可降解厕用湿巾，研究采用了可以在水中分散、并能够生物降解的无纺布，并采用对环境友好的配方原料，可以直接通过家庭下水道排放	自主研发	批量生产
13	多表面消毒剂技术	湿巾	本项技术主要应用于采用氯己定二葡糖酸盐、异丙醇等复配消毒成分的多用途消毒湿巾，解决了无纺布对消毒活性成分的吸附问题，同时通过研究不同类型消毒成分的复配增效的技术，使产品同时具有消毒人体皮肤和多种物体表面的功能	自主研发	小批量生产
14	利用湿巾过滤和吸附性能的个人空气除臭技术	湿巾	本项技术主要应用于便携型个人空气除臭湿巾，用水刺无纺布和对氮、硫类臭味化合物制成湿巾，使用时敷覆于鼻腔外部时，既可以增加吸入空气的湿度，又可消除空气中的臭味，本产品便于携带，适用于旅行途中。已申请国家发明专利，并且已获授权	自主研发	小批量生产

（二）发行人的技术储备情况

公司正在进行的研发项目及进展情况、拟达到的目标如下：

序号	项目名称	进展情况	拟达到的目标
1	牙刷注塑+植磨烫+装箱一体线设备	小批量生产	在原来单个工序生产的基础上可以节约为每台线 3 人
2	360 度热转印设备	小批量生产	可以实现复杂、异型产品的全面积印花，效率是原来设备的 2 倍，相反根据订单现在可以节约 1 人
3	双色注塑自动化	小批量生产	在原来单个工序生产的基础上可以节约为每台线 2 人
4	热流道热嘴冷却技术	研发阶段	现在的热流道的热嘴易有毛刺，通过运水系统改造来改善毛刺问题
5	包装线自动上刷装置	研发阶段	在原来双支装的产品中可以节约 1 人，提高产品整体自动线水平，让牙刷可以实现整条线自动化生产
6	智能电动牙刷开发	研发阶段	增加集团公司的品牌影响力，增加产品卖点，提供产品的制造水平
7	不添加任何防腐剂的纯化水湿巾	研发阶段	完全以药用纯化水，不添加任何防腐剂，通过对原辅材料和生产过程洁净度的控制，生产出符合化妆品卫生标准的人体用湿巾，迎合消费者追求纯正的心理
8	空气芳香湿巾	研发阶段	本产品利用湿巾展开面积较大的特点，将水刺无纺布和富含香精的液体制成湿巾，在家庭居室或办公室、会议室内使用，散发香气，清新空气。和目前常用的气雾剂、固体凝胶、电热液体等形式的空气芳香产品相比，本产品成本较低，便于携带，使用也较为方便，特别适用于在出差途中的宾馆使用。
9	自然散发型驱蚊湿巾	小批量生产	在钓鱼等野外活动时，经常需要采取防蚊措施。目前常用的方式是将含有驱蚊活性成分的液体药物涂抹在皮肤表面。这种方式虽然防蚊效果良好，但是系将药物直接施用于皮肤上，由于驱蚊活性成分都属于农药范畴，都具有一定的毒性，所以，许多人对这种防蚊方式有排斥感。本产品是以湿巾形式，将驱蚊活性成分按合理的配方溶解、增效后，吸附在无纺布上。在使用时，取出一片或多片，展开后悬挂于使用者周围的树枝等物体上。由于展开后的湿巾面积较大，其散发驱蚊活性成分的速率也较高，从而在局部空间内实现驱蚊效果。
10	汽车玻璃清洁除霜防雾湿巾	研发阶段	将对玻璃表面具有清洁、熔霜功能的化合物经合理配方后，制成湿巾。使用时，利用湿巾易于在物体表面覆盖的优点，将湿巾展开覆盖于汽车玻璃表面，实现对汽车玻璃清洁去污、加快除霜速度的功能。
11	厨房重垢清洁湿巾	研发阶段	本产品利用无纺布成本相对较低的特点，以对于硬表面去污能力优异的阳离子表面活性剂为

			主要成分，添加特定的溶剂，生产出一次性使用的厨房重垢清洁湿巾。本产品可大大提高厨房清洁卫生的效率。
12	湿巾塑料包装膜易撕孔开孔技术开发	研发阶段	湿巾产品大多采用复合塑料袋作为包装，对于内装多片、一袋产品可以使用多次的湿巾，目前生产时，大都采用机械刀具在塑料袋切出开孔、再用可反复使用的不干胶粘贴在开孔处，造成每一袋湿巾都必须粘贴一张不干胶的现实工艺。本项目计划尝试激光定量切割等技术，在湿巾包装塑料袋厚度维度上进行部分切割，在膜上切出容易撕开的线条，但不切透膜、切孔部位仍具有密封性。此技术开发成功后，湿巾产品目前生产工艺中所必须粘贴的不干胶将可以去除，从而提高生产效率、并降低资源消耗。
13	安全可降解假牙粘接剂	研发阶段	通过合理的配方，将可降解的食品级原料制成粘合剂，用于假牙与牙床之间的粘接。提高配戴假牙时的舒适度。
14	稳定活性氧白牙贴	研发阶段	通过活性氧的漂白作用，对牙齿表面进行美白，是目前白牙贴类产品的主要功效原理。活性氧的稳定性是这一产品的关键特性，本项目计划研发在产品宣称保质期（2 年）内活性氧降解率不超过 20%的稳定性活性氧白牙贴

（三）研发体制

1、研发经费的投入情况

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
研发经费投入	373.50	812.14	205.80	130.99
营业收入	31,492.34	62,558.75	47,197.66	44,694.64
占比	1.19%	1.30%	0.44%	0.29%

2、组织机构

公司设立研发中心，制定公司技术发展战略，建立和健全研发产品经营管理体系，建立高效的技术研发团队，推动技术、产品的创新发展，最大限度地满足企业的发展需求。

3、研发管理

（1）研发项目的管理机制

公司建立了适合行业及自身需求的研发管理模式。公司的研发管理模式充分

体现了跨部门大研发的理念，即利用公司的资源，提高各部门对产品开发的促进作用，倡导跨部门协同决策，强化团队合作的研发理念。公司的研发中心建立了相应的研发制度和标准。

（2）研发项目的质量控制

公司重视研发项目工作的质量控制，从项目的调研阶段开始由市场部严格把关，每一个研发项目都有项目建议书，由研发部门编制设计开发计划书，明确各时间节点的工作内容和质量。研发过程由各相关部门共同合作，明确研发过程中各相关部门的工作职责，对项目的质量进行共同控制。

（3）研发项目的绩效评价体系

公司建有较好的研发项目绩效评价体系。绩效评价贯彻在整个项目实施过程的每个阶段。立项阶段，重点考察项目的技术新颖性、创造性、盈利性；设计、评审阶段评价项目对输入要求的相符性，设计开发对标准的符合性；项目鉴定阶段考核采购和加工过程的可行性，可检验性及产品结构的合理性，研发投入的各项费用的可控性。

绩效评价还包括每位技术员工在参与项目实施过程中的绩效评价。每位研发人员的绩效奖金、工资水平的增加及职务的升迁都和其在参与各个研发项目中绩效评价的结果挂钩。

（四）保持技术不断创新的机制

1、技术创新模式

公司的研发项目决策充分体现了以市场需求为导向的研发模式，提高市场、生产等部门对产品开发的促进作用，强化团队合作的研发理念。项目立项时充分调研市场的需求，注重项目的高起点、高水准及市场前景，强调产品开发是一种投资行为的理念，对产品开发的过程进行全程控制。公司将产品开发划分为六个阶段，即概念、计划、开发、验证、发布、生命周期管理等阶段。

2、人才激励机制

公司针对研发人员建立了以客户为导向的创新激励机制，加速科研成果产业化，主要包括：年度和季度实行绩效管理，制定关键绩效指标；将研发人员的产品项目进度、质量和项目开发绩效与收入挂钩；设立年度突出贡献奖和专利奖励制度；实施技术骨干股权激励计划等。公司通过上述激励措施有效调动了技术人员的创新积极性。

公司注重优化公司的创新环境，构建团结合作、共同发展、尊重人才、鼓励创新、气氛活跃的企业创新文化，形成“以人为本”的管理理念，进一步激发员工的创造性、主动性和积极性。提倡知识共享，提升员工研发创新能力，积极营造有利于技术创新的团队学习氛围，鼓励团队作战，让员工有施展才能的舞台。公司针对不同系列的技术人员，规划员工的职业发展通道，引入导师制，研发团队领头人员储备制，全员培训，聘请外部导师培训等，提升全员的各种能力和素质。积极主动吸纳外部优秀技术研发人才，不断提升完善公司的技术人才结构。

3、研发费用的投入

公司始终坚持技术创新战略，报告期内研发费用的投入金额占营业收入的比例逐年提升。公司研发费用的投入主要针对公司产品生产工艺的持续改进、设备技改和试验及检测仪器的购置等几个主要方面。

正是由于不断加大的研发投入，才使公司始终保持了行业内的技术优势，巩固和增强了公司的核心竞争力。

第七节 同业竞争和关联交易

一、发行人在业务、资产、人员、机构、财务等方面与股东的分开情况

本公司成立以来，严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，在业务、资产、人员、机构和财务等方面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，具有独立、完整的资产和业务，具备面向市场自主经营的能力。

（一）业务独立情况

公司主要从事口腔清洁护理用品以及一次性卫生用品的研发、生产和销售，其中口腔清洁护理用品主要包括牙刷、牙线、齿间刷、牙线签、假牙清洁片等产品，一次性卫生用品主要包括湿巾等产品。公司拥有从事上述业务的完整、独立的研发、供应、生产和销售系统。公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或显失公平的关联交易情况；公司主要客户中，HS 与 P&S 为实际控制人控制的企业。HS 与 P&S 已于 2016 年底停止经营活动。除上述情况外，公司主要供应商和客户中均不存在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。

（二）资产独立情况

本公司拥有独立的生产、经营场所，合法拥有与生产经营有关的土地、厂房、机器设备以及商标、专利的所有权或使用权，具备与生产经营有关的生产系统、辅助生产系统和配套设施，各种资产权属清晰、完整，不存在以公司资产、权益或信誉为各主要股东的债务提供担保以及资产、资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业和公司其他主要股东及其控制的下属企业占用而损害公司利益的情况。

（三）人员独立情况

本公司具有独立的劳动、人事、工资等管理体系及独立的员工队伍，员工工资发放、福利支出与主要股东及其关联方严格分离。公司董事、监事、高级管理人员的任职，均严格按照《公司法》、《公司章程》及其他法律、法规和规范性文件规定的程序推选和任免，不存在控股股东、其他任何部门、单位或人士违反公司章程规定干预公司人事任免的情况。除自然人股东在公司任职的情况外，公司总经理、财务总监等高级管理人员均未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，亦未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪。公司财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（四）机构独立情况

本公司设有股东大会、董事会、监事会等权利、决策及监督机构，建立了符合自身经营特点、独立完整的内部经营管理机构，独立行使经营管理职权，结合本次发行方案并根据《公司法》、《证券法》等法律法规制定了《公司章程（草案）》，以及《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》等内部管理制度，构建了决策制度有效、职权范围明确的法人治理结构和制衡机制。

本公司在生产经营和管理机构方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业完全分开，不存在混合经营、合署办公的情形，不存在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业和公司其他主要股东干预公司机构设置的情况。控股股东、实际控制人及其控制的其他企业各职能部门与本公司各职能部门之间不存在任何上下级关系，不存在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业和公司其他主要股东直接干预公司生产经营活动的情况。

（五）财务独立情况

本公司设有独立的财务部门，配备专职财务人员，建立了独立的会计核算体系和财务管理制度，独立进行财务决策。本公司在银行独立开设账户，未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账号，独立支配公司资金和其他资产。公司作为独立的纳税人，依法独立进行纳税申报和履行缴纳义务。

保荐机构核查意见：发行人资产完整，业务及人员、财务、机构独立，具有

独立完整的经营资产、业务体系和直接面向市场独立经营的能力。发行人在招股说明书中关于公司独立经营情况的表述内容真实、准确、完整。

二、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不存在同业竞争

公司控股股东和实际控制人为张文生。除倍加洁集团外，张文生控制的其他企业的情况如下表：

序号	企业名称	持股情况	经营范围	主营业务
1	扬州竟成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	张文生持有45.84%份额	管理咨询、股权投资、股权投资管理(不含金融、类金融业务，依法取得许可或备案的除外)。（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）	对倍加洁集团投资
2	扬州和成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	张文生持有50.25%份额	管理咨询、股权投资、股权投资管理(不含金融、类金融业务，依法取得许可或备案的除外)。（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）	对倍加洁集团投资
3	扬州佳吉投资管理有限公司	张文生持股80.00%	股权投资，股权投资管理（不含金融、类金融业务，依法取得许可或者备案的除外）（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）	投资管理
4	HS ENTERPRISE INVESTMENT LIMITED	张文生持股100%	-	日用品国际贸易业务
5	PERFECT AND STAR (HK) LIMITED	张文生通过HS持股100%	-	日用品国际贸易业务

扬州竟成及扬州和成均为公司的员工持股平台，扬州佳吉目前尚未开展经营，未来将主要从事投资管理业务。上述三家公司主营业务与本公司明显不同，与本公司不存在同业竞争关系。

HS、P&S 主要从事日用品商贸业务，已于 2016 年底停止经营活动。P&S 正在办理注销手续，截至 2017 年 10 月 24 日，P&S 已取得香港税务局出具的不反对撤销公司注册的通知书，确认 P&S 已完成税务注销。P&S 已向香港公司注册处提交了撤销公司注册申请材料。待 P&S 注销手续完成后，其股东 HS 将办理注销手续。

目前，控股股东、实际控制人及其控制的其他企业未从事任何与公司相同、相似的业务或活动，与公司之间不存在同业竞争。

（二）避免同业竞争的承诺

为避免同业竞争，公司实际控制人张文生及公司其他董事、监事、高级管理人员向公司出具《关于避免同业竞争的承诺》，主要内容详见招股说明书“第五节发行人基本情况”之“十、实际控制人、持有 5%以上股份的主要股东以及董事、监事、高级管理人员的重要承诺”之“（二）关于避免同业竞争的承诺”的相关内容。

三、关联方及关联关系

（一）公司目前的关联方

根据《公司法》、《企业会计准则》和《上海证券交易所股票上市规则》等法律法规的规定，截至招股说明书签署日，公司存在的关联方及关联方关系如下：

1、控股股东及实际控制人

序号	名称	关联关系	备注
1	张文生	控股股东、实际控制人、董事长、总经理	直接持有公司84.00%的股权，通过扬州竟成间接持有公司4.58%的股权，通过扬州和成间接持有公司3.02%的股权

控股股东及实际控制人及其关系密切的家庭成员均为本公司关联方。

2、持有公司 5%以上的股份的股东

（1）扬州竟成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）

扬州竟成的具体情况参见招股说明书“第五节发行人基本情况”之“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人情况”之“（一）发起人基本情况”的相关内容。

（2）扬州和成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）

扬州和成的具体情况参见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“七、

发起人、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人情况”之“（一）发起人基本情况”的相关内容。

3、控股股东控制的其他企业

序号	企业名称	关联关系	备注
1	扬州竟成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	控股股东控制的企业	张文生持有45.84%份额并担任执行事务合伙人
2	扬州和成企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	控股股东控制的企业	张文生持有50.25%份额并担任执行事务合伙人
3	扬州佳吉投资管理有限公司	控股股东控制的公司	张文生持股80%并担任执行董事
4	HS ENTERPRISE INVESTMENT LIMITED	控股股东控制的公司	张文生持股100%，已于2016年底停止经营活动
5	PERFECT AND STAR (HK) LIMITED	控股股东控制的公司HS控制的公司	张文生通过HS持股100%，正在办理注销

4、控股子公司

序号	子公司名称	注册资本	主营业务	持股比例（%）
1	倍加洁宿迁	300万元	主要从事牙刷产品的生产和销售	100.00
2	江苏明星牙刷	20,000万元	目前尚未开展生产经营，未来主要从事牙刷产品的研发、生产和销售	100.00
3	恒生模具	300万元	主要从事口腔清洁护理用品产品使用的精密模具的研发、生产和销售	100.00
4	美星口腔	436.17万元	主要从事齿间刷、牙线、牙线签、假牙清洁片等产品的研发、生产和销售	100.00
5	倍加洁日化	741.12万元	主要从事湿巾等产品的研发、生产和销售	100.00

5、公司董事、监事、高级管理人员

序号	名称	关联关系	备注
1	张文生	公司董事长、总经理	直接持有公司84.00%的股权，通过扬州竟成间接持有公司4.58%的股权，通过扬州和成间接持有公司3.02%的股权
2	王新余	公司董事、副总经理、董事会秘书	通过扬州竟成间接持有公司0.28%的股权
3	嵇玉芳	公司董事、财务总监	通过扬州竟成间接持有公司0.47%的股权
4	丁冀平	公司董事	—
5	胡鸿高	公司独立董事	—
6	杨东涛	公司独立董事	—
7	贾丽娜	公司独立董事	—
8	徐玲	公司监事	通过扬州竟成间接持有公司0.60%的股权

9	耿宜鹏	公司监事	通过扬州和成间接持有公司0.13%的股权
10	蔡君鑫	公司监事	通过扬州竟成间接持有公司0.55%的股权
11	姜强	公司副总经理	通过扬州竟成间接持有公司0.78%的股权

本公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员均为本公司关联方，包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满十八周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

6、公司的其他关联方

序号	名称	关联关系	备注
1	扬州农商行	发行人投资的企业、实际控制人及实际控制人配偶投资的企业	张文生持股0.17%并担任董事，张文生配偶徐秋萍持股0.07%，发行人持股3.60%
2	扬州富邦电子科技有限公司	实际控制人关系密切的家庭成员控制的企业	张文生之弟张德荣持股80%并担任执行董事兼总经理
3	江苏亚泰投资管理有限公司	实际控制人关系密切的家庭成员投资的企业	张文生配偶徐秋萍持股34%并担任监事
4	扬州兴邦电子有限公司	实际控制人关系密切的家庭成员控制的企业	张文生之弟张德荣持股80%
5	扬州生威包装制品有限公司	实际控制人关系密切的家庭成员控制的企业	张文生之妹张文艳持股100%并担任执行董事兼总经理
6	扬州雅月包装材料有限公司	实际控制人关系密切的家庭成员控制的企业	张文生妻弟徐勇配偶张发琴持股100%并担任执行董事
7	南通嘉乐投资管理中心（有限合伙）	公司董事控制的企业	公司董事丁冀平持有85%份额并担任执行事务合伙人
8	南通嘉乐一期股权投资基金中心（有限合伙）	公司董事担任委派代表的企业	公司董事丁冀平为该企业执行事务合伙人南通嘉乐投资管理中心（有限合伙）的委派代表
9	上海户兰企业管理咨询有限公司	公司董事控制的企业	公司董事丁冀平持股100%并担任执行董事
10	南通嘉乐致远投资管理有限公司	公司董事控制的企业	公司董事丁冀平持股95%并担任执行董事、总经理
11	天津柯文实业股份有限公司	公司董事担任董事的企业	公司董事丁冀平担任董事
12	北京碧鹏飞科技发展有限公司	公司董事担任董事的企业	公司董事丁冀平担任董事
13	上海发网供应链管理有限公司	公司董事担任董事的企业	公司董事丁冀平担任董事
14	扬州市天坤旅游用品厂	公司董事关系密切的家庭成员控制的企业	公司董事、财务总监嵇玉芳配偶之姐冷丽梅持有100%股权
15	俊知集团有限公司[注]	公司独立董事担任独立董事的企业	公司独立董事贾丽娜担任独立董事
16	江苏林洋能源股份有限公司	公司独立董事担任独立董事的企业	公司独立董事贾丽娜担任独立董事

17	摩根士丹利华鑫基金管理有限公司	公司独立董事担任独立董事的企业	公司独立董事贾丽娜担任独立董事
18	厦门特宝生物工程股份有限公司	公司独立董事担任独立董事的企业	公司独立董事贾丽娜担任独立董事
19	江苏金宁达恒土地房地产估价咨询有限公司	公司独立董事关系亲密的家庭成员担任高管的企业	公司独立董事贾丽娜配偶担任总经理并持有33%股权
20	上海东富龙科技股份有限公司	公司独立董事担任独立董事的企业	公司独立董事胡鸿高担任独立董事
21	上海安硕信息技术股份有限公司	公司独立董事担任独立董事的企业	公司独立董事胡鸿高担任独立董事
22	上海华鑫股份有限公司	公司独立董事担任独立董事的企业	公司独立董事胡鸿高担任独立董事
23	招商证券股份有限公司	公司独立董事担任独立非执行董事的企业	公司独立董事胡鸿高担任独立非执行董事
24	上海机场（集团）有限公司	公司独立董事担任董事的企业	公司独立董事胡鸿高担任董事
25	江苏联瑞新材料股份有限公司	公司独立董事担任独立董事的企业	公司独立董事杨东涛担任独立董事
26	利隆融资租赁（江苏）有限公司	公司独立董事关系亲密的家庭成员担任董事、高管的企业	公司独立董事杨东涛配偶之兄担任董事长兼总经理
27	南京胜隆融资租赁有限公司	公司独立董事关系亲密的家庭成员担任董事、高管的企业	公司独立董事杨东涛配偶之兄担任董事长兼总经理
28	南京谱锐西玛仪器有限公司	公司独立董事关系亲密的家庭成员担任董事的企业	公司独立董事杨东涛儿媳之父担任董事
29	管顺安	实际控制人关系密切的家庭成员	张文生之姨父
30	扬州嘉华创业投资有限公司	发行人全资子公司对外投资的企业	子公司恒生模具持有4.88%股权，嵇玉芳任监事

注：俊知集团有限公司为香港交易所上市公司

发行人的董事、监事及高级管理人员及其关系密切的家庭成员均为本公司关联方，包括父母、配偶、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满十八周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

（二）2014 年至今发行人曾经的关联方

1、2014 年至今已注销的关联方

序号	关联方名称	曾经存在的关联关系	注销时间
1	江苏倍加洁日用品有限公司	实际控制人曾控制的其他企业	2016.06.30
2	扬州金星国际贸易有限公司	发行人曾经的子公司	2016.06.30
3	广陵区杭集永达塑料制品	实际控制人关系密切的家庭成员	2017.02.07

	厂（个体工商户）	担任经营者的其他组织	
4	HSS	实际控制人曾控制的其他企业	2017.05.23
5	广陵区天运旅游用品厂	公司董事担任经营者的其他组织	2017.11.23

2、2014 年至今已转让的关联方

序号	关联方名称	曾经存在的关联关系	转让时间
1	上海国嵘贸易发展有限公司	张文生曾持股70%	2016年9月，张文生将其持有的该公司69.167%股权转让给陆林，将其持有0.833%股权转让给徐定洁，张文生不再持有该公司股权
2	上海富添乐日用品有限公司	张文生配偶徐秋萍曾持股55%	2016年9月，徐秋萍将其持有的该公司55%股权转让给陆林，徐秋萍不再持有该公司股权

3、2014 年至今发行人曾经的关联方

序号	关联方名称	曾经存在的关联关系	说明
1	店商互联（北京）科技发展有限公司	公司董事丁冀平曾经担任董事	店商互联（北京）科技发展有限公司2016年11月18日作出股东会决议，丁冀平不再担任该公司董事
2	上海感信信息科技股份有限公司	公司董事丁冀平曾经担任董事	上海感信信息科技股份有限公司2017年2月6日召开2017年第一次临时股东大会并作出决议，丁冀平不再担任该公司董事
3	浙江骆氏减震件股份有限公司	公司董事丁冀平曾经担任董事	浙江骆氏减震件股份有限公司2017 年 3 月 7 日召开临时股东大会并作出决议，丁冀平不再担任该公司董事
4	上海复旦资产经营有限公司	公司独立董事胡鸿高曾经担任董事	上海复旦资产经营有限公司2017年7月进行董事会换届，胡鸿高不再担任该公司董事

四、关联交易

（一）经常性关联交易

报告期内，公司与关联方发生的关联交易主要包括：关联采购及外协加工、关联销售、关联借款及相关业务，关联交易占营业成本、营业收入的比例较低。

报告期各期公司关联采购及外协加工金额占营业成本比例分别为 2.43%、2.89%、2.94%及 2.80%，占比较低。

报告期各期公司关联销售金额占营业收入比例分别为 6.07%、7.44%、2.02%及 0.00%，占比较低。

具体关联交易情况如下：

1、采购商品及外协加工

报告期内，公司通过关联方进行了部分原材料采购及外协加工，此类采购及外协加工占公司当期采购金额的比重较低，不存在对关联方的依赖。

报告期，公司原材料关联采购及外协加工情况如下所示：

2017年1-6月			
关联方	**采购金额（万元）**	**占当期营业成本比重**	**定价原则**
雅月包装	305.30	1.33%	按照市场价格定价
生威包装	338.49	1.47%	按照市场价格定价
2016年			
关联方	**采购金额（万元）**	**占当期营业成本比重**	**定价原则**
雅月包装	670.55	1.51%	按照市场价格定价
生威包装	585.32	1.31%	按照市场价格定价
关联方	**外协加工金额（万元）**	**占当期营业成本比重**	**定价原则**
雅月包装	53.25	0.12%	按照市场价格定价
2015年			
关联方	**采购金额（万元）**	**占当期营业成本比重**	**定价原则**
雅月包装	522.61	1.48%	按照市场价格定价
生威包装	497.26	1.41%	按照市场价格定价
2014年			
关联方	**采购金额（万元）**	**占当期营业成本比重**	**定价原则**
雅月包装	266.31	0.79%	按照市场价格定价
生威包装	552.59	1.64%	按照市场价格定价

（1）向雅月包装采购原材料及外协加工

①采购原材料

扬州雅月包装材料有限公司主要业务为包装材料、标签、不干胶产品的加工生产及销售，其生产的部分产品符合公司需求，且其厂址与公司生产场地较为接近，能够保证及时稳定地供应不干胶产品。报告期内，公司主要向雅月包装采购的原材料为不干胶产品，报告期各期公司向雅月包装采购原材料金额占当期公司营业成本的比例分别为 0.79%、1.48%、1.51%及 1.33%。

报告期内，上述关联交易占雅月包装同类商品销售金额及其营业收入的比例

如下：

单位：万元

年份	关联交易金额	雅月包装同类商品销售金额	占比	雅月包装营业收入金额	占比
2017 年 1-6 月	305.30	343.18	88.96%	343.18	88.96%
2016 年	670.55	671.02	99.93%	724.27	92.58%
2015 年	522.61	530.13	98.58%	530.13	98.58%
2014 年	266.31	261.68	101.77%	261.68	101.77%

注：上述雅月包装财务数据未经审计，2014 年占比超过 100%是由于时间性差异造成的。

报告期内，发行人向雅月包装采购不干胶产品具体情况如下：

年份	品名	金额（万元）	占同类采购的比例	平均采购价格（元/只）
2017 年 1-6 月	不干胶（只）	305.30	69.80%	0.04
2016 年	不干胶（只）	670.55	71.08%	0.04
2015 年	不干胶（只）	522.61	66.80%	0.05
2014 年	不干胶（只）	266.31	29.42%	0.06

报告期内，公司向雅月包装采购的主要产品为不干胶。公司向扬州雅月包装材料有限公司采购产品的价格是以市场价格为基础确定的，交易价格公允。

公司向供应商采购的不干胶产品，其标准定价单位为每平方米单价，定价影响因素主要为：表层覆膜（亮光膜、哑光膜等）、中间层纸质（PP 合成纸、BOPP 合成纸、铜版纸、亮银 PP 合成纸等）以及底层胶水种类（死胶、1R、2R、3R 等）。

综合上述因素，报告期内公司向雅月包装采购的不干胶产品与可比第三方供应商采购产品每平方米单价比较如下：

单位：元

产品类别	向雅月包装采购的产品平方单价	向可比无关联第三方采购的产品平方单价	价格差异率
2017 年 1-6 月			
2R 胶 PP 合成纸亮光膜	14.52	14.50	-0.14%
2R 胶 PP 合成纸哑光膜	15.49	15.57	0.52%
2R 胶透明 BOPP 亮光膜	13.88	13.53	-2.52%
死胶 PP 合成纸亮光膜	12.47	12.43	-0.32%
2016 年			
2R 胶 PP 合成纸亮光膜	14.49	14.51	0.14%
2R 胶 PP 合成纸哑光膜	15.46	15.57	0.71%

2R 胶透明 BOPP 亮光膜	13.47	13.51	0.30%
2R 胶透明 BOPP 哑光膜	14.42	14.15	-1.91%
死胶 PP 合成纸亮光膜	12.47	12.49	0.16%
铜版纸	9.25	9.54	3.04%
2015 年 11 月-12 月			
2R 胶 PP 合成纸亮光膜	14.52	14.50	-0.14%
2R 胶 PP 合成纸哑光膜	15.40	15.53	0.84%
2R 胶透明 BOPP 亮光膜	13.50	13.58	0.59%
死胶 PP 合成纸亮光膜	12.53	12.52	-0.08%
2015 年 9 月-10 月			
2R 胶 PP 合成纸亮光膜	15.09	15.04	-0.33%
2R 胶透明 BOPP 亮光膜	14.05	14.14	0.64%
死胶 PP 合成纸亮光膜	13.03	13.11	0.61%
2015 年 3 月-8 月			
2R 胶 PP 合成纸亮光膜	15.50	15.53	0.19%
2R 胶 PP 合成纸哑光膜	16.43	16.40	-0.18%
2R 胶透明 BOPP 亮光膜	14.45	14.46	0.07%
死胶 PP 合成纸亮光膜	13.49	13.48	-0.07%
铜版纸	9.51	9.54	0.31%
2015 年 1 月-2 月			
2R 胶 PP 合成纸亮光膜	16.48	16.30	-1.10%
2R 胶 PP 合成纸哑光膜	17.50	17.13	-2.16%
2R 胶透明 BOPP 亮光膜	15.56	15.28	-1.83%
2014 年			
2R 胶 PP 合成纸亮光膜	16.45	17.14	4.03%
2R 胶 PP 合成纸哑光膜	17.46	17.69	1.30%
2R 胶透明 BOPP 亮光膜	15.46	15.88	2.64%
死胶 PP 合成纸亮光膜	14.46	15.22	4.99%

注：2015 年由于原材料价格市场存在一定的波动，因此发行人不干胶产品供应商均进行了多轮调价。上述可比价格选取均为在相同时间段的采购平方单价。

由上表可知，公司向雅月包装采购的不干胶产品价格系参考当期市场价格，定价原则一致，与向其他无关联第三方供应商采购的价格差异较小，定价公允。

报告期内，公司经营规模持续增长，公司产品品类丰富，同时为满足下游 ODM 客户新品开发和产品升级的需求，公司产品包装亦呈现出多样化、个性化特点。雅月包装不干胶产品加工技术符合公司需求，产品质量较好，且与公司生产场地较近，能够快速响应公司对各规格、品类不干胶产品的需求，因此发行人与其产生的关联采购具有一定的必要性。

②外协加工

报告期内，受生产场地、设备限制、生产人员临时紧缺以及投入成本等因素，公司将少量的非核心加工工序通过外协加工的方式组织生产。其中公司将少量注塑注胶工序委托雅月包装外协加工，具体如下：

单位：万元

年份	外协厂商名称	外协内容	金额	占营业成本比重
2016 年	扬州雅月包装材料有限公司	注塑注胶	53.25	0.12%

上述外协加工系公司非核心加工工序，报告期各期加工金额较小，占公司当期营业成本的比重很低。公司委托雅月包装外协加工的价格是以市场价格为基础确定的，按照其每日产能，计算包括人工、电费以及土地使用及机器折旧在内的每日费用，进一步折算为单支加工费金额，交易价格公允。

（2）向生威包装采购原材料

扬州生威包装制品有限公司的主要业务为纸板箱包装材料的生产与销售，其生产的包装材料符合公司需求，且其厂址与公司生产场地较为接近，能够保证及时稳定地供应纸箱等包装材料。公司报告期内向生威包装采购纸箱等包装产品，报告期各期采购金额占公司当期营业成本的比重分别为 1.64%、1.41%、1.31%及 1.47%。

报告期内，上述关联交易占生威包装同类商品销售金额及其营业收入的比例如下：

单位：万元

年份	关联交易金额	生威包装同类产品销售金额	占比	生威包装营业收入金额	占比
2017 年 1-6 月	338.49	360.01	94.02%	360.01	94.02%
2016 年	585.32	607.76	96.31%	607.76	96.31%
2015 年	497.26	516.55	96.27%	516.55	96.27%
2014 年	552.59	592.14	93.32%	592.14	93.32%

注：上述生威包装财务数据未经审计。

报告期内，发行人向生威包装采购包装产品具体情况如下：

年份	品名	金额（万元）	占同类采购的比例	平均采购价格（元/只）

2017 年 1-6 月	纸箱（只）	313.08	38.67%	2.54
	内盒（只）	23.09	9.93%	0.62
	隔板（只）	2.32	6.14%	0.10
2016 年	纸箱（只）	544.06	41.95%	1.98
	内盒（只）	36.18	13.86%	0.51
	隔板（只）	5.07	7.38%	0.10
2015 年	纸箱（只）	451.73	45.78%	1.99
	内盒（只）	37.73	16.95%	0.52
	隔板（只）	7.79	15.58%	0.09
2014 年	纸箱（只）	503.62	48.80%	2.17
	内盒（只）	44.14	20.03%	0.49
	隔板（只）	4.84	10.19%	0.11

注：包装产品有纸箱、内盒、隔板等，尺寸规格繁多。

报告期内，公司向生威包装采购的主要包装产品为纸箱，公司向生威包装采购包装产品的价格是以市场价格为基础确定的，交易价格公允。其中，纸箱采购价格制定方法如下：纸箱计价方案按实际需求的材质、尺寸核算平方米单价，再依据实际纸箱大小换算为单只纸箱价格；双瓦纸箱面积计算公式：（长+宽+8）*（宽+高+4）*2；单瓦纸箱面积计算公式：（长+宽+4）*（宽+高+2）*2；纸箱单位面积计算公式：（长+宽+8）*（宽+高+4）*2。

公司向供应商采购的纸箱、内盒、隔板产品，其标准定价单位均为每平方米单价，其中纸箱、内盒产品定价影响因素主要为：瓦楞纸材质（单瓦楞、双瓦楞等）、印刷方式（水印、胶印）以及纸箱强度（普通、加强）；隔板产品定价影响因素主要为：材质（瓦楞纸、非瓦楞纸）、克重（300g、350g 等）。

综合上述因素，报告期内公司向生威包装采购的包装产品与可比第三方供应商采购产品每平方米单价比较如下：

单位：元

产品	产品类别	向生威包装采购的产品平方单价	向可比无关联第三方采购的产品平方单价	价格差异率
2017 年 4-6 月[注]				
纸箱	黄色双瓦	3.95	3.95	-
	黄色双瓦加强水印 AB 瓦楞（湿巾）	4.15	4.14	-0.24%
	黄色水印双瓦 AB 加强	4.11	4.10	-0.24%
内盒	黄色水印单瓦楞	2.87	2.87	-

2017 年 1-3 月				
纸箱	黄色双瓦	4.39	4.39	-
	黄色双瓦加强水印 AB 瓦楞（湿巾）	4.60	4.59	-0.22%
	黄色水印双瓦 AB 加强	4.57	4.56	-0.22%
内盒	黄色水印单瓦楞	3.17	3.17	-
	黄色水印单瓦楞加强	3.31	3.31	-
隔板	单瓦隔板/纸座	2.96	2.94	-0.68%
2016 年 12 月[注]				
纸箱	黄色双瓦	4.39	4.39	-
	黄色双瓦加强水印 AB 瓦楞（湿巾）	4.60	4.60	-
	黄色水印双瓦 AB 加强	4.56	4.56	-
内盒	黄色水印单瓦楞	3.17	3.17	-
	黄色水印单瓦楞加强	3.31	3.31	-
隔板	单瓦隔板/纸座	2.97	2.97	-
2016 年 11 月[注]				
纸箱	黄色双瓦	4.06	4.06	-
	黄色双瓦加强水印 AB 瓦楞（湿巾）	4.26	4.26	-
	黄色水印双瓦 AB 加强	4.23	4.23	-
内盒	黄色水印单瓦楞	2.94	2.94	-
	黄色水印单瓦楞加强	3.06	3.06	-
隔板	单瓦隔板/纸座	2.75	2.75	-
2016 年 1 月-10 月				
纸箱	黄色双瓦	3.25	3.25	-
	黄色双瓦加强水印 AB 瓦楞（湿巾）	3.41	3.41	-
	黄色水印双瓦 AB 加强	3.38	3.38	-
内盒	黄色水印单瓦楞	2.35	2.35	-
	黄色水印单瓦楞加强	2.45	2.45	-
隔板	单瓦隔板/纸座	2.20	2.20	-
2015 年				
纸箱	黄色双瓦	3.25	3.25	-
	黄色双瓦加强水印 AB 瓦楞（湿巾）	3.41	3.41	-
	黄色水印单瓦楞加强	2.45	2.45	-
	黄色水印双瓦 AB 加强	3.38	3.38	-
内盒	黄色胶印单瓦楞	2.35	2.35	-
	黄色水印单瓦楞	2.35	2.35	-
	黄色水印单瓦楞加强	2.45	2.45	-

隔板	单瓦隔板/纸座	2.20	2.20	-
	黄色 AB 瓦	3.00	3.00	-
2014 年				
纸箱	黄色双瓦	3.25	3.25	-
	黄色双瓦加强水印 AB 瓦楞（湿巾）	3.42	3.42	-
	黄色水印单瓦楞加强	2.45	2.45	-
	黄色水印双瓦 AB 加强	3.38	3.38	-
内盒	黄色水印单瓦楞	2.35	2.35	-
	黄色水印单瓦楞加强	2.45	2.45	-
隔板	黄色 AB 瓦	3.00	3.00	-
	300g 灰底白板隔板	1.58	1.58	-

注：由于 2016 年第四季度纸浆价格上涨较快，因此发行人包装材料供应商均进行了多轮调价，调价幅度一致。2017 年上半年由于原材料市场价格发生调整，因此发行人包装材料供应商均进行了调价，调价幅度一致。上述可比价格选取均为在相同时间段的采购平方单价。

由上表可知，发行人向生威包装采购的包装产品价格系参考当期市场价格，定价原则一致，与向其他无关联第三方供应商采购的价格差异较小，定价公允。

报告期内，公司对用于产品包装所使用的纸箱等包装产品需求较大，且品种较多。生威包装供货情况稳定，产品质量符合公司要求，且其与公司生产场地较为接近，能够及时满足公司的包装产品需求。为避免及减少关联交易，截至 2017 年 11 月末，发行人已停止向生威包装进行采购。

2、销售商品

为拓宽销售渠道，公司于报告期内通过关联方销售了部分产品。该部分向关联方进行销售的产品比例较低，对公司营业收入影响较小。随着涉及关联销售交易的关联方进行注销或者股权向无关联方的转让，公司的关联方销售已逐步进行了规范。自 2017 年起，公司已不再发生关联方销售。

报告期内，公司关联销售情况如下所示：

2016年			
关联方	**销售金额（万元）**	**占当期营业收入比重**	**定价原则**
HS	1,251.20	2.00%	按照市场价格定价
富添乐	2.48	0.00%	按照市场价格定价
富邦电子	14.47	0.02%	按照市场价格定价
2015年			

关联方	销售金额（万元）	占当期营业收入比重	定价原则
HS	3,500.09	7.42%	按照市场价格定价
富添乐	7.12	0.02%	按照市场价格定价
富邦电子	0.01	0.00%	按照市场价格定价
2014年			
关联方	**销售金额（万元）**	**占当期营业收入比重**	**定价原则**
HS	1,829.08	4.09%	按照市场价格定价
P&S	848.59	1.90%	按照市场价格定价
富添乐	37.77	0.08%	按照市场价格定价
富邦电子	2.06	0.00%	按照市场价格定价

（1）向 HS 销售产品

HS ENTERPRISE INVESTMENT LIMITED 主要从事日用品的国际贸易业务。2014 年、2015 年以及 2016 年 HS 主要向公司采购牙刷产品、湿巾产品以及其他口腔清洁护理用品，各期销售金额占公司当期营业收入的比重分别为 4.09%、7.42%以及 2.00%。

发行人为进一步拓展海外业务，加强与海外客户之间的交流与合作，通过 HS 以及 P&S 两家海外公司向海外客户销售产品。公司与 HS 与 P&S 销售商品是合理的。

报告期内 HS 向发行人采购的牙刷产品、湿巾产品以及口腔清洁护理用品主要销售给 SOLENT MANUFACTURING LIMITED 以及 TVP DENTAL B CORPORATION。

2014 年至 2016 年，发行人向 HS 销售的各类产品具体情况如下：

年份	品名	金额（万元）	占同类销售的比例	平均销售价格	单位
2016 年	牙刷	685.44	1.52%	0.94	元/支
	湿巾	110.45	0.85%	0.07	元/片
	其他口腔清洁护理用品	455.31	10.85%	－[注]	－
	其中：齿间刷	143.32	13.58%	0.48	元/支
	牙线	132.60	7.79%	0.05	元/米
	假牙清洁片	143.72	16.73%	0.07	元/片
	牙线棒	35.66	6.55%	0.05	元/支
2015 年	牙刷	2,119.01	6.00%	0.88	元/支
	湿巾	297.23	3.81%	0.07	元/片

	其他口腔清洁护理用品	1,083.86	27.44%	—[注]	—
	其中：齿间刷	470.01	46.91%	0.46	元/支
	牙线	377.99	19.09%	0.05	元/米
	假牙清洁片	175.62	29.73%	0.07	元/片
	牙线棒	60.24	16.51%	0.05	元/支
2014 年	牙刷	1,276.68	4.18%	0.89	元/支
	湿巾	198.80	1.85%	0.07	元/片
	其他口腔清洁护理用品	353.61	10.79%	—[注]	—
	其中：齿间刷	207.55	29.95%	0.49	元/支
	牙线	118.23	6.83%	0.05	元/米
	牙线棒	27.83	7.87%	0.05	元/支

注：报告期内公司向 HS 销售的主要为牙刷产品。其他口腔清洁护理用品包括假牙清洁片、牙线、齿间刷、牙线棒等产品，品类规格较多，产品计量单位不一。

① 牙刷产品价格比较

公司的牙刷产品定价影响因素主要为：外观功能设计（如刮舌器、牙龈按摩、灵活性刷头等）、刷柄材质及用量（聚丙烯、聚乙烯、涤纶树脂等）、刷丝材质（尼龙丝、杜邦丝、磨尖丝、褪色丝、抗菌丝、竹节丝等）、包装材质（白卡纸、铜板纸、银卡、镭射卡、PVC 盒、PET 盒等）、包装方式（散装、中盒装、展示盒装、底座装等）、销售市场（欧美、东南亚、日韩等）等。

综合上述因素，公司选取了外观功能设计、刷柄材质及用量、刷丝材质等近似的牙刷产品进行对比。2014 年至 2016 年内公司向 HS 销售的牙刷产品与可比无关联第三方客户产品单价比较如下：

单位：元

年份	产品品名	向HS销售产品单价	向可比无关联第三方销售产品单价	差异率
2016年	Y011/883[注]	1.1419	1.1214	-1.83%
	B026	1.2671	1.3003	2.56%
2015年	F873	1.1516	1.1190	-2.91%
	Y011/510[注]	1.1050	1.1579	4.56%
	B026	1.2075	1.2285	1.71%
2014年	F826	0.9177	0.9758	5.96%
	B026	1.1828	1.1652	-1.51%

注：上述产品中 Y011 与 883 和 510 为近似产品；同品名产品中，由于客户需求存在差异，包装材质及方式也略有不同。

上述产品价格略有差异主要系包装材质及方式有所不同。由上表可知，发行

人向 HS 销售的牙刷产品价格系参考当期市场价格，与向其他无关联第三方销售的价格差异较小，定价公允。

② 湿巾产品价格比较

公司的湿巾产品定价影响因素主要为：无纺布材质（如水刺无纺布、针刺无纺布、可冲散无纺布、热轧布等）、黏胶比例（100%黏胶、70%黏胶、50%黏胶、30%黏胶、全涤）、克重（35g、40g、45g、50g、55g、60g 等）、尺寸（20×15cm, 20×18cm、20×30cm 等）、配方（丙二醇、甘油、芦荟提取液、维 E 醋酸酯等）、包装材料（PE/PET 覆合包装膜、PE/PET/OPP 覆合包装膜、镀铝膜、PP 贴标、PET 贴标等）、包装方式（散装、中盒装、展示盒装、底座装等）、销售市场（欧美、东南亚、日韩等）等。

综合上述因素，公司选取了无纺布材质、黏胶比例、配方、包装材料等近似的湿巾产品进行对比。2014 年至 2016 年公司向 HS 主要销售的湿巾产品单价与向可比无关联第三方客户销售产品的单价比较情况如下：

单位：元

年份	产品品名[注]	向HS销售产品单价	向可比无关联第三方销售产品单价	差异率
2016年	WTB060/WTF020	0.0719	0.0773	7.01%
2015年	WTD060/WTB020	0.0512	0.0540	5.30%
2014年	WTB060/WTF020	0.0721	0.0738	2.27%

注：上述产品（WTB060 与 WTF020、WTD060 与 WTB020）为近似产品。

上述产品价格略有差异主要系包装方式有所不同。由上表可知，发行人向 HS 销售的湿巾产品价格系参考当期市场价格，与向其他无关联第三方销售的价格差异较小，定价公允。

③ 齿间刷产品价格比较

公司的齿间刷产品定价影响因素主要为：产品外形（如 I 型、L 型等）、材质（聚丙烯、聚乙烯、热塑性橡胶材料等）、包装材质（白卡纸，灰底白板纸，铜版纸等）、包装方式（散装、中盒装、展示盒装、底座装等）、销售市场（欧美、东南亚、日韩等）等。

综合上述因素，公司选取了产品外形、材质等近似的齿间刷产品进行对比。2014 年至 2016 年公司向 HS 主要销售的齿间刷产品单价与向可比无关联第三方客户销售产品的单价比较情况如下：

单位：元

年份	产品品名[注]	向HS销售产品单价	向可比无关联第三方销售产品单价	差异率
2016年	FL-1503/FL-515	0.4877	0.4877	-
2015年	FL-1501/FL-220	0.4555	0.4234	-7.60%
2014年	FL-1501/FL-514	0.4461	0.4432	-0.65%

注：上述产品（FL-1503 与 FL-515、FL-1501 与 FL-220 和 FL-514）为近似产品。

上述产品价格略有差异主要系包装材质有所不同。由上表可知，发行人向 HS 销售的齿间刷产品价格系参考当期市场价格，与向其他无关联第三方销售的价格差异较小，定价公允。

④ 牙线产品价格比较

公司的牙线产品定价影响因素主要为：产品材质（聚丙烯线、尼龙线、高分子线、聚四氟乙烯线等）、长度（10 米、30 米、50 米、100 米等）、配方（上蜡，上蜡上薄荷，上蜡上薄荷含氟，芦荟等）、包装材料（白卡纸，灰底白板纸，铜版纸等）、包装方式（散装、中盒装、展示盒装、底座装等）、销售市场（欧美、东南亚、日韩等）等。

综合上述因素，公司选取了产品材质、长度、配方等近似的齿间刷产品进行对比。2014 年至 2016 年公司向 HS 主要销售的牙线产品单价与向可比无关联第三方客户销售产品的单价比较情况如下：

单位：元

年份	产品品名[注]	向HS销售产品单价	向可比无关联第三方销售产品单价	差异率
2016年	FL-1566/FL-921	0.0429	0.0402	-6.62%
	TFL-018/FL-287	0.0383	0.0369	-4.02%
2015年	TFL-001/FL-424	0.0910	0.0875	-3.93%
2014年	TFL-002/FL-288	0.0377	0.0369	-1.98%

注：上述产品（FL-1566 与 FL-921、TFL-018 与 FL-287 和 FL-1007、TFL-001 与 FL-424、TFL-002 与 FL-288）为近似产品。

上述产品价格略有差异主要系包装材质有所不同。由上表可知，发行人向

HS 销售的牙线产品价格系参考当期市场价格，与向其他无关联第三方销售的价格差异较小，定价公允。

⑤ 假牙清洁片产品价格比较

公司的假牙清洁片产品定价影响因素主要为：产品形状（平片、凹片）、配方（普通型、加强型）、包装方式（展示盒装、底座装）、销售市场（英国、荷兰、澳大利亚、日本）等。

综合上述因素，公司选取了产品形状、配方等近似的假牙清洁片产品进行对比。2014 年至 2016 年公司向 HS 主要销售的假牙清洁片产品单价与向可比无关联第三方客户销售产品的单价比较情况如下：

单位：元

年份	产品品名[注]	向HS销售产品单价	向可比无关联第三方销售产品单价	差异率
2016年	DCT034/DCT012	0.0771	0.0821	6.17%
2015年	DCT034/DCT012	0.0731	0.0775	5.66%

注：上述产品（DCT034 与 DCT012）为近似产品。

由上表可知，发行人向 HS 销售的假牙清洁片产品价格系参考当期市场价格，与向其他无关联第三方销售的价格差异较小，定价公允。

⑥ 牙线棒产品价格

公司的牙线棒产品定价影响因素主要为：产品外形（普通型、卡通型）、包装材料（PET+CPP 复合材料、BOPP+CPP 复合材料）、包装方式（32 支装、50 支装、80 支装等）、销售市场（欧美、东南亚、日韩等）等。

综合上述因素，公司选取了产品形状、包装材料等近似的牙线棒产品进行对比。2014 年至 2016 年公司向 HS 主要销售的牙线棒产品单价与向可比无关联第三方客户销售产品的单价比较情况如下：

单位：元

年份	产品品名[注]	向HS销售产品单价	向可比无关联第三方销售产品单价	差异率
2016年	FH-001/FL-1615	0.0561	0.0571	1.78%
2015年	FH-001/FL-299	0.0536	0.0573	6.53%

2014年	FH-001/FL-838	0.0503	0.0520	3.18%

注：上述产品中（FH-001 与 FL-1615、FL-299 及 FL-838）为近似产品。

由上表可知，发行人向 HS 销售的牙线棒产品价格系参考当期市场价格，与向其他无关联第三方销售的价格差异较小，定价公允。

为了规范公司治理，减少关联交易，HS 已于 2016 年底停止经营活动。待 P&S 注销完成后，HS 将办理注销手续。

（2）向 P&S 销售产品

PERFECT AND STAR(HK)LIMITED 主要从事日用品的国际贸易业务。2014 年 P&S 主要向公司采购牙刷产品，上述年度销售金额占公司当期营业收入的比重为 1.90%。

2014 年，发行人向 P&S 销售牙刷产品的具体情况如下：

年份	品名	金额（万元）	占同类销售的比例	平均销售价格（元）
2014 年	牙刷（支）	848.59	2.78%	0.85

公司的牙刷产品定价影响因素主要为：外观功能设计（如刮舌器、牙龈按摩、灵活性刷头等）、刷柄材质及用量（聚丙烯、聚乙烯、涤纶树脂等）、刷丝材质（尼龙丝、杜邦丝、磨尖丝、褪色丝、抗菌丝、竹节丝等）、包装材质（白卡纸、铜板纸、银卡、镭射卡、PVC 盒、PET 盒等）、包装方式（散装、中盒装、展示盒装、底座装等）、销售市场（欧美、东南亚、日韩等）等。

综合上述因素，公司选取了外观功能设计、刷柄材质及用量、刷丝材质等近似的牙刷产品进行对比。2014 年，公司向 P&S 主要销售的牙刷产品单价与向可比无关联第三方客户销售产品的单价比较情况如下：

单位：元

年份	产品品名	向P&S销售产品单价	向可比无关联第三方销售产品单价	差异率
2014年	F826	0.8964	0.9758	8.14%

上述产品价格略有差异主要系包装材质因客户需求不同而有所差异。由上表可知，发行人向 P&S 销售的牙刷产品价格系参考当期市场价格，与向其他可比无关联第三方销售的价格差异较小，价格公允。

为了规范公司治理，减少关联交易，P&S 已于 2016 年 9 月底停止经营活动，目前正在办理注销手续。截至 2017 年 10 月 24 日，P&S 已取得香港税务局出具的不反对撤销公司注册的通知书，确认 P&S 已完成税务注销。P&S 已向香港公司注册处提交了撤销公司注册申请材料。

（3）向富添乐销售商品

上海富添乐日用品有限公司主要从事日用百货批发零售。2014 年至 2016 年富添乐主要向公司采购少量牙刷产品及湿巾产品，上述年度公司向其销售金额占公司当期营业收入的比重分别为 0.08%、0.02%以及 0.00%。

报告期内，发行人向富添乐销售的牙刷产品及湿巾产品具体情况如下：

年份	品名	金额（万元）	占同类销售的比例	平均销售价格（元）
2016 年	牙刷（支）	0.97	0.00%	0.90
	湿巾（片）	1.51	0.01%	0.09
2015 年	牙刷（支）	2.18	0.01%	0.81
	湿巾（片）	4.94	0.06%	0.07
2014 年	牙刷（支）	37.77	0.12%	0.70

报告期内公司向富添乐销售产品的价格是以市场价格为基础确定的，交易价格公允。富添乐向公司采购的产品定位较为低端，与公司产品的定位并不完全相符。报告期内，富添乐向公司采购产品金额很低，且自 2015 年起采购金额大幅下降，目前已不再向公司采购产品。

为了规范公司治理，减少关联交易，张文生配偶徐秋萍已于 2016 年 9 月将其持有的富添乐股权进行转让，并且公司承诺未来将不再与其进行业务及资金往来。

（4）向富邦电子销售商品

扬州富邦电子科技有限公司的主营业务为电子产品的生产和销售。2014 年至 2016 年公司主要向富邦电子销售模具产品及提供相关服务，上述年度公司向其销售金额占公司当期营业收入的比重分别为 0.00%、0.00%以及 0.02%。

公司向富邦电子销售产品的价格是以市场价格为基础确定的，交易价格公

允。

报告期内，富邦电子向公司采购少量模具产品，主要是由于公司模具产品符合富邦电子的要求，同时双方场地相距较近，沟通与运输成本较低。

3、出租房产

报告期内，公司向富邦电子出租位于扬州市杭集工业园建筑 2 号楼二楼的厂房，2016 年，公司确认了 2013 年-2016 年的房屋租赁收入共计 38.67 万元。2015 年 12 月，公司与富邦电子签订《厂房租赁合同》，租金为 21.98 万元/年（含税），租赁期限为 2016 年 1 月 1 日至 2016 年 12 月 31 日。2016 年 12 月，公司与富邦电子签订《厂房租赁合同》，租金为 21.98 万元/年（含税），租赁期限为 2017 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日。2017 年 1-6 月，公司确认了房屋租赁收入 10.19 万元。此外，报告期内，公司确认了上述出租房产的电费收入分别为 4.33 万元、6.27 万元、4.95 万元及 2.22 万元。双方租赁价格系根据市场价格确定，租赁价格公允。

4、向扬州农商行借款及相关业务

报告期内，公司与实际控制人张文生担任董事的扬州农商行之间有银行短期借款业务，主要用于日常生产经营周转，借款利率为协议利率；其次，公司在扬州农商行开具银行承兑汇票，用于日常经营支付货款，并存入相应的承兑保证金；此外，公司在扬州农商行开立银行账户并存款，日常存款利息收入和手续费支出占当期相关业务的比例较小。具体情况如下：

（1）银行借款及利息支出业务

报告期内，公司与扬州农商行之间的借款情况如下：

单位：万元

年度	期初余额	本年增加	本年减少	期末余额	当期关联借款金额占同期银行借款总额比例	关联借款利息支出	关联借款利息支出占当期借款业务利息支出总额的比例
2017年1-6月	2,000.00	2,000.00	1,000.00	3,000.00	21.87%	45.40	21.68%
2016年	2,000.00	8,000.00	8,000.00	2,000.00	46.05%	183.11	43.12%

2015年	2,000.00	5,000.00	5,000.00	2,000.00	24.60%	128.16	26.68%
2014年	2,000.00	4,500.00	4,500.00	2,000.00	28.96%	148.47	26.26%

注：当期关联借款金额占同期银行借款金额比例=当期关联借款的每笔借款金额乘以该笔借款的借用天数的累积/同期全部银行借款中每笔借款金额乘以该笔借款的借用天数的累积。

报告期内，公司向扬州农商行借款履行情况和借款利率如下：

①借款履行情况

报告期内，公司均遵照双方签订的流动资金借款合同约定期限及利率，并向扬州农商行支付本息，不存在逾期未付情况。报告期内，双方签订的短期借款合同相关内容具体如下：

序号	合同名称	贷款利率		借款金额（万元）	借款期限	截至报告期末履行情况
		实际贷款利率	同期银行贷款基准利率			
1	《流动资金循环借款合同》（编号：（扬商银）流高借字（2017）第0119601号）	4.5680%	4.3500%	1,000.00	2017-01-19 至 2019-01-18	正在履行
2	《流动资金借款合同》（编号：（扬商银）流高借字（2017）第0302601号）	4.5680%	4.3500%	1,000.00	2017-03-02 至 2018-03-01	正在履行
3	《流动资金循环借款合同》（编号：（扬商银）流高借字（2016）第0819401号）	4.5680%	4.3500%	1,000.00	2016-08-22 至 2016-12-22	已履行完毕
4	《流动资金循环借款合同》（编号：（扬商银）流高借字（2016）第0819401号）	4.5680%	4.3500%	1,000.00	2016-08-22 至 2016-12-26	已履行完毕
5	《流动资金循环借款合同》（编号：（扬商银）流高借字（2016）第0819401号）	4.5680%	4.3500%	1,000.00	2016-08-19 至 2017-08-01	正在履行
6	《流动资金循环借款合同》（编号：（扬商银）流高借字（2016）第0819401号）	4.5680%	4.3500%	1,000.00	2016-08-19 至 2016-12-26	已履行完毕
7	《流动资金循环借款合同》（扬商银）流高借字（2015）第 0528401 号	4.5680%	4.3500%	1,000.00	2016-04-27 至 2016-11-01	已履行完毕
8	《流动资金循环借款合同》（扬商银）流高借字（2015）第 0702401 号	4.5680%	4.3500%	1,000.00	2016-04-19 至 2016-08-19	已履行完毕

9	《流动资金循环借款合同》（扬商银）流高借字（2016）第 0330401 号	4.5680%	4.3500%	1,000.00	2016-03-31 至 2016-08-19	已履行完毕
10	《流动资金循环借款合同》（扬商银）流高借字（2016）第 0330402 号	4.5680%	4.3500%	1,000.00	2016-03-31 至 2017-03-01	已履行完毕
11	《流动资金循环借款合同》（扬商银）流高借字（2015）第 0528401 号	4.7850%	4.3500%	1,000.00	2015-12-18 至 2016-04-05	已履行完毕
12	《流动资金循环借款合同》（扬商银）流高借字（2015）第 0702401 号	4.7850%	4.3500%	1,000.00	2015-12-17 至 2016-04-05	已履行完毕
13	《流动资金循环借款合同》（扬商银）流高借字（2015）第 0528401 号	5.9000%	4.8500%	1,000.00	2015-07-03 至 2015-12-18	已履行完毕
14	《流动资金循环借款合同》（扬商银）流高借字（2015）第 0702401 号	5.9000%	4.8500%	1,000.00	2015-07-03 至 2015-12-17	已履行完毕
15	《流动资金循环借款合同》（扬商银）流高借字（2015）第 0528401 号	6.6000%	5.1000%	1,000.00	2015-05-28 至 2015-07-03	已履行完毕
16	流动资金借款合同（扬商银）流借字（2014）第 0808302 号	6.6000%	6.0000%	500.00	2014-08-08 至 2015- 07-03	已履行完毕
17	流动资金借款合同（扬商银）流借字（2014）第 0709301 号	6.6000%	6.0000%	500.00	2014-07-09 至 2015-07-03	已履行完毕
18	流动资金借款合同（扬商银）流借字（2014）第 0611301 号	6.6000%	6.0000%	1,000.00	2014-06-11 至 2015-05-20	已履行完毕
19	流动资金循环借款合同（扬商银）流高借字（2014）第 0513301 号	6.1600%	5.6000%	950.00	2014-05-20 至 2014-07-16	已履行完毕
20	流动资金循环借款合同（扬商银）流高借字（2014）第 0513301 号	6.1600%	5.6000%	1,050.00	2014-05-13 至 2014-07-07	已履行完毕
21	流动资金借款合同（扬商银）流借字（2014）第 0109301 号	6.6000%	5.6000%	500.00	2014-01-09 至 2014-07-01	已履行完毕
22	《流动资金借款合同》（扬商银）流借字（2013）第 0801303 号	6.0000%	6.0000%	500.00	2013-08-02 至 2014-08-01	已履行完毕
23	《流动资金借款合同》（扬商银）流借字（2013）第 0603304 号	6.0000%	6.0000%	1,000.00	2013-06-03 至 2014-06-02	已履行完毕
24	《流动资金借款合同》（扬商银）流借字（2013）第 0107301 号	6.0000%	6.0000%	500.00	2013-01-07 至 2014-01-04	已履行完毕

公司存在办理银行存贷款业务用于日常生产经营周转的需求，报告期内，公

司在多家银行（包括扬州农商行）开立了账户并合理、合规开展存贷款等银行常规业务。

②借款利率的公允性

报告期内，公司遵循与扬州农商行签订的流动资金借款合同中约定的协议利率计息并支付利息，协议利率参照同期银行贷款基准利率或上浮一定比例，定价合理、公允。

（2）在扬州农商行开具银行承兑汇票及存入保证金

报告期内，公司在扬州农商行开具银行承兑汇票及存入保证金的情况如下：

单位：万元

出票年份	承兑金额	当期承兑金额占同期承兑总额的比例	承兑保证金	保证金比例	当期保证金占同期保证金总额的比例	出票单位
2017年1-6月	—	—	—	—	—	—
2016 年	994.44	16.54%	994.44	100%	37.52%	倍加洁日化
2015 年	—	—	—	—	—	—
2014 年	2,085.27	56.42%	1,042.63	50%	63.06%	倍加洁集团

报告期内，为提高资金使用效率，公司使用银行承兑汇票支付部分供应商货款。公司根据与扬州农商行签订的承兑保证合同存入相应比例的保证金，其中倍加洁集团的保证金比例为 50%，发行人子公司倍加洁日化的保证金比例为 100%。

（3）在扬州农商行存款利息收入及手续费支出等

报告期各期末，公司在扬州农商行承兑汇票保证金及活期存款余额合计分别为 771.00 万元、106.81 万元、800.50 万元及 259.35 万元。报告期内，公司在扬州农商行存款利息收入及手续费支出情况如下：

单位：万元

年度	利息收入		手续费支出	
	金额	占同类业务比例	金额	占同类业务比例
2017年1-6月	5.90	37.64%	0.24	1.26%
2016年	2.18	7.06%	0.91	2.18%

2015年	12.24	11.12%	0.13	0.37%
2014年	15.82	7.35%	1.12	2.67%

报告期内，公司在扬州农商行活期存款所得利息收入金额较小；另外，公司因正常业务需要，向扬州农商行缴纳询证费、转账手续费及工本费、汇票查询费、汇款手续费等费用。

发行人与关联方之间发生的购销商品、外协加工、房产租赁以及向扬州农商行借款及相关业务系发行人根据经营需要与关联方进行的正常交易行为，遵循了市场交易公允的原则，定价合理。

（二）偶发性关联交易

报告期内，公司偶发性关联交易情况如下：

1、通过 P&S 采购机器设备

2014 年，公司出于生产经营需要及便利性考虑，委托 P&S 向海外设备供应商 ZAHORANSKY AG 采购 10 台包装机，合计采购金额为 1,761.60 万元，占当期营业成本比例为 5.22%。发行人采购的机器设备符合自身业务发展需要，采购过程中根据自身业务需要对机器设备的配置提出了个性化需求。采购价格系采购双方根据产品市场价格经协商一致后得出，定价公允。

ZAHORANSKY AG 的基本情况如下：

公司名称	ZAHORANSKY AG
注册号	HRB 660241
注册地址	Anton-Zahoransky-Str. 1, 79674 Todtnau, Germany
成立日期	1938 年 2 月 18 日
注册资本	1,000 万欧元
员工人数	约 400 人
董事会成员	Ulrich Zahoransky;Gerhard Steinebrunner;Gerhard Enders
主营业务	主要从事注塑模具、包装机、牙刷生产线等机器设备的生产和销售

P&S 已于 2016 年 9 月底停止经营活动，目前正在办理注销手续。

2、接受合并范围外关联方的担保以及与子公司间的关联担保

单位：万元

序号	担保合同	关联担保方	被担保方	担保方式	担保金额	是否履行完毕
1	《借款担保申请书》	张文生	发行人	最高额保证	200.00	是
2	《最高额保证合同》2012琼保36号	张文生、徐秋萍	发行人	最高额保证	1,000.00	是
3	《保证合同》扬商银保字2013第0107301号	张文生	发行人	最高额保证	500.00	是
4	《最高额保证合同》2013年扬中小企业授字第G167-1号	张文生、徐秋萍	倍加洁日化	最高额保证	800.00	是
5	《最高额保证合同》2013-30	张文生	发行人	最高额保证	3,520.00	是
6	《最高额保证合同》扬商银高保字2013第1008301号	张文生	发行人	最高额保证	1,000.00	是
7	《最高额保证合同》32100520130008117	张文生、张德荣	发行人	最高额保证	4,000.00	是
8	《最高额保证合同》扬商银高保字2014第0513301号	张文生	发行人	最高额保证	2,000.00	是
9	《最高额保证合同》2014年扬中小企业授字第G124-1号	张文生、徐秋萍	倍加洁日化	最高额保证	800.00	是
10	《最高额保证合同》150124558E20140207G-1	张文生	发行人	最高额保证	1,000.00	是
11	《最高额保证合同》常商银邗江高保字2014第00025号	张文生、发行人	倍加洁日化	最高额保证	1,000.00	是
12	《保证合同》扬商银保字2014第0611301号	张文生	发行人	最高额保证	1,000.00	是
13	《最高额保证合同》150180140E14062301G-3	张文生、徐秋萍	倍加洁日化	最高额保证	1,500.00	否
14	《保证合同》扬商银保字2014第0709301号	张文生	发行人	最高额保证	500.00	是
15	《保证合同》扬商银保字2014第0808302号	张文生	发行人	最高额保证	500.00	是
16	《最高额保证合同》150124558E20141222G-1	张文生	发行人	最高额保证	1,000.00	是
17	《保证合同》C1505GR3959326	张文生	倍加洁日化	最高额保证	305.00	是
18	《保证合同》C1505GR3959321	张文生	倍加洁日化	最高额保证	316.00	是
19	《最高额保证合同》扬商银高保字2015第0528401号	张文生	发行人	最高额保证	1,000.00	否
20	《保证合同》C1507GR39523419	张文生	倍加洁日化	最高额保证	479.00	是
21	《保证合同》C1509GR3954992	张文生	倍加洁日化	最高额保证	315.00	是
22	《中国农业银行股份有限公司最高额保证合同》32100520150007483	张文生、张德荣	发行人	最高额保证	4,000.00	是
23	《最高额保证合同》ZB2016001	张文生	发行人	最高额保证	1,100.00	否

24	《最高额保证合同》150124558E20160302G-1	张文生	发行人	最高额保证	1,000.00	否
25	《最高额保证合同》扬商银高保字2016第0330401号	张文生	发行人	最高额保证	1,000.00	否
26	《最高额保证合同》扬商银高保字2016第0330402号	张文生	发行人	最高额保证	1,000.00	否
27	《保证合同》（编号：C160311GR3955893）	张文生	发行人	最高额保证	16.19	是
28	《保证合同》（编号：C160513GR3959920）	张文生	发行人	最高额保证	12.95	是
29	《保证合同》（编号：C160418GR3951082）	张文生	发行人	最高额保证	5.70	是
30	《保证合同》（编号：C160202GR3955214）	张文生	发行人	最高额保证	5.70	是
31	《最高额保证合同》（编号:32100520160002993）	倍加洁日化	发行人	最高额保证	2,025.00	否
32	《最高额保证合同》（编号：扬商银高保字2016第0819401号）	张文生、倍加洁日化	发行人	最高额保证	4,000.00	否
33	《保证合同》（编号：C161222GR3954906）	张文生	发行人	最高额保证	70.00	否
34	《保证合同》（编号：C161222GR3954930）	张文生	发行人	最高额保证	60.00	否
35	《最高额保证合同》（编号：32100520160002991）	张文生、扬州竟成、扬州和成	发行人	最高额保证	6,750.00	否
36	《保证合同》（编号：（C170105GR3951087）	张文生	发行人	最高额保证	50.00	是
37	《最高额保证合同》（编号：扬商银高保字 2017 第 0119601 号）	张文生	发行人	最高额保证	1,000.00	否
38	《最高额保证合同》（编号：2017 年琼保字第 008 号）	发行人	倍加洁日化	最高额保证	500.00	否
39	《最高额保证合同》（编号：2017 年琼保字第 009 号）	张文生	发行人	最高额保证	500.00	否
40	《最高额保证合同》（编号：扬商银高保字 2017 第 0302601 号）	张文生、倍加洁日化	发行人	最高额保证	1,000.00	否
41	《最高额保证合同》（编号：150124558E20160302G-4）	张文生	发行人	最高额保证	2,000.00	否
42	《最高额保证合同》（编号：150180140E17061601G）	发行人	倍加洁日化	最高额保证	2,000.00	否
43	《最高额保证合同》编号：150180140E17061601G-1）	张文生	倍加洁日化	最高额保证	2,000.00	否

注 1：履行情况为截至报告期期末是否履行完毕。

注 2：上述第 27-30 项、33-34 项及 36 项担保金额单位为美元万元。

报告期内，为满足业务快速扩张带来的资金需求，发行人通过银行借款的方

式进行融资以支持发行人快速发展，银行借款规模总体呈上升趋势。由于发行人通过房产、土地等资产进行抵押担保不能完全满足融资需求，因此，发行人主要股东及其关联方为缓解发行人快速发展过程中的资金压力，自愿根据发行人实际需求无偿为公司借款提供了相应的担保。

公司关联方报告期内为公司提供的担保主要系基于发行人正常生产经营需要而自愿提供，未附加任何条件亦未收取任何费用，且不存在突然终止担保进而导致公司资金紧张的情形。

报告期内，公司业务规模增长较快，盈利能力良好，经营活动产生的现金流量净额随着营业收入规模扩大而持续增长，且随着公司在扬州市生态科技新城杭集工业园土地使用权的购置以及新厂房的陆续建成，公司可用于银行借款抵押的资产将有所增加，将进一步缓解公司发展过程中的资金压力。

发行人接受合并范围外关联方的担保以及与子公司间的关联担保，系关联方为支持发行人的生产经营及业务发展需要而实施的行为，有助于解决发行人经营活动资金的需求。

3、向关联方受让股权

单位：万元

时间	关联方	交易内容	交易金额	定价基础
2016年3月	HSS	受让美星口腔25%股权	214.10	截至2015年12月31日扣除未分配利润后的净资产

发行人向关联方受让股权系发行人立足自身经营基础上作出的决定，有利于公司的长远持续发展。

4、关联方资金往来

报告期各期发行人与关联方进行资金拆借往来的情况如下：

单位：万元

年度	拆入资金		拆出资金	
	拆入	归还	拆出	归还
2017 年 1-6 月	-	-	-	-
2016 年	-	63.62	49.44	1,116.30
2015 年	31.00	-	318.57	1,436.92

2014 年	3,216.62	5,369.00	1,946.38	3,046.74

截至 2016 年 12 月 31 日，上述往来资金已全部归还。

报告期内，发行人与控股股东、实际控制人张文生发生的资金往来情况如下：

单位：万元

关联方	期间	期初余额	本期借入	利息计提	本期还款	期末余额	借款原因及资金用途	还款资金来源	年借款利率
张文生	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	63.62	-	-	63.62	-	-	生产经营中盈利	-
	2015 年	32.62	31.00	-	-	63.62	用于生产经营	-	-
	2014 年	2,185.00	3,078.12	138.49	5,369.00	32.62	用于生产经营	生产经营中盈利	6.60%

报告期内，发行人与其他关联方发生的资金往来情况如下：

单位：万元

关联方	期间	期初余额	本期借出	利息计提	本期收到	期末余额	借款原因及资金用途	还款资金来源	年借款利率
管顺安	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	865.34	40.00	9.44	914.78	-	购买房产	自有资金	5.00%
	2015 年	1,548.33	164.00	53.00	900.00	865.34	购买房产	自有资金	5.00%
	2014 年	-	1,500.00	48.33	-	1,548.33	购买房产	-	5.00%
江苏皇冠房地产开发有限公司	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	-	-	-	-	-	-	-	-
	2015 年	436.35	-	0.57	436.92	-	-	企业经营所得	7.50%
	2014 年	3,239.96	89.64	139.49	3,032.74	436.35	购置土地、归还银行借款	企业经营所得	7.50%
徐秋萍	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	117.92	-	-	117.92	-	-	自有资金	-
	2015 年	117.92	-	-	-	117.92	-	-	-
	2014 年	-	117.92	-	-	117.92	个人支出	-	-
徐勇	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	40.00	-	-	40.00	-	-	自有资金	-
	2015 年	40.00	80.00	-	80.00	40.00	用于企业经营周转	自有资金	-
	2014 年	-	40.00	-	-	40.00	用于企业经营周转	-	-
姜强	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	20.00	-	-	20.00	-	-	自有资金	-
	2015 年	15.00	5.00	-	-	20.00	改善家庭生活	-	-
	2014 年	10.00	11.00	-	6.00	15.00	改善家庭生活	-	-
嵇玉芳	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	0.50	-	-	0.50	-	-	自有资金	-

	2015 年	7.60	-	-	7.10	0.50	-	自有资金	-
	2014 年	7.60	-	-	-	7.60	-	-	-
徐玲	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	16.00	-	-	16.00	-	-	自有资金	-
	2015 年	6.50	16.00	-	6.50	16.00	支付购房费用	自有资金	-
	2014 年	14.50	-	-	8.00	6.50	-	自有资金	-
蔡君鑫	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	-	-	-	-	-	-	-	-
	2015 年	6.40	-	-	6.40	-	-	自有资金	-
	2014 年	6.40	-	-	-	6.40	-	-	-
耿宜鹏	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	5.10	-	-	5.10	-	-	自有资金	-
	2015 年	5.10	-	-	-	5.10	-	-	-
	2014 年	5.10	-	-	-	5.10	-	-	-
王新余	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	2.00	-	-	2.00	-	-	自有资金	-
	2015 年	2.00	-	-	-	2.00	-	-	-
	2014 年	2.00	-	-	-	2.00	-	-	-

报告期内，发行人与关联方发生资往来时，约定利率的均为参考银行同期贷款基准利率后经双方协商一致达成，利息计算公式为根据借款本金*借款实际发生天数*年借款利率/360。报告期内，发行人与关联方发生资金往来时，存在少量资金往来未计提或未收取利息费用的情形，对发行人业绩的影响情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
应收未收利息	-	3.39	11.51	6.19
占当期利润比例	-	0.04%	0.17%	0.10%
应付未付利息	-	2.06	2.22	-
占当期利润比例	-	0.02%	0.03%	-

综上，报告期各期发行人与关联方进行资金拆借往来时，应收未收利息及应付未付利息费用对发行人业绩影响均极小。

发行人在改制为股份有限公司前，相关关联交易决策方面的制度尚不完善，发生的关联交易事项存在未及时提交董事会或股东会批准的情形。在股份有限公司设立后，发行人制定了《关联交易管理制度》、《关于防止控股股东及其他关联方占用公司资金管理制度》和《独立董事制度》，完善了关联交易决策制度。

发行人于 2016 年 11 月 3 日召开第一届董事会第三次会议，于 2016 年 11 月 18 日召开了 2016 年第三次临时股东大会，审议批准了《关于确认公司 2013-2016 年 6 月关联交易情况的议案》；于 2017 年 2 月 25 日召开了第一届董事会第五次会议，于 2017 年 3 月 17 日召开了 2016 年年度股东大会，审议批准了《关于确认公司 2016 年度关联交易情况的议案》，发行人非关联董事、出席会议的股东对发行人在报告期内发生的关联交易进行了确认，并确认该等关联交易不存在损害公司和其他股东合法权益的情况。

发行人控股股东、实际控制人张文生于 2016 年 12 月 21 日出具了《避免资金占用的承诺函》，承诺如下：“在任何情况下本人及由本人直接或间接控制的公司、企业都不以任何形式占用发行人资金。如上述承诺被证明是不真实的或未被遵守，本人将向股份公司赔偿一切直接和间接损失，并承担相应的法律责任。”

公司为避免关联方占用资金，已制定了完善的内部控制措施，公司在报告期内对关联方占用资金的情况进行了逐步规范。截至报告期期末，公司不存在关联方占用资金的情形。

截至本招股说明书签署日，公司不存在占用控股股东资金的情形。

（三）关联方应收应付账款余额情况

单位：万元

项目名称	关联方	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
应收账款	P&S	-	-	174.83	174.83
	HS	-	-	292.90	220.13
	富邦电子	0.64	0.53	2.91	5.43
	富添乐	-	-	2.84	0.23
应付账款	生威包装	127.90	159.07	57.61	77.69
	雅月包装	62.61	111.54	-	28.14
应付票据	生威包装	177.00	131.87	62.50	10.00
应付股利	HSS	-	-	66.13	1,265.84
应付利息	扬州农商行	2.50	4.57	2.66	3.67
其他应收款	管顺安	-	-	865.34	1,548.33
	江苏皇冠房地产开发有限公司	-	-	-	436.35
	徐勇	-	-	40.00	40.00

	徐秋萍	-	-	117.92	117.92
	王新余	-	-	2.00	2.00
	嵇玉芳	-	-	0.50	7.60
	姜强	-	-	20.00	15.00
	徐玲	-	-	16.00	6.50
	蔡君鑫	-	-	-	6.40
	耿宜鹏	-	-	5.10	5.10
其他应付款	张文生	-	-	63.62	32.62
其他非流动资产	P&S	-	-	56.10	58.95

发行人与关联自然人之间的非经营性资金往来系：①发行人由于自身资金周转以及生产经营需要向发行人股东借款；②其他关联方存在短期资金需求向发行人借款。截至 2016 年 12 月 31 日，上述借款已全部结清，对发行人的生产经营无重大影响。

（四）公司章程及相关制度对关联交易决策与程序的规定

1、现行有效的《公司章程》中关于关联交易的规定

第三十五条规定：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股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和股东的利益。

第三十七条规定：公司担保行为达到下列标准之一的，须经董事会审议通过后，提交股东大会审批通过：

……

6．对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；

……

第三十八条规定：公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产、提供担保

和单纯减免公司义务的债务除外）金额在 3,000 万元人民币以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易，应当将该交易提交股东大会审议。

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

……

第七十五条规定：股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。

股东大会对关联交易事项作出的决议必须经出席股东大会的非关联股东所持表决权的二分之一以上通过方为有效。但是，该关联交易事项涉及本章程第七十三条规定的事项时，股东大会决议必须经出席股东大会的非关联股东所持表决权的三分之二以上通过方为有效。

第一百〇三条规定：董事会应当确定对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易的权限，建立严格的审查和决策程序；重大投资项目应当组织有关专家、专业人员进行评审，并报股东大会批准。

第一百一十二条规定：董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的,不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。

第一百三十五条规定：监事不得利用其关联关系损害公司利益，若给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

《公司章程》中上述条款对关联交易的回避要求、表决程序、决策权限进行了详细的制度性安排，以保证关联交易的公允，保护发行人及中小股东的利益不受侵害。

2、《关联交易管理制度》中的有关规定

第八条公司关联人包括关联法人和关联自然人。

第十三条公司的关联交易，是指公司或其控股子公司与公司关联人之间发生的转移资源或义务的事项，包括：

（一）购买或者出售资产；

（二）对外投资（含委托理财、委托贷款等）；

（三）提供财务资助；

（四）提供担保；

（五）租入或者租出资产；

（六）委托或者受托管理资产和业务；

（七）赠与或者受赠资产；

（八）债权、债务重组；

（九）签订许可使用协议；

（十）转让或者受让研究与开发项目；

（十一）购买原材料、燃料、动力；

（十二）销售产品、商品；

（十三）提供或者接受劳务；

（十四）委托或者受托销售；

（十五）在关联人的财务公司存贷款；

（十六）与关联人共同投资。

（十七）根据实质重于形式原则，其他通过约定可能引致资源或者义务转移的事项，包括向与关联人共同投资的公司提供大于其股权比例或投资比例的财务资助、担保以及放弃向与关联人共同投资的公司同比例增资或优先受让权等。

第十五条公司与关联自然人拟发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易（公司提供担保除外），应当及时披露。

第十六条公司与关联法人拟发生的交易金额在300万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值0.5%以上的关联交易（公司提供担保除外），应当及时披露。

第十七条　公司与关联人拟发生的关联交易达到以下标准之一的，除应当及时披露外，须经董事会审议通过后，提交股东大会审议通过：

1、公司为关联人提供担保，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后及时披露，并提交股东大会审议；

2、公司为持股5%以下的股东提供担保的，参照前款规定执行，有关股东应当在股东大会上回避表决；

3、公司与关联人发生的（公司获赠现金资产、提供担保和单纯减免公司义务的债务除外）金额在人民币3,000万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值5%以上的关联交易；

公司拟发生重大关联交易的，应当提供具有执行证券、期货相关业务资格的证券服务机构对交易标的出具的审计或者评估报告。对于第六章所述与日常经营相关的关联交易所涉及的交易标的，可以不进行审计或者评估；

第二十四条公司董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。

该董事会会议由过半数的非关联董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会会议的非关联董事人数不足三人的，公司应当将交易提交股东大会审议。

……

（五）公司报告期关联交易的执行情况

自股份公司成立以来，本公司关联交易已严格遵循《公司章程》、《关联交易

管理制度》等规定的决策权限和批准程序，董事会、股东大会对关联交易的审议表决严格遵循了回避表决制度。

公司独立董事对公司报告期内涉及的关联交易进行了审查审议，并发表如下独立董事意见：同意发行人与关联方所发生的关联交易事项和签署的协议；董事会审议该等关联交易议案的程序符合《公司法》、《证券法》等相关法律、法规的规定，关联董事在上述相关董事会会议上依法回避表决，表决程序合法；发行人所发生的关联交易以及相关协议的签署，均遵循了平等、自愿、等价、有偿的原则，合同条款公允、合理，关联交易价格由交易方根据市场情况及变化协商确定，不存在损害公司及其他股东利益的情形。

（六）公司减少关联交易的措施

2016 年 9 月，徐秋萍转让其持有的上海富添乐日用品有限公司 55%股权，并且公司承诺未来将不再与其进行业务及资金往来。HS ENTERPRISE INVESTMENT LIMITED 以及 PERFECT AND STAR(HK)LIMITED 已于 2016 年底前停止日常经营活动，PERFECT AND STAR(HK)LIMITED 正在办理注销手续。截至 2017 年 11 月末，发行人已停止向生威包装进行采购。通过上述措施，公司将逐步减少、规范关联交易。

目前，公司与关联方发生的经常性关联交易事项如下：（1）向扬州富邦电子科技有限公司出租厂房、提供模具产品及相关服务；（2）向扬州雅月包装材料有限公司采购产品；（3）向扬州农商行借款及相关服务。除上述关联交易事项外，目前倍加洁集团与关联方之间不存在其他经常性关联交易事项。

公司已依照《公司法》等法律、法规建立了规范、健全的法人治理结构，公司制定的《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》等规章制度，对关联交易决策权力和程序作出了详细的规定，有利于公司规范和减少关联交易，保证关联交易的公开、公平、公正。此外，公司建立健全了规范的独立董事制度；董事会成员中有 3 位独立董事，有利于公司董事会的独立性和公司治理机制的完善。公司的独立董事将在规范和减少关联交易方面发挥重要作用，积极保护公司和中小投资者的利益。

（七）比照关联交易披露的其他交易

2014 年至 2016 年，受生产场地、设备限制、生产人员临时紧缺以及投入成本等因素，公司将少量的非核心加工工序通过外协加工的方式组织生产。其中公司曾将部分注塑工序委托扬州洁豪刷业有限公司和扬州伊卡璐日化科技有限公司进行外协加工，洁豪刷业和扬州伊卡璐将该部分外协加工向永达塑料制品厂进行了委托，因此本公司将上述交易比照关联交易进行披露，具体如下：

单位：万元

年份	外协厂商名称	外协内容	金额	占营业成本比重
2016 年	扬州伊卡璐日化科技有限公司	注塑	40.36	0.09%
2015 年	扬州洁豪刷业有限公司	注塑	91.44	0.26%
	扬州伊卡璐日化科技有限公司	注塑	7.94	0.02%
2014 年	扬州洁豪刷业有限公司	注塑	103.55	0.31%

注：上述外协加工均由洁豪刷业和扬州伊卡璐委托永达塑料制品厂进行加工。

上述外协加工系公司非核心加工工序，报告期各期加工金额较小，占公司当期营业成本的比重很低。公司委托洁豪刷业和扬州伊卡璐外协加工的价格是以市场价格为基础确定的，加工费根据加工工序、加工量结算，交易价格公允。截至 2016 年年底，公司已停止向洁豪刷业和扬州伊卡璐进行外协加工。

五、控股股东、实际控制人亲属控制或施加重大影响的企业

截至招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人及其近亲属控制或施加重大影响的企业如下表：

序号	企业名称	关联关系
1	扬州佳吉投资管理有限公司	张文生持股 80%，张文生配偶徐秋萍持股 20%
2	HS	张文生持股 100%
3	P&S	HS 持股 100%
4	富邦电子	张文生之弟张德荣持股 80%并担任执行董事兼总经理
5	扬州兴邦电子有限公司	张文生之弟张德荣持股 80%
6	生威包装	张文生之妹张文艳持股 100%并担任执行董事兼总经理
7	雅月包装	张文生妻弟与其配偶控制的企业

上述企业中，扬州佳吉主要从事投资管理业务；HS、P&S 主要从事日用品的贸易业务，均已于 2016 年底停止经营活动；富邦电子主要从事电子产品的生

产和销售；生威包装主要从事纸箱类包装产品的生产和销售，截至 2017 年 11 月末，发行人已停止向生威包装进行采购；雅月包装主要从事不干胶类包装产品的生产和销售。

经核查，保荐机构及发行人律师认为，发行人的资产、人员、业务技术、客户和供应商、采购和销售渠道均独立于上述企业。发行人与上述企业不构成同业竞争情形。

第八节 董事、监事、高级管理人员及核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介

（一）董事

2016 年 6 月 22 日，公司召开创立大会暨 2016 年第一次临时股东大会，会议选举张文生、王新余、嵇玉芳、丁冀平、汤莉为公司第一届董事会成员，其中汤莉为独立董事。同日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举张文生任董事长。本公司董事每届任期三年，可连选连任。

2016 年 9 月 28 日，公司原独立董事汤莉因个人原因申请辞去公司独立董事职务。在补选新的独立董事前，汤莉将继续履行独立董事职责。

2016 年 10 月 28 日，公司召开 2016 年第二次临时股东大会，补选并增选贾丽娜、胡鸿高、杨东涛为公司第一届董事会独立董事。

公司第一届董事会成员名单及简历如下：

序号	姓名	公司任职	提名人	任职期间
1	张文生	董事长、总经理	扬州竟成	2016.06－2019.06
2	王新余	董事、副总经理、董事会秘书	张文生	2016.06－2019.06
3	嵇玉芳	董事、财务总监	张文生	2016.06－2019.06
4	丁冀平	董事	扬州和成	2016.06－2019.06
5	贾丽娜	独立董事	董事会	2016.10－2019.06
6	胡鸿高	独立董事	董事会	2016.10－2019.06
7	杨东涛	独立董事	董事会	2016.10－2019.06

张文生，男，1968 年出生，中国国籍，无境外居留权，中专学历。1984 年 8 月至 1985 年 12 月就职于扬州市杭集塑料包装厂，任技术员。1986 年 1 月至 1988 年 12 月就职于扬州市新生塑革针织厂，历任技术员、总账会计。1989 年 1 月至 1990 年 12 月就职于扬州市杭集工业供销公司，任销售员。1991 年 1 月至 1996 年 12 月从事牙刷产品生产制造的个体经营。1997 年 1 月起至 2016 年 6 月任明星牙刷总经理，现任公司董事长、总经理，倍加洁宿迁、江苏明星牙刷、倍加洁日化、美星口腔执行董事，恒生模具执行董事兼总经理，扬州和成、扬州竟

成执行事务合伙人，扬州农商银行董事，扬州佳吉执行董事、HS 董事。张文生目前还兼任中国日杂用品协会牙刷分会会长职务。

王新余，男，1968 年出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历。1991 年 8 月至 2009 年 11 月就职于扬州群发化工有限公司，历任技术员、办公室副主任。2009 年 12 月至 2016 年 6 月任明星牙刷办公室主任。现任公司董事、副总经理、董事会秘书，倍加洁宿迁总经理。

嵇玉芳，女，1976 年出生，中国国籍，无境外居留权，大专学历。1994 年 9 月至 1996 年 12 月就职于扬州市邗江区商业贸易局。1997 年 1 月至 2016 年 6 月历任明星牙刷财务部职员、财务部部长。现任公司董事、财务总监。

丁冀平，男，1975 年出生，中国国籍，无境外居留权，研究生学历，英国特许公认会计师（ACCA）。2000 年 4 月至 2002 年 12 月，就职于中兴通讯股份有限公司，任工程师、市场总监。2003 年 1 月至 2010 年 7 月，就职于南京中兴软创科技股份有限公司，任投资并购总监。2010 年 8 月至 2012 年 4 月，就职于凯石长江投资管理有限公司，任投资总监。2012 年 5 月至 2016 年 5 月，就职于上海长江国弘投资管理有限公司，任投资总监。2016 年 6 月至今，就职于南通嘉乐投资管理中心（有限合伙），任执行事务合伙人。现任公司董事。

贾丽娜，女，1967 年出生，中国国籍，无境外居留权，研究生学历，注册会计师。1992 年 9 月至 1994 年 7 月任金陵科技学院会计专业教师。1994 年 8 月至 2017 年 11 月就职于天衡会计师事务所，任高级合伙人。2017 年 12 月至今就职于中天运会计师事务所（特殊普通合伙），任管理合伙人。现任公司独立董事。

胡鸿高，男，1954 年出生，中国国籍，无境外居留权，法学硕士，复旦大学法学教授，博士生导师。1983 年 7 月至 1989 年 12 月任复旦大学法律学系经济法学室主任。1990 年 1 月至 1994 年 5 月任复旦大学法律学系副系主任、副教授。1994 年 6 月至 1997 年 1 月任复旦大学法学院副院长、教授。1997 年 2 月至 2000 年 11 月任复旦大学法律学系系主任、教授。2000 年 12 月至 2007 年 12 月任复旦大学法学院副院长、教授。2008 年 1 月至今任复旦大学校法务委员会主

任、教授。现任公司独立董事。

杨东涛，女，1957 年出生，中国国籍，无境外居留权，南京大学企业管理学博士，南京大学商学院教授。1982 年 2 月至 1983 年 5 月任上海理工大学化工机械系助教。1983 年 6 月至 1986 年 12 月任南京大学商院经济系助教。1987 年 1 月至 1992 年 12 月任南京大学商学院管理学系讲师。1993 年 1 月至 1999 年 2 月任南京大学商学院管理学系副教授。1999 年 3 月至 2007 年 4 月任南京大学商学院管理学系教授。2007 年 5 月至今任南京大学商学院人力资源管理系教授。杨东涛目前还兼任江苏省人力资源学会副会长兼秘书长。现任公司独立董事。

（二）监事

2016 年 6 月 21 日，公司召开职工代表大会，选举耿宜鹏为职工监事。

2016 年 6 月 22 日，公司召开创立大会暨 2016 年第一次临时股东大会，会议选举徐玲、蔡君鑫为公司非职工代表监事，与职工代表大会选举的耿宜鹏共同组成公司第一届监事会。同日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举徐玲担任监事会主席。

公司第一届监事会成员名单及简历如下：

序号	姓名	职务	提名人	任期
1	徐玲	监事会主席	张文生	2016.06－2019.06
2	耿宜鹏	职工代表监事	职工代表大会	2016.06－2019.06
3	蔡君鑫	监事	扬州竟成	2016.06－2019.06

徐玲，女，1979 年出生，中国国籍，无境外居留权，大专学历。1998 年 10 月至 2016 年 6 月历任明星牙刷销售部职员、经理。现任公司定牌部经理、监事会主席。

耿宜鹏，男，1983 年出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历。2006 年 6 月至 2016 年 6 月历任明星牙刷注塑技术员、注塑工艺员、试模组长、注塑工程师。现任公司工程部注塑工程师、职工代表监事。

蔡君鑫，男，1976 年出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历。1998 年 6 月至 1999 年 5 月就职于扬州外贸包装有限公司，1999 年 6 月至 2000 年 9 月就

职于扬州加得好针织有限公司，担任采购员。2000 年 12 月至 2016 年 6 月就职于明星牙刷，历任销售员、外销部销售经理。现任公司外销部销售经理、监事。

（三）高级管理人员

2016 年 6 月 22 日，公司第一届董事会第一次会议决议聘任张文生为公司总经理，姜强为公司副总经理，王新余为公司副总经理、董事会秘书，嵇玉芳为公司财务总监。

公司现任高级管理人员名单及简历如下：

序号	姓名	职务	任期
1	张文生	总经理	2016.06－2019.06
2	姜强	副总经理	2016.06－2019.06
3	王新余	副总经理、董事会秘书	2016.06－2019.06
4	嵇玉芳	财务总监	2016.06－2019.06

张文生，其简历请详见本节之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介之（一）董事”。

姜强，男，1967 年出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历。1991 年 9 月至 1992 年 7 月就职于扬州橡胶总厂，任销售员。1992 年 8 月至 2001 年 2 月就职于江苏扬农化工集团，任国际贸易部经理。2001 年 3 月至 2016 年 6 月就职于明星牙刷，任外销部经理。现任公司副总经理兼外销部经理。

王新余，其简历请详见本节之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介之（一）董事”。

嵇玉芳，其简历请详见本节之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介之（一）董事”。

（四）核心技术人员

陆留华，女，1982 年出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历。2005 年 7 月至 2005 年 11 月就职于江苏省连云港市晶瑞石英工业开发研究院，担任检测研究员。2006 年 3 月至今就职于扬州美星口腔护理用品有限公司，历任美星口

腔研发员、研发中心主任。

耿宜鹏，其简历请详见本节之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介之（二）监事”。

二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有发行人股份的情况

（一）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员持有本公司股份的情况

报告期公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员直接和间接持有本公司股份的情况及增减变动如下表所示：

姓名	职务	持股方式	2017-06-30		2016-12-31		2015-12-31		2014-12-31	
			持股数（万股）	比例（%）	持股数（万股）	比例（%）	持股数（万股）	比例（%）	持股数（万股）	比例（%）
张文生	董事长、总经理	直接和间接持股	5,491.96	91.53	5,482.00	91.37	2,518.00	93.96	2,518.00	93.96
王新余	董事、副总经理、董事会秘书	间接持股	16.50	0.28	16.50	0.28	-	-	-	-
嵇玉芳	董事、财务总监	间接持股	28.00	0.47	28.00	0.47	-	-	-	-
丁冀平	董事	-	-	-	-	-	-	-	-	-
胡鸿高	独立董事	-	-	-	-	-	-	-	-	-
杨东涛	独立董事	-	-	-	-	-	-	-	-	-
贾丽娜	独立董事	-	-	-	-	-	-	-	-	-
徐玲	监事	间接持股	36.00	0.60	36.00	0.60	-	-	-	-
耿宜鹏	监事	间接持股	8.00	0.13	8.00	0.13	-	-	-	-
蔡君鑫	监事	间接持股	33.00	0.55	33.00	0.55	-	-	-	-
姜强	副总经理	间接持股	46.50	0.78	46.50	0.78	-	-	-	-
陆留华	核心技术人员	间接持股	7.00	0.12	7.00	0.12	-	-	-	-

截至招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员直接及间接持股情况如下：

姓名	在本公司担任职务	持股方式	持股数（万股）	比例（%）

张文生	董事长、总经理	直接和间接持股	5,495.94	91.60
王新余	董事、副总经理、董事会秘书	间接持股	16.50	0.28
嵇玉芳	董事、财务总监	间接持股	28.00	0.47
丁冀平	董事	-	-	-
胡鸿高	独立董事	-	-	-
杨东涛	独立董事	-	-	-
贾丽娜	独立董事	-	-	-
徐玲	监事	间接持股	36.00	0.60
耿宜鹏	监事	间接持股	8.00	0.13
蔡君鑫	监事	间接持股	33.00	0.55
姜强	副总经理	间接持股	46.50	0.78
陆留华	核心技术人员	间接持股	7.00	0.12

上述人员之间不存在近亲属关系。

（二）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的近亲属持有本公司股份的情况

报告期内，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的近亲属持有本公司股份的增减变动情况如下：

姓名	亲属关系	持股方式	2017/6/30		2016/12/31		2015/12/31		2014/12/31	
			持股数（万股）	比例（%）	持股数（万股）	比例（%）	持股数（万股）	比例（%）	持股数（万股）	比例（%）
徐秋萍	张文生配偶	间接持股	9.98	0.17	192.00	3.20	-	-	-	-
张德荣	张文生兄弟	直接持股	-	-	-	-	162.00	6.04	162.00	6.04

注1：上述人员间接持有发行人股份比例等于上述人员持有投资企业的比例乘以投资企业持有发行人股份比例

注2：上述张德荣持有的股份为代张文生持有。

截至招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的近亲属直接及间接持股情况如下：

姓名	亲属关系	持股方式	持股数（万股）	比例（%）
徐秋萍	张文生配偶	间接持股	9.98	0.17
陈乃国	张文生妹妹之配偶	间接持股	3.00	0.05

除上述对情况外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的近亲属不存在通过公司股东间接持有本公司股份的情况。

（三）所持股份的质押或冻结情况

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接和间接持有公司股份无质押或冻结情况。

三、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员其他对外投资情况

截至招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的其他对外投资情况如下：

姓名	对外投资企业名称	出资额（万元）	出资比例（%）
张文生	扬州竟成	122.8512	45.84
	扬州和成	80.8024	50.25
	扬州佳吉	400.00	80.00
	扬州农商行	88.45	0.17
	HS ENTERPRISE INVESTMENT LIMITED	5 万美元	100.00
	PERFECT AND STAR(HK)LIMITED	1 万港币	100.00
丁冀平	上海长江国弘投资管理有限公司	50.00	5.00
	南通嘉乐投资管理中心（有限合伙）	170.00	85.00
	上海户兰企业管理咨询有限公司	50.00	100.00
	南通嘉乐致远投资管理有限公司	475.00	95.00

张文生除上述对外投资情况外，还认购了 5 家有限合伙基金份额，具体情况如下：

序号	基金名称	基金形式	认缴（万元）	认缴份额
1	珠海富海铧创信息技术创业投资基金	有限合伙	1,000	1.6129%
2	扬州富海杨帆互联网文化投资中心	有限合伙	1,000	4.2553%
3	扬州富海国龙影视投资中心	有限合伙	1,000	5.32%
4	南通嘉乐一期股权投资基金中心	有限合伙	500	4.55%
5	南京帆成影视文化投资中心	有限合伙	500	3.90%

四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员收入情况

本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员 2016 年在发行人领取薪酬情况如下表所示：

序号	姓名	职务	金额（万元）
1	张文生	董事长、总经理	112.20
2	王新余	董事、副总经理、董事会秘书	20.74
3	嵇玉芳	董事、财务总监	20.36
4	丁冀平	董事	4.52
5	胡鸿高	独立董事	1.94
6	杨东涛	独立董事	1.94
7	贾丽娜	独立董事	1.94
8	徐玲	监事会主席	23.84
9	耿宜鹏	监事	13.43
10	蔡君鑫	监事	23.94
11	姜强	副总经理	26.96
12	陆留华	核心技术人员	11.47

除上述收入外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员没有在发行人及其关联企业享受其他待遇和退休金计划。

五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员其他兼职情况

姓名	兼职单位	职务
张文生	扬州农商行	董事
	扬州佳吉	法定代表人、执行董事
	扬州竟成	执行事务合伙人
	扬州和成	执行事务合伙人
	HS	董事
嵇玉芳	扬州嘉华创业投资有限公司	监事
丁冀平	南通嘉乐投资管理中心（有限合伙）	执行事务合伙人
	南通嘉乐一期股权投资基金中心（有限合伙）	执行事务合伙人南通嘉乐投资管理中心（有限合伙）的委派代表
	天津柯文实业股份有限公司	董事
	北京碧鹏飞科技发展有限公司	董事
	上海发网供应链管理有限公司	董事
	上海户兰企业管理咨询有限公司	法定代表人、执行董事
	南通嘉乐致远投资管理有限公司	执行董事、总经理
胡鸿高	上海东富龙科技股份有限公司	独立董事
	上海机场（集团）有限公司	董事
	上海安硕信息技术股份有限公司	独立董事

	上海华鑫股份有限公司	独立董事
	招商证券股份有限公司	独立非执行董事
贾丽娜	俊知集团有限公司	独立董事
	江苏林洋能源股份有限公司	独立董事
	摩根士丹利华鑫基金管理有限公司	独立董事
	厦门特宝生物工程股份有限公司	独立董事
杨东涛	江苏联瑞新材料股份有限公司	独立董事

除此以外，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员均未有在其他企业担任职务的情况。

六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间存在的亲属关系

本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间不存在亲属关系。

七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与公司签订的协议及承诺情况

（一）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与公司签订的协议

在本公司及子公司任职的董事、监事、高级管理人员、核心技术人员均与公司签订了《劳动合同》。

除上述情况外，本公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员未与本公司签订其他任何协议。

（二）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员做出的重要承诺

详见招股说明书“第五节发行人基本情况”之“八、发行人股本情况”及“十、实际控制人、持有 5%以上股份的主要股东以及董事、监事、高级管理人员的重要承诺”部分内容。

（三）上述协议、承诺的履行情况

截至招股说明书签署日，上述有关协议及承诺均履行正常，不存在违约情形。

八、董事、监事、高级管理人员的任职资格

公司董事、监事、高级管理人员均不存在《公司法》中规定不得担任公司董事、监事、高级管理人员的情形，其聘任均符合公司章程所规定的程序，符合法律法规规定的任职资格。

九、董事、监事、高级管理人员近三年的变动情况

（一）董事变动情况

2014 年 1 月 1 日至 2016 年 6 月 21 日，明星牙刷未设董事会，设执行董事一名，由张文生担任。

2016 年 6 月 22 日，公司召开创立大会暨 2016 年第一次临时股东大会，会议选举张文生、王新余、嵇玉芳、丁冀平、汤莉为公司第一届董事会成员，其中汤莉为独立董事。同日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举张文生任董事长。本公司董事会每届任期三年，可连选连任。

2016 年 9 月 28 日，公司原独立董事汤莉因个人原因申请辞去公司独立董事职务。在补选新的独立董事前，汤莉将继续履行独立董事职责。

2016 年 10 月 28 日，公司召开 2016 年第二次临时股东大会，补选并增选胡鸿高、杨东涛、贾丽娜为公司第一届董事会独立董事。

报告期内，公司董事未发生重大变化。

（二）监事变动情况

2014 年 1 月 1 日至 2016 年 6 月 21 日，明星牙刷未设监事会，设监事一名，由吴安祥担任。

2016 年 6 月 21 日，公司召开职工代表大会，选举耿宜鹏为职工监事。

2016 年 6 月 22 日，公司召开创立大会暨 2016 年第一次临时股东大会，会议选举徐玲、蔡君鑫为公司非职工代表监事，与职工代表大会选举的耿宜鹏共同组成公司第一届监事会。同日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举徐玲担任监事会主席。

报告期内，公司监事未发生重大变化。

（三）高级管理人员变动情况

2014 年 1 月 1 日至 2016 年 6 月 21 日，明星牙刷总经理为张文生。

2016 年 6 月 22 日，公司第一届董事会第一次会议决议聘任张文生为公司总经理，姜强为公司副总经理，王新余为公司副总经理、董事会秘书，嵇玉芳为公司财务总监。报告期内，公司高级管理人员未发生重大变化。

第九节 公司治理

根据《公司法》、《证券法》及其他有关法律法规要求，本公司于 2016 年 6 月 22 日召开了创立大会公司暨 2016 年第一次临时股东大会，审议通过了《公司章程》、公司股东大会、董事会、监事会“三会”议事规则。2016 年 6 月 22 日，公司第一届董事会第一次会议审议通过了《倍加洁集团股份有限公司董事会秘书工作制度》的议案。2016 年 10 月 12 日，公司第一届董事会第二次会议审议通过了《关于制定<倍加洁集团股份有限公司独立董事工作制度>的议案》。

《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事会则》对股东大会、董事会和监事会权责和运行做出了具体规定。此后，通过对各项规章制度的不断调整和完善，公司建立了比较科学和规范的法人治理结构。股东大会、董事会、监事会以及经营管理层均按照各自的议事规则和工作细则规范有效地运作，为公司规范运行和切实保障所有股东的利益提供了制度保证。

一、公司三会、独立董事、董事会秘书制度建立健全及运行情况

（一）股东大会制度

1、股东大会制度的建立健全情况

《公司章程》中规定了股东大会的职责、权限及股东大会会议的基本制度；同时，作为《公司章程》附件的《股东大会议事规则》针对股东大会的召开程序制定了详细规则。根据《公司章程》，股东大会的职权包括：

（1）决定公司的经营方针和投资计划；（2）选举和更换由非职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；（3）审议批准董事会的报告；（4）审议批准监事会的报告；（5）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；（6）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（7）对公司增加或者减少注册资本作出决议；（8）对公司发行债券作出决议；（9）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；（10）修改公司章程；（11）对公司聘用、

解聘会计师事务所作出决议；（12）审议批准以下对外担保事项：①单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10%的担保；②本公司及本公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产的 50%以后提供的任何担保；③为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；④按照担保金额连续十二个月内累计计算原则，超过公司最近一期经审计总资产 30%的担保；⑤按照担保金额连续十二个月内累计计算原则，超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且绝对金额超过 5,000 万元以上；⑥上海证券交易所或者公司章程规定的其他担保。（13）审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30%的事项；（14）审议批准交易（公司获赠现金资产、提供担保和单纯减免公司义务的债务除外）金额在 3,000 万元人民币以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易；（15）审议变更募集资金用途事项；（16）股权激励计划；（17）审议法律、行政法规、部门规章或公司章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

《股东大会议事规则》的主要内容包括股东大会的召集、提案、会议通知、会议登记、会议召开、会议议题的审议、表决、决议、会议决议公告、决议执行、股东大会对董事会的授权等内容。

2、股东大会制度的运行情况

股份公司设立以来，截至招股说明书签署日，公司共召开 6 次股东大会，出席会议的股东（股东代理人）持有公司股份数均占公司股份总数的 100%。股东大会一直按照《公司法》、《公司章程》和《股东大会议事规则》的有关规定规范运作，对公司重大关联交易决策、对外担保、董事、监事和独立董事的选举、公司财务预算、利润分配、《公司章程》的制订和修改、公司各项规章制度的完善等重大事宜做出了有效决议。公司股东严格按照《公司章程》、《股东大会议事规则》等行使自己的权利，涉及对重大关联交易进行表决时，实行关联股东的回避表决制度，有效地保护了中小股东的利益。

发行人报告期内历次股东大会的召开、决议的内容及签署均符合《公司法》等法律法规及发行人章程及附件的相关规定，合法、有效，不存在管理层、董事会等违反《公司法》、公司章程及相关制度等要求行使职权的行为。

（二）董事会制度

1、董事会制度的建立健全情况

公司董事会由 7 名董事组成，其中独立董事 3 名，董事会设董事长 1 名。公司现任董事均系根据《公司章程》规定选举产生。

根据《公司章程》，董事会的职权包括：（1）召集股东大会，并向股东大会报告工作；（2）执行股东大会的决议；（3）决定公司的经营计划和投资方案；（4）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；（5）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（6）制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；（7）拟订公司重大收购、收购公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；（8）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；（9）决定公司内部管理机构的设置；（10）聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务总监等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；（11）制订公司的基本管理制度；（12）制订本章程的修改方案；（13）管理公司信息披露事项；（14）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；（15）听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；（16）法律、行政法规、部门规章或本章程授予的其他职权。

2、董事会专门委员会的设置及运行情况

本公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会专门委员会。以上四个专门委员会分别负责公司长期发展战略和重大投资决策；公司内外部的审计、监督和核查；公司董事、监事的提名；制订和管理公司高级人力资源薪酬方案、评估董事和高级管理人员业绩指标。

董事会专门委员会设置情况如下：

序号	专门委员会名称	召集人	委员
1	战略委员会	张文生	丁冀平、王新余
2	审计委员会	贾丽娜	张文生、杨东涛
3	提名委员会	杨东涛	张文生、胡鸿高
4	薪酬与考核委员会	胡鸿高	贾丽娜、嵇玉芳

3、董事会制度的运行情况

股份公司设立以来，截至招股说明书签署日，公司共召开 7 次董事会会议，会议均由公司时任董事亲自出席。董事会按照《公司法》、《公司章程》和《董事会议事规则》规范运作。各董事严格按照《公司法》、《公司章程》的规定行使自己的职权。公司董事会在高管人员的聘任、增资方案制定、重要规章制度的建立、发展规划拟定等方面作出了有效决议。

发行人报告期内历次董事会会议的召开、决议的内容及签署均符合《公司法》等法律法规及发行人章程及附件的相关规定，合法、有效，不存在管理层、董事会等违反《公司法》、公司章程及相关制度等要求行使职权的行为。

（三）监事会制度

1、监事会制度的建立健全情况

公司监事会由三名监事组成，其中两名为股东大会选举产生的股东监事，一名为公司职工通过职工代表大会选举产生的职工代表。

根据《公司章程》，监事会的职权包括：（1）对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；（2）检查公司财务；（3）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；（4）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；（5）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；（6）向股东大会提出提案；（7）依照《公司法》第一百五十一条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；（8）发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担；（9）公司章程规定或股东大会授予的其他职权。

《监事会议事规则》规定了会议的通知、会议召开、会议决议和记录等内容。

2、监事会制度的运行情况

股份公司设立以来，截至招股说明书签署日，公司共召开 4 次监事会会议，

会议均由公司时任监事亲自出席。监事会按照《公司法》、《公司章程》和《监事会议事规则》规范运作，对公司董事会工作的监督、公司重大生产经营决策等重大事项实施了有效的监督。

发行人报告期内历次监事会会议的召开、决议的内容及签署均符合《公司法》等法律法规及发行人章程及附件的相关规定，合法、有效，不存在管理层、董事会等违反《公司法》、《公司章程》及相关制度等要求行使职权的行为。

（四）独立董事制度

1、独立董事的制度安排

根据《公司章程》和《独立董事制度》，独立董事除应具有《公司法》、《公司章程》和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，还具有下列特别职权：

（1）重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产的 5%的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；（2）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；（3）向董事会提请召开临时股东大会；（4）提议召开董事会会议；（5）独立聘请外部审计机构或咨询机构；（6）可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的二分之一以上同意。

独立董事除履行上述职责外，还应对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：（1）提名、任免董事；（2）聘任或解聘高级管理人员；（3）公司董事、高级管理人员的薪酬；（4）公司的股东、实际控制人及其关联企业对本公司现有或新发生的总额高于 3000 万元，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款；（5）独立董事认为可能损害中、小股东权益的事项；（6）公司章程规定的其他事项。

独立董事应当对上述事项发表以下几类意见及其理由：同意；保留意见及其理由；反对意见及其理由；无法发表意见及其障碍。

2、独立董事的设置

本公司改制设立为股份公司后，建立独立董事制度。2016 年 6 月 22 日，公司召开创立大会暨 2016 年第一次临时股东大会，会议选举张文生、王新余、嵇玉芳、丁冀平、汤莉为公司第一届董事会成员，其中汤莉为独立董事。

2016 年 9 月 28 日，公司原独立董事汤莉因个人原因申请辞去公司独立董事职务。在补选新的独立董事前，汤莉将继续履行独立董事职责。

2016 年 10 月 28 日，公司召开 2016 年第二次临时股东大会，补选并增选贾丽娜、胡鸿高、杨东涛为公司第一届董事会独立董事。

公司第一届董事会独立董事的成员为胡鸿高、杨东涛、贾丽娜，其中贾丽娜为会计专业人士。

3、独立董事发挥作用的情况

本公司三位独立董事当选以来，按照公司章程严格履行了职责，积极参与公司的重大决策；所有独立董事在任职期间均出席了召开的四次股东大会及五次董事会会议，未发现公司独立董事对公司股东大会或董事会有关决策事项提出异议的情形。对公司与关联企业之间的关联交易事项，独立董事进行了专项审查，对有关关联交易的公允性、合理性发表了独立意见：

“（1）公司 2014 年、2015 年及 2016 年对关联交易的披露真实、准确与完整，不存在虚假记载、误导性陈述及重大遗漏。

（2）公司在 2014 年、2015 年及 2016 年所产生的关联交易是公司生产经营过程中正常发生的，没有损害公司股东及债权人的利益。

（3）公司在 2014 年、2015 年及 2016 年所产生的关联交易是遵循市场经济规则，交易价格公允，不存在利益输送或人为调节利润的情形。

（4）公司已建立了必要的关联交易决策制度，关联交易的审议程序合法。”

（五）董事会秘书制度

公司设董事会秘书 1 名，董事会秘书是公司的高级管理人员，对董事会负责。按照公司章程规定，董事会秘书负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保

管以及公司股东资料的管理，办理信息披露事务等事宜；公司股票上市后，董事会秘书还将负责办理信息披露事务等事宜。

公司第一届董事会第一次会议聘任王新余先生为公司董事会秘书。自聘任以来，公司董事会秘书按照《公司章程》的有关规定开展工作，出席了公司历次董事会、股东大会，并亲自记载或安排其他人员记载会议记录；历次董事会、股东大会召开前，董事会秘书均按照《公司章程》的有关规定为独立董事及其他董事提供会议材料、会议通知等相关文件，较好地履行了《公司章程》规定的相关职责。董事会秘书在公司法人治理结构的完善、与中介机构的配合协调、与监管部门的沟通协调、公司重大生产经营决策、主要管理制度的制定等方面亦发挥了重大作用。

二、公司报告期内违法违规情况

2013 年 12 月至 2014 年 8 月期间，发行人向德国供应商购买 10 台全自动牙刷包装机，发行人工作人员在委托货运代理公司对上述牙刷包装机分四次申报进口过程中，由于认识错误，将本应申报为“84224000”（进口关税 10%）的税号以“8479899990”（进口关税为 0）向海关申报进口，导致应当缴纳的 1,355,920.68 元税款没有缴纳。

2016 年 12 月 2 日，中华人民共和国扬州海关（以下简称“扬州海关”）向发行人出具了《中华人民共和国扬州海关行政处罚决定书》（扬关缉违字[2016]0022 号），认定公司向海关申报的税号与实际进口货物不符，违反了《中华人民共和国海关法》第十条第三款、第二十四条第一款的规定，构成申报不实违规，影响了国家税款征收，决定对发行人合计科处罚款 145 万元。

上述事项中公司漏缴税款共计 135.59 万元，占公司经营业绩的比例较低，公司不存在主观漏缴税款的动机，主观上没有逃避海关监管、偷逃进口货物应缴税额的故意。本次事件系发行人首次进口该类设备，经办人员经验不足，对上述设备归类认识错误造成的偶发性事件。发行人曾向扬州海关出具书面自查报告，主动报明于 2014 年 8 月 1 日进口的 5 台设备的税号申报不正确，并且在扬州海关办案过程中，积极主动缴纳保证金，并及时缴纳了全部罚款，消除了影响。发

行人在发现上述情况后予以高度重视，组织了相关人员进行学习，进一步完善相关措施，加强管控，并与专业预归类机构合作，同时选择经验丰富的进出口公司进口成套设备，杜绝类似事件再次发生。

2017 年 12 月 18 日，扬州海关就发行人上述事件出具《扬州海关关于反馈倍加洁集团股份有限公司相关情况的函》，认为“处理过程中，该公司积极配合调查，具有主动披露并缴纳足额担保金的情节，且能及时消除影响，整改到位。2016 年 12 月 2 日，我关作出扬关缉违字[2016]0022 号处罚决定，认定该公司的行为构成违反海关监管规定的行为，并依法予以行政处罚，处罚决定已经履行完毕。综合总体情况，我关认为该公司的违规行为不属于重大行政违法违规行为，对该违规行为的处罚不属于情节严重的行政处罚。从 2014 年 8 月 2 日至今，扬州海关未发现该企业存在任何其他违法违规行为。”

发行人律师认为，发行人此次申报错误导致漏缴税款系因经办人员工作错误导致，发行人无偷税漏税的主观故意，且积极配合扬州海关调查，发行人已采取了有效的整改措施，该等违规行为的影响已消除，故上述行为不属于重大违法违规行为，不会对发行人本次发行并上市构成实质性障碍。

保荐机构认为，发行人此次申报错误导致漏缴税款系因经办人员工作错误导致，发行人无偷税漏税的主观故意，且积极配合扬州海关调查，发行人已采取了有效的整改措施，该等违规行为的影响已消除，故上述行为不属于重大违法违规行为，不会对发行人本次发行并上市构成实质性障碍。

此外，公司不存在其他违法违规的行为。

三、公司报告期内资金占用和对外担保情况

（一）报告期内资金占用情况

报告期内，公司不存在资金被控股股东及其控制的企业占用的情况。

（二）报告期内对外担保情况

报告期内，公司不存在为控股股东及其控制的其他企业违规担保的情况。

四、公司内部控制制度情况

（一）管理层对公司内部控制制度的自我评估意见

本公司管理层认为：“根据公司财务报告内部控制重大缺陷的认定情况，于内部控制评价报告基准日，不存在财务报告内部控制重大缺陷，董事会认为，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

根据公司非财务报告内部控制重大缺陷认定情况，于内部控制评价报告基准日，公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷。

自内部控制评价报告基准日至内部控制评价报告发出日之间未发生影响内部控制有效性评价结论的因素。”

（二）会计师对公司内部控制制度的自我评估意见

会计师出具了无保留结论的《内部控制鉴证报告》，会计师认为：“公司按照财政部等五部委颁发的《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2017 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。”

第十节 财务会计信息

本节披露或引用的财务会计信息，非经特别说明，均引自经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计的财务报告。本公司提醒投资者关注本招股说明书所附财务报告和审计报告全文，以获取全部的财务资料。

一、财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

资产	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	32,595,244.63	32,543,714.23	12,516,958.44	31,742,656.28
结算备付金	-	-	-	-
拆出资金	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	443,750.00
衍生金融资产				
应收票据	29,472,209.43	17,400,000.00	3,190,000.00	2,140,898.42
应收账款	75,536,398.24	93,767,713.58	59,665,492.10	49,287,260.65
预付款项	5,404,869.79	9,146,256.38	7,787,809.53	7,835,466.14
应收保费	-	-	-	-
应收分保账款	-	-	-	-
应收分保合同准备金	-	-	-	-
应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
其他应收款	6,228,238.48	5,998,816.81	19,652,728.43	30,641,260.25
买入返售金融资产	-	-	-	-
存货	94,317,371.46	97,574,036.26	75,912,179.32	89,522,793.04
划分为持有待售的资产	-	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	3,463,140.86	1,375,737.71	15,893,936.22	11,550,032.07

流动资产合计	**247,017,472.89**	**257,806,274.97**	**194,619,104.04**	**223,164,116.85**
非流动资产：				
发放贷款和垫款	-	-	-	-
可供出售金融资产	12,020,000.00	13,035,000.00	21,360,995.39	10,000,000.00
持有至到期投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	61,012,478.70	55,944,280.75	49,593,360.29	28,127,587.30
投资性房地产	618,535.80	646,850.30	703,479.29	760,108.28
固定资产	113,464,623.06	113,679,391.06	112,638,653.87	107,641,385.47
在建工程	27,219,753.35	11,464,770.68	-	-
工程物资	-	-	-	-
固定资产清理	-		-	-
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
无形资产	20,859,555.65	21,386,740.75	7,442,204.60	6,789,973.18
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	12,262,251.47	14,127,362.54	15,138,259.90	10,950,826.91
递延所得税资产	11,027,290.36	11,078,223.57	4,347,314.61	2,893,215.87
其他非流动资产	10,804,225.99	6,786,399.08	2,147,546.48	2,234,428.45
非流动资产合计	**269,288,714.38**	**248,149,018.73**	**213,371,814.43**	**169,397,525.46**
资产总计	**516,306,187.27**	**505,955,293.70**	**407,990,918.47**	**392,561,642.31**

合并资产负债表（续）

单位：元

负债和所有者权益	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动负债：				
短期借款	92,970,000.00	100,018,100.00	73,050,000.00	79,819,520.00
向中央银行借款	-	-	-	-
吸收存款及同业存放	-	-	-	-
拆入资金	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	233,860.00
衍生金融负债				
应付票据	25,028,458.77	30,522,747.11	18,346,644.60	26,865,298.63

应付账款	57,424,354.16	69,351,439.08	48,900,570.59	51,348,256.82
预收款项	6,163,836.57	7,773,646.54	9,454,025.37	8,445,918.35
卖出回购金融资产款	-	-	-	-
应付手续费及佣金	-	-	-	-
应付职工薪酬	13,000,717.70	18,376,967.09	12,354,153.45	11,151,396.89
应交税费	13,171,931.51	9,169,248.03	13,012,376.57	8,698,743.03
应付利息	117,777.50	136,351.60	39,236.04	252,559.89
应付股利	-	-	5,301,872.86	17,341,811.87
其他应付款	10,712,641.05	10,210,364.43	6,051,966.68	8,034,223.05
应付分保账款	-	-	-	-
保险合同准备金	-	-	-	-
代理买卖证券款	-	-	-	-
代理承销证券款	-	-	-	-
划分为持有待售的负债	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	-	-	-	-
其他流动负债	-	-	-	-
流动负债合计	**218,589,717.26**	**245,558,863.88**	**186,510,846.16**	**212,191,588.53**
非流动负债：				
长期借款	-	-	-	-
应付债券	-	-	-	-
其中：优先股				
永续债				
长期应付款	-	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-	-
专项应付款	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延收益	-	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-	-
其他非流动负债				
非流动负债合计				
负债合计	**218,589,717.26**	**245,558,863.88**	**186,510,846.16**	**212,191,588.53**
所有者权益：				
股本	60,000,000.00	60,000,000.00	26,800,000.00	26,800,000.00
其他权益工具	-	-	-	-

其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
资本公积	105,015,059.92	105,015,059.92	1,606,000.00	1,606,000.00
减：库存股	-	-	-	-
其他综合收益	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	4,114,024.26	4,114,024.26	15,929,722.83	10,681,298.80
一般风险准备	-	-	-	-
未分配利润	128,587,385.83	91,267,345.64	162,085,227.03	116,346,691.83
归属于母公司所有者权益合计	297,716,470.01	260,396,429.82	206,420,949.86	155,433,990.63
少数股东权益	-	-	15,059,122.45	24,936,063.15
所有者权益合计	**297,716,470.01**	**260,396,429.82**	**221,480,072.31**	**180,370,053.78**
负债和所有者权益总计	**516,306,187.27**	**505,955,293.70**	**407,990,918.47**	**392,561,642.31**

（二）合并利润表

单位：元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、营业总收入	**314,923,420.73**	**625,587,466.26**	**471,976,552.31**	**446,946,393.85**
其中：营业收入	314,923,420.73	625,587,466.26	471,976,552.31	446,946,393.85
利息收入	-	-	-	-
已赚保费	-	-	-	-
手续费及佣金收入	-	-	-	-
二、营业总成本	**265,860,898.86**	**545,288,618.24**	**417,964,421.71**	**393,544,064.34**
其中：营业成本	230,088,118.91	445,239,194.95	352,284,675.12	337,294,271.37
利息支出	-	-	-	-
手续费及佣金支出	-	-	-	-
退保金	-	-	-	-
赔付支出净额	-	-	-	-
提取保险合同准备金净额	-	-	-	-
保单红利支出	-	-	-	-
分保费用	-	-	-	-
税金及附加	3,412,474.29	4,462,497.00	4,232,916.33	2,290,529.95
销售费用	19,444,735.51	40,646,508.29	36,628,824.36	34,024,354.88
管理费用	10,652,341.71	61,275,793.14	14,857,107.22	14,727,966.00
财务费用	2,630,666.13	889,206.07	1,573,419.24	3,501,092.76
资产减值损失	-367,437.69	-7,224,581.21	8,387,479.44	1,705,849.38
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	233,860.00	-97,610.00
投资收益（损失以“-”号填列）	6,131,354.55	8,342,178.95	9,635,826.73	7,664,103.21
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	6,080,954.55	8,226,395.66	8,597,593.15	6,921,427.38
汇兑收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
其他收益	-	-	-	-
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	**55,193,876.42**	**88,641,026.97**	**63,881,817.33**	**60,968,822.72**
加：营业外收入	1,434,017.25	2,531,888.82	4,461,684.45	2,289,340.84
其中：非流动资产处置利得	12,088.90	417.69	18,594.63	88,759.02
减：营业外支出	131,620.17	2,923,361.10	464,341.44	450,854.72
其中：非流动资产处置损失	90,037.30	1,173,323.43	211,288.65	402,078.84

四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**56,496,273.50**	**88,249,554.69**	**67,879,160.34**	**62,807,308.84**
减：所得税费用	13,155,402.26	20,431,408.06	14,551,544.75	13,902,200.23
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	**43,340,871.24**	**67,818,146.63**	**53,327,615.59**	**48,905,108.61**
其中：同一控制下企业合并中被合并方在合并前实现的净利润	-	-	-	-
归属于母公司所有者的净利润	43,340,871.24	67,818,146.63	50,986,959.23	45,050,136.31
少数股东损益	-	-	2,340,656.36	3,854,972.30
持续经营损益	-	-	-	-
终止经营损益	-	-	-	-
六、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-			
（一）以后不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
1. 重新计量设定受益计划净负债净资产的变动	-	-	-	-
2. 权益法下在被投资单位不能重分类进损益的其他综合收益中享有的份额	-	-	-	-
（二）以后将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
1. 权益法下在被投资单位以后将重分类进损益的其他综合收益中享有的份额	-	-	-	-
2. 可供出售金融资产公允价值变动损益	-	-	-	-
3. 持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	-	-	-	-
4．现金流量套期损益的有效部分	-	-	-	-
5．外币财务报表折算差额	-	-	-	-
6．其他				
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额				
七、综合收益总额	**43,340,871.24**	**67,818,146.63**	**53,327,615.59**	**48,905,108.61**
归属于母公司所有者的综合收益总额	43,340,871.24	67,818,146.63	50,986,959.23	45,050,136.31
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	2,340,656.36	3,854,972.30
八、每股收益：				
（一）基本每股收益（元/股）	0.72	1.13	0.85	0.75

（二）稀释每股收益（元/股）	0.72	1.13	0.85	0.75

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、经营活动产生的现金流量				
销售商品、提供劳务收到的现金	**314,516,632.96**	**593,800,485.65**	**467,970,674.89**	**441,453,483.57**
客户存款和同业存放款项净增加额	-	-	-	-
向中央银行借款净增加额	-	-	-	-
向其他金融机构拆入资金净增加额	-	-	-	-
收到原保险合同保费取得的现金	-	-	-	-
收到再保险业务现金净额	-	-	-	-
保户储金及投资款净增加额	-	-	-	-
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产净增加额	-	-	-	-
收取利息、手续费及佣金的现金	-	-	-	-
拆入资金净增加额	-	-	-	-
回购业务资金净增加额	-	-	-	-
收到的税费返还	7,862,518.36	15,489,009.88	9,115,249.00	13,074,956.49
收到其他与经营活动有关的现金	3,340,853.69	35,008,054.51	20,513,551.34	34,218,665.62
经营活动现金流入小计	**325,720,005.01**	**644,297,550.04**	**497,599,475.23**	**488,747,105.68**
购买商品、接受劳务支付的现金	182,955,305.75	349,076,611.25	251,758,660.85	275,036,259.27
客户贷款及垫款净增加额	-	-	-	-
存放中央银行和同业款项净增加额	-	-	-	-
支付原保险合同赔付款项的现金	-	-	-	-
支付利息、手续费及佣金的现金	-	-	-	-
支付保单红利的现金	-	-	-	-
支付给职工以及为职工支付的现金	63,809,654.60	105,213,737.47	89,003,682.00	85,755,054.12
支付的各项税费	25,632,398.24	55,463,739.46	37,629,986.86	22,553,330.52
支付其他与经营活动有关的现金	20,108,618.14	55,389,529.00	42,048,380.89	66,194,473.64
经营活动现金流出小计	**292,505,976.73**	**565,143,617.18**	**420,440,710.60**	**449,539,117.55**
经营活动产生的现金流量净额	**33,214,028.28**	**79,153,932.86**	**77,158,764.63**	**39,207,988.13**
二、投资活动产生的现金流量				
收回投资收到的现金	-	216,275,995.39	235,923,374.22	303,130,553.83
取得投资收益收到的现金	1,012,756.60	1,991,258.49	2,329,557.02	18,680.00

处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	43,212.28	-39,734.41	-1,559,565.99	-345,946.43
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	**1,055,968.88**	**218,227,519.47**	**236,693,365.25**	**302,803,287.40**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	26,431,465.21	51,052,983.19	21,080,531.08	32,901,348.95
投资支付的现金	-	199,592,001.20	264,870,803.39	316,210,000.00
质押贷款净增加额	-	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	**26,431,465.21**	**250,644,984.39**	**285,951,334.47**	**349,111,348.95**
投资活动产生的现金流量净额	**-25,375,496.33**	**-32,417,464.92**	**-49,257,969.22**	**-46,308,061.55**
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	68,444,900.00	227,993,380.00	178,210,320.00	170,423,101.89
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	**68,444,900.00**	**227,993,380.00**	**178,210,320.00**	**170,423,101.89**
偿还债务支付的现金	64,412,496.15	201,050,000.00	184,956,880.00	155,361,822.68
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	8,133,120.27	61,812,753.58	29,274,571.49	5,517,629.31
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	15,218,994.41	24,257,536.07	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流出小计	**72,545,616.42**	**262,862,753.58**	**214,231,451.49**	**160,879,451.99**
筹资活动产生的现金流量净额	**-4,100,716.42**	**-34,869,373.58**	**-36,021,131.49**	**9,543,649.90**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	**3,737,815.53**	**11,867,094.36**	**-8,120,336.08**	**2,443,576.48**
加：期初现金及现金等价物余额	17,953,253.91	6,086,159.55	14,206,495.63	11,762,919.15
六、期末现金及现金等价物余额	**21,691,069.44**	**17,953,253.91**	**6,086,159.55**	**14,206,495.63**

注：公司对 2014 年至 2016 年合并现金流量表及母公司现金流量表中“一、经营活动产生的现金流量”项目的内部部分科目进行重分类调整，主要原因为：报告期内，公司与全资子公司之间既存在购销业务也存在资金往来，母子公司之间对部分往来现金流性质理解存在差

异，影响了经营活动产生的现金流量的内部分类，因此按一致认定进行了重分类调整。该调整不影响“经营活动产生的现金流量净额”。

（四）母公司资产负债表

单位：元

资产	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	12,510,503.65	19,897,077.34	8,670,588.60	18,878,711.11
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-
衍生金融资产				
应收票据	29,472,209.43	17,400,000.00	3,190,000.00	2,140,898.42
应收账款	77,393,979.45	81,416,825.76	53,837,718.35	44,518,165.03
预付款项	3,389,430.48	6,936,607.38	6,376,510.22	4,271,262.59
应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	2,656,926.08	17,156,248.78
其他应收款	14,752,937.00	14,926,232.77	46,666,159.96	23,119,706.98
存货	68,556,596.08	68,720,689.23	47,531,909.49	62,032,758.59
划分为持有待售的资产	-	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	-	-	942,759.05	10,000,000.00
流动资产合计	**206,075,656.09**	**209,297,432.48**	**169,872,571.75**	**182,117,751.50**
非流动资产：				
可供出售金融资产				
持有至到期投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	136,835,733.46	116,187,535.51	67,410,330.23	45,944,557.24
投资性房地产	3,054,757.00	3,173,099.26	2,948,675.87	3,152,286.01
固定资产	87,256,602.70	86,351,032.36	85,560,821.89	79,208,413.65
在建工程	-	-	-	-
工程物资	-	-	-	-
固定资产清理	-	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
无形资产	5,368,783.42	5,734,334.86	6,644,486.53	5,971,374.01

开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	16,780,974.16	17,593,570.14	16,978,420.87	10,666,255.91
递延所得税资产	7,097,884.63	7,165,686.91	2,027,158.32	1,285,449.54
其他非流动资产	8,956,869.62	6,786,399.08	2,147,546.48	1,766,428.45
非流动资产合计	**265,351,604.99**	**242,991,658.12**	**183,717,440.19**	**147,994,764.81**
资产总计	**471,427,261.08**	**452,289,090.60**	**353,590,011.94**	**330,112,516.31**

资产负债表（续）

单位：元

负债和所有者权益	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动负债：				
短期借款	82,400,000.00	95,855,900.00	69,900,000.00	66,600,000.00
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	233,860.00
衍生金融负债				
应付票据	16,161,229.16	22,909,958.16	18,346,644.60	22,596,640.11
应付账款	66,355,023.14	76,815,158.17	55,769,676.89	48,516,688.64
预收款项	2,484,903.10	6,372,628.75	6,425,920.14	5,558,471.57
应付职工薪酬	9,314,924.50	12,993,376.70	8,657,950.61	7,840,370.50
应交税费	10,408,388.40	6,378,443.23	8,787,888.52	4,777,238.85
应付利息	105,137.67	133,477.39	53,236.04	227,796.95
应付股利	-	-	-	-
其他应付款	24,163,260.15	17,916,023.58	28,318,032.05	70,833,847.77
划分为持有待售的负债	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	-	-	-	-
其他流动负债	-	-	-	-
流动负债合计	**211,392,866.12**	**239,374,965.98**	**196,259,348.85**	**227,184,914.39**
非流动负债：				
长期借款	-	-	-	-
应付债券	-	-	-	-
其中：优先股				
永续债				
长期应付款	-	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-	-

专项应付款	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延收益	-	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-	-
其他非流动负债				
非流动负债合计				
负债合计	**211,392,866.12**	**239,374,965.98**	**196,259,348.85**	**227,184,914.39**
所有者权益：				
股本	60,000,000.00	60,000,000.00	26,800,000.00	26,800,000.00
其他权益工具	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
资本公积	105,015,059.92	105,015,059.92	1,606,000.00	1,606,000.00
减：库存股	-	-	-	-
其他综合收益	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	4,114,024.26	4,114,024.26	15,929,722.83	10,681,298.80
未分配利润	90,905,310.78	43,785,040.44	112,994,940.26	63,840,303.12
所有者权益合计	**260,034,394.96**	**212,914,124.62**	**157,330,663.09**	**102,927,601.92**
负债和所有者权益总计	**471,427,261.08**	**452,289,090.60**	**353,590,011.94**	**330,112,516.31**

（五）母公司利润表

单位：元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、营业收入	**253,658,445.17**	**517,606,745.58**	**411,441,003.45**	**369,995,304.37**
减：营业成本	191,985,665.24	390,124,097.44	328,270,848.54	303,699,543.04
税金及附加	2,316,276.65	2,759,376.71	2,733,776.82	1,012,653.43
销售费用	15,000,792.92	31,105,960.64	29,646,684.36	27,149,108.24
管理费用	8,675,052.37	47,326,608.41	11,580,834.35	11,487,460.30
财务费用	2,086,081.17	2,992,478.43	3,427,974.24	5,620,335.28
资产减值损失	-271,209.12	-5,997,885.59	6,200,695.08	1,256,471.84
加：公允价值变动收益（损失以“—”号填列）	-	-	233,860.00	-233,860.00
投资收益（损失以“-”号填列）	26,956,580.73	34,757,068.42	31,272,974.67	18,110,510.58
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	6,080,954.55	8,226,395.66	8,597,593.15	6,921,427.38
其他收益	-	-	-	
二、营业利润（亏损以“-”填列）	**60,822,366.67**	**84,053,177.96**	**61,087,024.73**	**37,646,382.82**
加：营业外收入	1,216,449.49	474,794.67	1,753,373.72	494,249.55
其中：非流动资产处置利得	1,620.63	417.69	9.98	39,105.00
减：营业外支出	124,621.80	2,774,550.60	269,772.52	178,604.10
其中：非流动资产处置损失	83,669.42	1,024,530.67	66,013.78	149,545.72
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**61,914,194.36**	**81,753,422.03**	**62,570,625.93**	**37,962,028.27**
减：所得税费用	8,773,092.97	12,327,293.83	8,167,564.76	5,234,789.88
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	**53,141,101.39**	**69,426,128.20**	**54,403,061.17**	**32,727,238.39**
持续经营损益	-	-	-	-
终止经营损益	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
（一）以后不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
1．重新计量设定受益计划净负债净资产的变动	-	-	-	-
2．权益法下在被投资单位不能重分类进损益的其他综合收益中享有的份额	-	-	-	-

（二）以后将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
1．权益法下在被投资单位以后将重分类进损益的其他综合收益中享有的份额	-	-	-	-
2．可供出售金融资产公允价值变动损益	-	-	-	-
3．持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	-	-	-	-
4．现金流量套期损益的有效部分	-	-	-	-
5．外币财务报表折算差额	-	-	-	-
6．其他				
六、综合收益总额	**53,141,101.39**	**69,426,128.20**	**54,403,061.17**	**32,727,238.39**
七、每股收益：				
（一）基本每股收益（元/股）	0.89	1.16	0.91	0.55
（二）稀释每股收益（元/股）	0.89	1.16	0.91	0.55

（六）母公司现金流量表

单位：元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、经营活动产生的现金流量				
销售商品、提供劳务收到的现金	234,982,953.18	510,056,053.73	431,510,456.11	384,534,455.06
收到的税费返还	2,256,515.72	3,913,688.58	1,514,834.37	4,349,994.73
收到其他与经营活动有关的现金	39,714,517.85	35,034,730.49	3,336,568.72	18,099,893.45
经营活动现金流入小计	**276,953,986.75**	**549,004,472.80**	**436,361,859.20**	**406,984,343.24**
购买商品、接受劳务支付的现金	141,324,396.01	345,409,859.22	274,152,813.54	273,921,983.76
支付给职工以及为职工支付的现金	44,128,892.15	71,811,390.01	60,210,052.55	57,825,414.51
支付的各项税费	16,733,047.44	35,013,356.78	24,446,220.36	8,550,574.39
支付其他与经营活动有关的现金	46,642,806.87	43,534,110.44	97,354,217.07	35,554,592.17
经营活动现金流出小计	**248,829,142.47**	**495,768,716.45**	**456,163,303.52**	**375,852,564.83**
经营活动产生的现金流量净额	**28,124,844.28**	**53,235,756.35**	**-19,801,444.32**	**31,131,778.41**
二、投资活动产生的现金流量				
收回投资收到的现金	-	196,440,105.27	235,490,000.00	302,667,889.42
取得投资收益收到的现金	1,012,756.60	31,072,968.77	38,455,651.88	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	55,160.21	971,082.76	218,726.62	3,470,510.82
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	**1,067,916.81**	**228,484,156.80**	**274,164,378.50**	**306,138,400.24**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	5,202,831.62	19,724,385.61	18,990,195.59	27,925,455.40
投资支付的现金	15,580,000.00	231,270,951.80	240,009,808.00	311,710,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	**20,782,831.62**	**250,995,337.41**	**259,000,003.59**	**339,635,455.40**
投资活动产生的现金流量净额	**-19,714,914.81**	**-22,511,180.61**	**15,164,374.91**	**-33,497,055.16**
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	54,400,000.00	215,855,900.00	164,060,320.00	151,250,090.00
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	**54,400,000.00**	**215,855,900.00**	**164,060,320.00**	**151,250,090.00**
偿还债务支付的现金	56,815,860.00	189,900,000.00	160,760,320.00	143,660,215.34
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	8,001,083.97	46,905,337.19	4,559,937.70	5,113,079.83
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流出小计	**64,816,943.97**	**236,805,337.19**	**165,320,257.70**	**148,773,295.17**
筹资活动产生的现金流量净额	**-10,416,943.97**	**-20,949,437.19**	**-1,259,937.70**	**2,476,794.83**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	**-2,007,014.50**	**9,775,138.55**	**-5,897,007.11**	**111,518.08**
加：期初现金及现金等价物余额	12,941,733.75	3,166,595.20	9,063,602.31	8,952,084.23
六、期末现金及现金等价物余额	**10,934,719.25**	**12,941,733.75**	**3,166,595.20**	**9,063,602.31**

二、注册会计师审计意见

公司已聘请立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计了 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月 30 日的合并及公司资产负债表，2014 年度、2015 年度、2016 年度、2017 年 1-6 月的合并及公司利润表、合并及公司现金流量表、合并及公司所有者权益变动表，以及财务报表附注。立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了标准无保留意见的审计报告，认为：公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了公司 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月 30 日的合并及公司财务状况以及 2014 年度、2015 年度、2016 年度、2017 年 1-6 月的合并及公司经营成果和现金流量。

三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

（一）编制基础

1、财务报表的编制基础

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

管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》的披露规定编制财务报表。

公司 2014 年度、2015 年度的财务报表编制主体为扬州明星牙刷有限公司，其原始财务报表按照《企业会计制度》编制，本次申报报表已按照企业会计准则的要求重新调整。

2、持续经营

自报告期末起 12 月内，不存在对公司持续经营能力产生重大疑虑的事项或情况。

（二）合并财务报表范围及变化情况

本公司申报期纳入合并范围的子公司如下：

序号	子公司名称	注册资本（万元）	持股比例		纳入公司合并报表时间	合并类型
			直接	间接		
1	扬州倍加洁日化有限公司	741.12	100%	-	2009 年 12 月	受让取得
2	扬州美星口腔护理用品有限公司	436.17	100%	-	2010 年 12 月	受让取得
3	扬州恒生精密模具有限公司	300	100%	-	2010 年 12 月	受让取得
4	倍加洁口腔护理用品宿迁有限公司	300	100%	-	2010 年 12 月	新设
5	扬州金星国际贸易有限公司[注 1]	200	100%	-	2012 年 11 月	新设
6	江苏明星牙刷有限公司[注 2]	20,000	100%	-	2016 年 3 月	新设

注 1：公司子公司金星贸易已于 2016 年 6 月 30 日完成注销手续办理，不再纳入合并范围。
注 2：公司子公司江苏明星牙刷有限公司于 2016 年 3 月 8 日注册成立。

四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

同一控制下企业合并：本公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方资产、负债（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉）在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。在合并中取得的净资产账面价值与支付的

合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

非同一控制下企业合并：本公司在购买日对作为企业合并对价付出的资产、发生或承担的负债按照公允价值计量，公允价值与其账面价值的差额，计入当期损益。本公司对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，经复核后，计入当期损益。

为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他直接相关费用，于发生时计入当期损益；为企业合并而发行权益性证券的交易费用，冲减权益。

（二）合并财务报表的编制方法

1、合并范围

本公司合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，所有子公司（包括本公司所控制的被投资方可分割的部分）均纳入合并财务报表。

2、合并程序

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

所有纳入合并财务报表合并范围的子公司所采用的会计政策、会计期间与本公司一致，如子公司采用的会计政策、会计期间与本公司不一致的，在编制合并财务报表时，按本公司的会计政策、会计期间进行必要的调整。对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。对于同一控制下企业合并取得的子公司，以其资产、负债（包括最终控制方收购该子公司而形成的商誉）在最终控制方财务报表中的账面价值为基础对其财务报表进行调整。

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

（1）增加子公司或业务

在报告期内，若因同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则调整合并资产负债表的期初数；将子公司或业务合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；将子公司或业务合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

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

（2）处置子公司或业务

① 一般处理方法

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

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对被投资方控制权时，对于处置后的剩余股权投资，本公司按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额与商誉之和的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益或除净损益、其他综合收益及利润分配之外的其他所有者权益变动，在丧失控制权时转为当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

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

② 分步处置子公司

通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的，处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

A. 这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；

B. 这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；

C. 一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；

D. 一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，本公司将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易不属于一揽子交易的，在丧失控制权之前，按不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资的相关政策进行会计处理；在丧失控制权时，按处置子公司一般处理方法进行会计处理。

（3）购买子公司少数股权

本公司因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日（或合并日）开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

（4）不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资

在不丧失控制权的情况下因部分处置对子公司的长期股权投资而取得的处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

（三）现金及现金等价物的确定标准

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

（四）外币业务

外币业务采用交易发生当月第一日的汇率作为折算汇率将外币金额折合成人民币记账。

资产负债表日外币货币性项目余额按资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理外，均计入当期损益。

（五）金融工具

金融工具包括金融资产、金融负债和权益工具。

1、金融工具的分类

金融资产和金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债；持有至到期投资；应收款项；可供出售金融资产；其他金融负债等。

2、金融工具的确认依据和计量方法

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）

取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未

领取的债券利息）作为初始确认金额，相关的交易费用计入当期损益。

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

处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

（2）持有至到期投资

取得时按公允价值（扣除已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。实际利率在取得时确定，在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。

处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

（3）应收款项

公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，以及公司持有的其他企业的不包括在活跃市场上有报价的债务工具的债权，包括应收账款、其他应收款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

（4）可供出售金融资产

取得时按公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。期末以公允价值计量且将公允价值变动计入其他综合收益。但是，在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具

结算的衍生金融资产，按照成本计量。

处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入当期损益。

（5）其他金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司发生金融资产转移时，如已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方，则终止确认该金融资产；如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）所转移金融资产的账面价值；

（2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）终止确认部分的账面价值；

（2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

4、金融负债终止确认条件

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；本公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

5、金融资产和金融负债的公允价值的确定方法

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

6、金融资产（不含应收款项）减值的测试方法及会计处理方法

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

（1）可供出售金融资产的减值准备：

期末如果可供出售金融资产的公允价值发生严重下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，就认定其已发生减值，将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，确认减值损失。

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

可供出售权益工具投资发生的减值损失，不通过损益转回。

（2）持有至到期投资的减值准备：

持有至到期投资减值损失的计量比照应收款项减值损失计量方法处理。

（六）应收款项坏账准备

1、单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准：

单项金额重大并单独计提坏账准备的计提方法：单笔应收款余额大于等于300万元或占全部应收款项余额10%以上的应收款项。

单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项，将其归入相应组合计提坏账准备。

2、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
应收客户款项	账龄分析法
应收合并范围关联方款项	其他方法
押金保证金	其他方法
预借业务备用金	其他方法

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例	其他应收款计提比例
1 年以内（含 1 年）	5%	5%
1 至 2 年（含 2 年）	40%	40%
2 至 3 年（含 3 年）	70%	70%
3 年以上	100%	100%

组合中，采用其他方法计提坏账准备的：

组合名称	方法	方法说明
应收合并范围关联方款项	个别认定法	预计不存在减值风险，不计提减值准备
押金保证金	个别认定法	预计不存在减值风险，不计提减值准备
预借业务备用金	个别认定法	预计不存在减值风险，不计提减值准备

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：期末对于单项金额虽不重大但存在明显减值迹象的应收款项单独进行减值测试。如有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。

（七）存货

1、存货的分类

存货分类为：在途物资、原材料、库存商品、在产品、发出商品、委托加工物资等。

2、发出存货的计价方法

存货发出时按加权平均法计价。

3、不同类别存货可变现净值的确定依据

期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。

产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生

产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

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

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

以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

4、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

（1）低值易耗品采用一次转销法；

（2）包装物采用一次转销法。

（八）长期股权投资

1、共同控制、重大影响的判断标准

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。本公司与其他合营方一同对被投资单位实施共同控制且对被投资单位净资产享有权利的，被投资单位为本公司的合营企业。

重大影响，是指对一个企业的财务和经营决策有参与决策的权力，但并不能

够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，被投资单位为本公司联营企业。

2、初始投资成本的确定

（1）企业合并形成的长期股权投资

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

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

（2）其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

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

通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本按照公允价值为基础确定。

3、后续计量及损益确认方法

（1）成本法核算的长期股权投资

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

（2）权益法核算的长期股权投资

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

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

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

在公司确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先，冲减长期股权投资的账面价值。其次，长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确认投资损失，冲减长期应收项目等的账面价值。最后，经过上述处理，按照投资合同或

协议约定企业仍承担额外义务的，按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。

（3）长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

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

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

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

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

（九）投资性房地产

投资性房地产是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产，包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权、已出租的建筑物（含自行建造或开发活动完成后用于出租的建筑物以及正在建造或开发过程中将来用于出租的建筑物）。

公司对现有投资性房地产采用成本模式计量。对按照成本模式计量的投资性房地产－出租用建筑物采用与本公司固定资产相同的折旧政策，出租用土地使用权按与无形资产相同的摊销政策执行。

（十）固定资产

1、固定资产确认条件

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

（1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；

（2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、折旧方法

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

各类固定资产折旧方法、折旧年限、残值率和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	年限平均法	20	5	4.75
机械设备	年限平均法	10	5	9.50
运输设备	年限平均法	4	5	23.75
办公家具	年限平均法	5	5	19.00
电子设备	年限平均法	3	5	31.67

房屋附属设施	年限平均法	5	5	19.00

（十一）在建工程

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出，作为固定资产的入账价值。所建造的固定资产在工程已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按本公司固定资产折旧政策计提固定资产的折旧，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

（十二）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

借款费用，包括借款利息、折价或者溢价的摊销、辅助费用以及因外币借款而发生的汇兑差额等。

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

借款费用同时满足下列条件时开始资本化：

（1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

（2）借款费用已经发生；

（3）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

2、借款费用资本化期间

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

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

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

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

3、暂停资本化期间

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

4、借款费用资本化率、资本化金额的计算方法

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款，以专门借款当期实际发生的借款费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，来确定借款费用的资本化金额。

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用的一般借款，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出按月加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的借款费用金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

（十三）无形资产

1、无形资产的计价方法

（1）公司取得无形资产时按成本进行初始计量；

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。

（2）后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

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

2、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况：

项目	预计使用寿命	依据
土地使用权	50 年	土地使用权证记载使用年限
软件	2 年	预计可产生经济利益的年限

每年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。

经复核，本年期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

3、划分研究阶段和开发阶段的具体标准

公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

4、开发阶段支出符合资本化的具体标准

内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件时确认为无形资产：

（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

开发阶段的支出，若不满足上列条件的，于发生时计入当期损益。研究阶段的支出，在发生时计入当期损益。

（十四）长期资产减值

长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等长期资产，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

商誉和使用寿命不确定的无形资产至少在每年年度终了进行减值测试。

本公司进行商誉减值测试，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。在将商誉的账面价值分摊至相关的资产组或者资产组组合时，按照各资产组或者资产组组合的公允价值占相关资产组或者资产组组合公允价值总额的比例进行分摊。公允价值难以可靠计量的，按照各资产组或者资产组组合的账面价值占相关资产组或者资产组组合账面价值总额的比例进行分摊。

在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，先对不包含商誉的资产组或者资产组

组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认商誉的减值损失。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

（十五）长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。本公司长期待摊费用包括模具费，租入固定资产改良支出。

1、摊销方法

长期待摊费用在受益期内按年限平均摊销。

2、摊销年限

类别	折旧方法	摊销年限（年）
模具费	年限平均法	3
租入固定资产改良支出	年限平均法	3

（十六）职工薪酬

1、短期薪酬的会计处理方法

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

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

职工福利费为非货币性福利的，如能够可靠计量的，按照公允价值计量。

2、离职后福利的会计处理方法

（1）设定提存计划

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

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

（2）设定受益计划

本公司根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，本公司以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产。

所有设定受益计划义务，包括预期在职工提供服务的年度报告期间结束后的十二个月内支付的义务，根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率予以折现。

设定受益计划产生的服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本；重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不转回至损益，在原设定受益计划终止时在权益范围内将原计入其他综合收益的部分全部结转至未分配利润。

在设定受益计划结算时，按在结算日确定的设定受益计划义务现值和结算价格两者的差额，确认结算利得或损失。

3、辞退福利的会计处理方法

本公司在不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福

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

（十七）预计负债

1、预计负债的确认标准

与诉讼、债务担保、亏损合同、重组事项等或有事项相关的义务同时满足下列条件时，本公司确认为预计负债：

（1）该义务是本公司承担的现时义务；

（2）履行该义务很可能导致经济利益流出本公司；

（3）该义务的金额能够可靠地计量。

2、各类预计负债的计量方法

本公司预计负债按履行相关现时义务所需的支出的最佳估计数进行初始计量。

本公司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。对于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。

本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，补偿金额在基本确定能够收到时，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。

（十八）收入

1、销售商品收入确认时间的具体判断标准

（1）销售商品收入的确认一般原则：

① 本公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；

② 本公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出

的商品实施有效控制；

③ 收入的金额能够可靠地计量；

④ 相关的经济利益很可能流入本公司；

⑤ 相关的、已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

（2）销售商品收入确认的确认标准及收入确认时间的具体判断标准

公司主要销售牙刷、湿巾及其他口腔清洁护理产品，销售业务分为国内销售业务及国外销售业务。国内销售主要采用 ODM 和自主品牌销售两种模式，其中自主品牌销售分为经销、代理、电商销售及线下零售。国外销售主要采用 ODM 模式。公司根据具体销售业务特点，确定公司销售商品收入确认的标准及收入确认时间的具体判断标准：

① 国内销售业务的收入确认：

A. 通过 ODM 或者经销模式销售的产品，在公司已根据合同或订单的约定将产品交付给客户，并经客户签收后确认收入。

B. 通过代理模式销售的产品分为商超代销模式及商超买断模式，其中商超代销模式下，在产品由客户签收后且在收货当月末取得由客户提供的销货清单后确认收入；商超买断模式下，在产品由客户签收后确认收入。

C. 通过电商渠道销售的产品，公司根据订单将产品交付给客户，客户在电商平台的客户端中确认收货或者电商平台的交易系统已自动确认收货，并收到客户货款后确认收入。

D. 通过线下零售的产品采取货款即时清结的方式，在取得货款并将产品交付客户后确认收入。

② 国外销售业务的收入确认：

在商品发出时凭双方签订的购销合同和出口发票办理报关出口手续，在商品出口后凭报关信息确认销售收入。

2、确认让渡资产使用权收入的依据

与交易相关的经济利益很可能流入企业，收入的金额能够可靠地计量时。分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额：

（1）利息收入金额，按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定。

（2）使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

3、提供劳务的收入的确认和计量原则

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。提供劳务交易的完工进度，依据已完工作的测量确定。

按照已收或应收的合同或协议价款确定提供劳务收入总额，但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外。资产负债表日按照提供劳务收入总额乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认提供劳务收入后的金额，确认当期提供劳务收入；同时，按照提供劳务估计总成本乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认劳务成本后的金额，结转当期劳务成本。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

（1）已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本。

（2）已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

（十九）政府补助

1、类型

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

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

2、会计处理

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

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

（二十）递延所得税资产和递延所得税负债

对于可抵扣暂时性差异确认递延所得税资产，以未来期间很可能取得的用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

对于应纳税暂时性差异，除特殊情况外，确认递延所得税负债。

不确认递延所得税资产或递延所得税负债的特殊情况包括：商誉的初始确认；除企业合并以外的发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）的其他交易或事项。

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

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

净额列报。

（二十一）租赁

1、经营租赁会计处理

（1）公司租入资产所支付的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，计入当期费用。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用。

资产出租方承担了应由公司承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分摊，计入当期费用。

（2）公司出租资产所收取的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，确认为租赁相关收入。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用；如金额较大的，则予以资本化，在整个租赁期间内按照与租赁相关收入确认相同的基础分期计入当期收益。

公司承担了应由承租方承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金收入总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分配。

五、会计政策、会计估计变更及影响

1、执行《增值税会计处理规定》

报告期内，财政部于 2016 年 12 月 3 日发布了《增值税会计处理规定》（财会[2016]22 号），适用于 2016 年 5 月 1 日起发生的相关交易。公司执行该规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目名称和金额
1、将利润表中的“营业税金及附加”项目调整为“税金及附加”项目。	董事会	税金及附加
2、将自 2016 年 5 月 1 日起企业经营活动发生的房产税、土地使用税、车船使用税、印花税从“管理费用”项目重分类至“税金及附加”项目，2016 年 5 月 1 日之前发生的税费不予调整。比较数据不予调整。	董事会	调增税金及附加本年金额 665,993.64 元，调减管理费用本年金额 665,993.64 元。

2、执行《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》和《企业会计准则第 16 号——政府补助》

财政部于 2017 年度发布了《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，自 2017 年 5 月 28 日起施行，对于施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，要求采用未来适用法处理。

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 16 号——政府补助》，修订后的准则自 2017 年 6 月 12 日起施行，对于 2017 年 1 月 1 日存在的政府补助，要求采用未来适用法处理；对于 2017 年 1 月 1 日至施行日新增的政府补助，也要求按照修订后的准则进行调整。

六、公司执行的税收政策和主要税种

（一）主要税项及税率

1、倍加洁集团股份有限公司

税种	计税依据	税率			
		2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
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	17%	17%	17%	17%
	不动产经营租赁[注]	5%、11%	11%	-	-
营业税	按应税营业收入计征	-	[注]	5%	5%
企业所得税	按应纳税所得额计征	25%	25%	25%	25%

注：自 2016 年 5 月“营改增”实施后，不动产经营租赁采用 11%的增值税税率，一般纳税人出租其 2016 年 4 月 30 日前取得的不动产，可以选择适用简易计税方法，按照 5%的征收率计算应纳税额；自 2016 年 5 月“营改增”实施后，公司不再适用营业税。

2、扬州倍加洁日化有限公司

税种	计税依据	税率			
		2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度

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	17%	17%	17%	17%
营业税	按应税营业收入计征	-	[注]	5%	5%
企业所得税	按应纳税所得额计征	25%	25%	25%	25%

注：自 2016 年 5 月“营改增”实施后，公司不再适用营业税。

3、扬州美星口腔护理用品有限公司

税种	计税依据	税率			
		2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
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	17%	17%	17%	17%
营业税	按应税营业收入计征	-	[注]	5%	5%
企业所得税	按应纳税所得额计征	25%	25%	25%	25%

注：自 2016 年 5 月“营改增”实施后，公司不再适用营业税。

4、扬州恒生精密模具有限公司

税种	计税依据	税率			
		2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
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	17%	17%	17%	17%
企业所得税	按应纳税所得额计征	15%	15%	15%	15%

5、倍加洁口腔护理用品宿迁有限公司

税种	计税依据	税率			
		2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度

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	17%	17%	17%	17%
企业所得税	按应纳税所得额计征	15%	25%	25%	25%

6、江苏明星牙刷有限公司

税种	计税依据	税率			
		2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
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	17%	17%	-	-
企业所得税	按应纳税所得额计征	25%	25%	-	-

注：江苏明星牙刷有限公司于 2016 年新设成立。

7、扬州金星国际贸易有限公司

税种	计税依据	税率			
		2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
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	-	17%	17%	17%
企业所得税	按应纳税所得额计征	-	25%	25%	25%

注：公司子公司金星贸易已于 2016 年 6 月 30 日完成注销手续办理，不再纳入合并范围。

（二）公司享受的税收优惠政策

报告期内，发行人所享受的税收优惠项目如下：

（1）企业所得税优惠

《中华人民共和国企业所得税法》第二十八条第二款规定：“国家需要重点

扶持的高新技术企业，减按 15%的税率征收企业所得税。”根据《国家税务总局关于实施高新技术企业所得税优惠有关问题的通知》（国税函[2009]203 号），认定（复审）合格的高新技术企业，自认定（复审）批准的有效期当年开始，可申请享受企业所得税优惠。发行人子公司扬州恒生精密模具有限公司持有江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、江苏省国家税务局、江苏省地方税务局于 2014 年 6 月 30 日联合颁发的《高新技术企业证书》，编号为 GF201432000443，有效期为三年。发行人已逐年向税务主管部门办理企业所得税优惠项目备案，因此发行人全资子公司恒生模具 2014 年度、2015 年度及 2016 年度享受高新技术企业的税收优惠，企业所得税税率为 15%。

根据科技部、财政部、国家税务总局颁布的《高新技术企业认定管理工作指引》（国科发火[2016]195 号）的规定，高新技术企业资格期满当年内应当重新进行认定。发行人子公司恒生模具已提交高新技术企业重新认定材料，且已于 2017 年 11 月 17 日作为江苏省 2017 年第一批拟认定高新技术企业在“高新技术企业认定管理工作网”上进行公示。

根据《高新技术企业认定管理工作指引》以及国家税务总局《关于实施高新技术企业所得税优惠政策有关问题的公告》【国家税务总局公告 2017 年第 24 号】的规定，高新技术企业资格期满当年内，在通过重新认定前，其企业所得税暂按 15%的税率预缴，在年度汇算清缴前未取得高新技术企业资格的，应按规定补缴税款。据此，恒生模具 2017 年 1-6 月所得税依照 15%税率预缴。

（2）研发费用加计扣除

《中华人民共和国企业所得税法》第三十条规定：“企业开发新技术、新产品、新工艺发生的研究开发费用可以在计算应纳税所得额时加计扣除。”根据《中华人民共和国企业所得税法》及其实施细则以及国家税务总局《关于<印发企业研究开发费用税前扣除管理办法（试行）>的通知》（国税发[2008]116 号）的规定，从 2008 年 1 月 1 日起，研发费用计入当期损益未形成无形资产的，允许再按当年研发费用实际发生额的 50%，直接抵扣当年的应纳税所得额。

报告期内，发行人享受的各项税收优惠合计为 33.18 万元、105.18 万元、69.13

万元及 60.10 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
企业所得税优惠	25.11	32.02	31.83	15.08
研发费用加计扣除	-	37.11	73.34	18.10
税收优惠合计金额	**25.11**	**69.13**	**105.18**	**33.18**

七、分部信息

公司按照产品类别、销售地区进行分类的收入情况参见招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“二、盈利能力分析”之“（三）利润表项目逐项分析”之“1、营业收入”。

八、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

单位：元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
非流动资产处置损益	-77,948.40	-1,172,905.74	-192,694.02	-313,319.82
越权审批或无正式批准文件的税收返还、减免				
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	1,394,800.00	2,407,891.16	4,140,202.08	2,033,679.81
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费				
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益				
非货币性资产交换损益				
委托他人投资或管理资产的损益				
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备				
债务重组损益				
企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等				
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益				

同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益				
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益				
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、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	50,400.00	115,783.29	1,038,233.58	742,675.83
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回		3,000,000.00		
对外委托贷款取得的损益				
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益				
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响				
受托经营取得的托管费收入				
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-14,454.52	-1,626,457.70	49,834.95	118,126.13
其他符合非经常性损益定义的损益项目				
所得税影响额	-337,915.74	-302,570.48	-1,319,622.80	-651,234.46
少数股东权益影响额			-153,231.90	21,165.24
合计	**1,014,881.34**	**2,421,740.53**	**3,562,721.89**	**1,951,092.73**

九、最近一期末主要资产

（一）固定资产

截至 2017 年 6 月 30 日，公司固定资产情况如下：

单位：元

类别	原值	累计折旧	净值	折旧年限	综合成新率
房屋及建筑物	44,953,517.03	20,954,341.71	23,999,175.32	20 年	53.39%
机器设备	148,413,807.59	63,107,829.13	85,305,978.46	10 年	57.48%
电子设备	6,591,102.92	5,025,680.89	1,565,422.03	3 年	23.75%
运输设备	3,555,609.36	2,650,142.19	905,467.17	4 年	25.47%
办公家具	932,008.82	317,352.97	614,655.85	5 年	65.95%

房屋附属设施	4,288,194.50	3,214,270.27	1,073,924.23	5 年	25.04%
合计	**208,734,240.22**	**95,269,617.16**	**113,464,623.06**	**-**	**54.36%**

（二）对外投资

截至 2017 年 6 月 30 日，公司对外投资如下：

单位：元

项目	投资成本	期初账面值	期末账面值	占被投资方的股权比例	会计核算方法
江苏扬州农村商业银行股份有限公司	25,739,808.00	21,505,367.92	61,012,478.70	3.60%	权益法
扬州嘉华创业投资有限公司	10,000,000.00	5,000,000.00	10,000,000.00	4.88%	成本法

报告期内公司上述股权投资在被投资方持股比例较低，不会对公司运营造成重大影响。除此之外，本公司无其它对外股权投资情况。

（三）无形资产

截至 2017 年 6 月 30 日，公司无形资产情况如下：

单位：元

项目	原值	累计摊销	净值	摊销年限	摊销年限确定依据
土地使用权	23,451,185.55	2,663,998.53	20,787,187.02	50 年	土地使用权证记载使用年限
软件	3,835,373.90	3,763,005.27	72,368.63	2 年	预计可产生经济利益的年限
合计	**27,286,559.45**	**6,427,003.80**	**20,859,555.65**	**-**	**-**

截至 2017 年 6 月 30 日，无形资产中不存在通过公司内部研发形成的无形资产。

十、最近一期末主要债项

（一）银行借款

截至 2017 年 6 月 30 日，公司短期借款余额为 9,297.00 万元，具体情况如下表所示：

单位：元

借款类别	借款余额	比例
抵押借款	41,000,000.00	44.10%
保证借款	51,970,000.00	55.90%
合计	**92,970,000.00**	**100.00%**

（二）应付票据

截至 2017 年 6 月 30 日，公司应付票据余额为 2,502.85 万元，均为银行承兑汇票。

（三）应付账款

截至 2017 年 6 月 30 日，公司应付账款余额为 5,742.44 万元，主要系原材料、设备采购款，账龄情况如下表所示：

单位：元

账龄	金额	比例
1 年以内	57,304,173.74	99.79%
1 年以上	120,180.42	0.21%
合计	**57,424,354.16**	**100.00%**

（四）预收款项

截至 2017 年 6 月 30 日，公司预收款项余额为 616.38 万元，均为预收货款，账龄情况如下表所示：

单位：元

账龄	金额	比例
1 年以内	5,946,223.50	96.47%
1 年以上	217,613.07	3.53%
合计	**6,163,836.57**	**100.00%**

（五）应付职工薪酬

截至 2017 年 6 月 30 日，公司应付职工薪酬余额为 1,300.07 万元，均为短期薪酬中的工资、奖金、津贴和补贴。

（六）应交税费

截至 2017 年 6 月 30 日，公司应交税费余额为 1,317.19 万元，具体明细如下：

单位：元

项目	金额	比例
增值税	3,820,917.84	29.01%
企业所得税	8,237,706.33	62.54%
城市维护建设税	385,731.21	2.93%
房产税	116,718.54	0.89%
土地使用税	90,579.60	0.69%
个人所得税	117,238.37	0.89%
教育费附加	228,452.32	1.73%
地方教育费附加	152,301.55	1.16%
印花税	22,285.75	0.17%
合计	**13,171,931.51**	**100.00%**

（七）其他应付款

截至 2017 年 6 月 30 日，公司其他应付款余额为 1,071.26 万元，账龄情况如下：

单位：元

账龄	金额	比例
1 年以内	10,507,680.79	98.09%
1 年以上	204,960.26	1.91%
合计	**10,712,641.05**	**100.00%**

（八）未决诉讼、仲裁、抵押及担保形成的或有负债

截至 2017 年 6 月 30 日，公司无重要的未决诉讼或仲裁，公司及子公司未对合并报表范围以外的公司提供担保。公司对子公司提供担保的情况请参见本节“十三、期后事项、或有事项及其他重要事项”之“（二）或有事项”。

十一、所有者权益变动情况

单位：元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日

股本	60,000,000.00	60,000,000.00	26,800,000.00	26,800,000.00
资本公积	105,051,059.92	105,015,059.92	1,606,000.00	1,606,000.00
盈余公积	4,114,024.26	4,114,024.26	15,929,722.83	10,681,298.80
未分配利润	128,587,385.83	91,267,345.64	162,085,227.03	116,346,691.83
少数股东权益	-	-	15,059,122.45	24,936,063.15
所有者权益合计	**297,716,470.01**	**260,396,429.82**	**221,480,072.31**	**180,370,053.78**

公司股本、资本公积变动情况参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人股本形成及其变化情况和重大资产重组情况”。

十二、现金流情况

单位：元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额	33,214,028.28	79,153,932.86	77,158,764.63	39,207,988.13
投资活动产生的现金流量净额	-25,375,496.33	-32,417,464.92	-49,257,969.22	-46,308,061.55
筹资活动产生的现金流量净额	-4,100,716.42	-34,869,373.58	-36,021,131.49	9,543,649.90
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
现金及现金等价物净增加额	3,737,815.53	11,867,094.36	-8,120,336.08	2,443,576.48

十三、期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）期后事项

截至本招股说明书签署日，公司作为被告发生 1 件民事诉讼，具体情况参见本招股说明书“第十五节 其他重要事项”之“四、诉讼、仲裁情况”。

除上述事项外，公司无其他需披露的资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至 2017 年 6 月 30 日，母公司与子公司之间的担保情况如下：

单位：元

担保单位	被担保单位	担保余额	债务到期日
扬州倍加洁日化有限公司	倍加洁集团股份有限公司	10,000,000.00	2017-08-01
扬州倍加洁日化有限公司	倍加洁集团股份有限公司	5,000,000.00	2017-08-17

扬州倍加洁日化有限公司	倍加洁集团股份有限公司	10,000,000.00	2017-12-19
扬州倍加洁日化有限公司	倍加洁集团股份有限公司	5,570,000.00	2018-06-19

此外，本公司无需要披露的或有事项。

（三）其他重要事项

2016 年度，公司原子公司扬州金星国际贸易有限公司终止经营，形成归属于母公司所有者的持续经营损益-9,894.73 元。

十四、主要财务指标

（一）主要财务指标

项目	2017 年 6 月 30 日/2017 年 1-6 月	2016 年 12 月 31 日/2016 年度	2015 年 12 月 31 日/2015 年度	2014 年 12 月 31 日/2014 年度
流动比率	1.13	1.05	1.04	1.05
速动比率	0.70	0.65	0.64	0.63
资产负债率（母公司）	44.84%	52.93%	55.50%	68.82%
应收账款周转率（次）	3.49	7.61	8.06	9.33
存货周转率（次）	2.39	5.13	4.26	4.59
息税折旧摊销前利润（万元）	7,208.16	11,786.48	9,541.41	8,921.93
利息保障倍数（倍）	27.98	21.78	15.13	12.11
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.55	1.32	1.29	0.65
每股净现金流量（元）	0.06	0.20	-0.14	0.04
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	0.02%	0.14%	0.43%	0.07%

以上财务指标的计算公式如下：

（1）流动比率＝流动资产÷流动负债

（2）速动比率＝（流动资产-存货）÷流动负债

（3）资产负债率＝（负债总额÷资产总额）×100%

（4）应收账款周转率＝营业收入÷应收账款平均余额

（5）存货周转率＝营业成本÷存货平均余额

（6）息税折旧摊销前利润＝利润总额＋利息支出+固定资产折旧＋无形资产摊销＋长期待摊费用摊销

（7）利息保障倍数＝（利息支出＋利润总额）÷利息支出（含资本化利息支出）

（8）每股经营活动的现金流量＝经营活动产生的现金流量净额÷期末股本总数

（9）每股净现金流量＝现金及现金等价物净增加额÷期末股本总数

（10）无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例＝无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）÷期末净资产

（二）净资产收益率和每股收益

按照中国证券监督管理委员会《公开发行证券公司信息披露编报规则第 9 号—净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）以及现行的《企业会计准则——每股收益》，报告期内，公司净资产收益率及每股收益如下：

期间	利润	加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
2017 年 1-6 月	归属于普通股股东的净利润	15.42%	0.72	0.72
	扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润	15.06%	0.71	0.71
2016 年度	归属于普通股股东的净利润	30.89%	1.13	1.13
	扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润	29.78%	1.09	1.09
2015 年度	归属于普通股股东的净利润	28.18%	0.85	0.85
	扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润	26.21%	0.79	0.79
2014 年度	归属于普通股股东的净利润	33.90%	0.75	0.75
	扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润	32.43%	0.72	0.72

十五、历次验资及评估情况

（一）历次验资情况

本公司历次验资情况参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人历次验资情况”。

（二）历次评估情况

1、公司于 2016 年委托银信资产评估有限公司对扬州明星牙刷有限公司股东全部权益价值进行评估，评估基准日为 2016 年 4 月 30 日。本次评估采用资产基础法确定扬州明星牙刷有限公司的资产评估价值。银信资产评估有限公司于 2016 年 4 月 30 日出具银信评报字（2016）沪第 0583 号《评估报告》。资产评估结果汇总表如下：

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
流动资产	23,338.62	24,515.14	1,176.52	5.04
非流动资产	17,559.71	28,530.65	10,970.94	62.48
其中：可供出售金融资产净额	2,573.98	4,722.65	2,148.67	83.48
持有至到期投资净额				
长期应收款净额				
长期股权投资净额	2,295.90	6,610.49	4,314.59	187.93
投资性房地产净额	340.54	786.79	446.25	131.04
固定资产净额	8,297.30	10,655.30	2,358.00	28.42
在建工程净额				
工程物质净额				
固定资产清理				
生产性生物资产净额				
油气资产净额				
无形资产净额	674.00	1,669.59	995.59	147.71
开发支出				
商誉净额				
长期待摊费用	1,837.96	2,709.17	871.21	47.40

递延所得税资产	163.37	0.00	-163.37	-100.00
其他非流动资产	1,376.66	1,376.66		
资产总计	40,898.33	53,045.79	12,147.46	29.70
流动负债	27,293.74	27,293.74		
非流动负债	218.82	218.82		
负债总计	27,512.56	27,512.56		
净资产（所有者权益）	13,385.77	25,533.23	12,147.46	90.75

2、2016 年 11 月 1 日，银信资产评估有限公司出具了银信评报字（2016）沪第 1114 号《扬州明星牙刷有限公司股东全部权益价值追溯评估报告》，评估基准日为 1997 年 8 月 31 日，评估对象为明星牙刷截至评估基准日所拥有的股东全部权益价值，评估范围为明星牙刷截至评估基准日所拥有的全部资产和负债。经评估，评估对象截至评估基准日总资产价值为 352.88 万元，总负债 194.74 万元，净资产为 158.14 万元。

3、2016 年 11 月 1 日，银信资产评估有限公司出具了银信评报字（2016）沪第 1115 号《扬州市生态科技新城（原邗江县）杭集镇新生村房地产价值追溯评估报告》，评估基准日为 1997 年 8 月 31 日，评估对象为扬州明星牙刷有限公司资产收购所涉及的房地产，评估范围包括房屋建筑物及所涉土地费用，评估对象的市场价值为 27.08 万元。

4、2017 年 2 月 24 日，银信资产评估有限公司出具了银信财报字（2017）沪第 042 号《倍加洁集团股份有限公司涉及股份支付会计准则的会计计量评估报告》，对倍加洁集团截至 2016 年 6 月 30 日的股东全部权益价值进行评估，并以此作为公司于权益工具授予日的净资产公允价值，扣减职工获得此权益工具实际出价，以确定倍加洁集团在 2016 年 7 月至 2025 年 12 月间应确认的股份支付金额。经评估，采用收益法确定的公司股东全部权益价值评估结果为 59,600.00 万元，相对公司 2016 年 6 月末经审计账面净资产 21,166.29 万元，评估增值 38,433.71 万元，增值率为 181.58%。

第十一节 管理层讨论与分析

本节的财务会计数据及有关的分析说明反映了公司2014年12月31日、2015年12月31日、2016年12月31日及2017年6月30日经审计的资产负债表，2014年度、2015年度、2016年度及2017年1-6月经审计的利润表、现金流量表、所有者权益变动表以及财务报表附注的主要内容。

一、财务状况分析

（一）资产结构及其变动情况

报告期各期末，公司各类资产构成及其占比情况如下：

单位：万元

资产	2017年6月30日		2016年12月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	3,259.52	6.31%	3,254.37	6.43%	1,251.70	3.07%	3,174.27	8.09%
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-	-	-	44.38	0.11%
应收票据	2,947.22	5.71%	1,740.00	3.44%	319.00	0.78%	214.09	0.55%
应收账款	7,553.64	14.63%	9,376.77	18.53%	5,966.55	14.62%	4,928.73	12.56%
预付款项	540.49	1.05%	914.63	1.81%	778.78	1.91%	783.55	2.00%
其他应收款	622.82	1.21%	599.88	1.19%	1,965.27	4.82%	3,064.13	7.81%
存货	9,431.74	18.27%	9,757.40	19.29%	7,591.22	18.61%	8,952.28	22.80%
其他流动资产	346.31	0.67%	137.57	0.27%	1,589.39	3.90%	1,155.00	2.94%
流动资产合计	**24,701.75**	**47.84%**	**25,780.63**	**50.95%**	**19,461.91**	**47.70%**	**22,316.41**	**56.85%**
可供出售金融资产	1,202.00	2.33%	1,303.50	2.58%	2,136.10	5.24%	1,000.00	2.55%
长期股权投资	6,101.25	11.82%	5,594.43	11.06%	4,959.34	12.16%	2,812.76	7.17%
投资性房地产	61.85	0.12%	64.69	0.13%	70.35	0.17%	76.01	0.19%
固定资产	11,346.46	21.98%	11,367.94	22.47%	11,263.87	27.61%	10,764.14	27.42%
在建工程	2,721.98	5.27%	1,146.48	2.27%	-	-	-	-
无形资产	2,085.96	4.04%	2,138.67	4.23%	744.22	1.82%	679.00	1.73%
长期待摊费用	1,226.23	2.37%	1,412.74	2.79%	1,513.83	3.71%	1,095.08	2.79%
递延所得税资产	1,102.73	2.14%	1,107.82	2.19%	434.73	1.07%	289.32	0.74%
其他非流动资产	1,080.42	2.09%	678.64	1.34%	214.75	0.53%	223.44	0.57%
非流动资产合计	**26,928.87**	**52.16%**	**24,814.90**	**49.05%**	**21,337.18**	**52.30%**	**16,939.75**	**43.15%**
资产总计	**51,630.62**	**100.00%**	**50,595.53**	**100.00%**	**40,799.09**	**100.00%**	**39,256.16**	**100.00%**

报告期各期末，公司资产总额分别为 39,256.16 万元、40,799.09 万元、50,595.53 万元、51,630.62 万元，随着公司业务规模扩大，公司资产总额逐期增加。

（二）各项主要资产分析

1、流动资产的构成及变动分析

报告期各期末，公司各项流动资产的金额及占比情况如下：

单位：万元

资产	2017 年 6 月 30 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	3,259.52	13.20%	3,254.37	12.62%	1,251.70	6.43%	3,174.27	14.22%
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-	-	-	44.38	0.20%
应收票据	2,947.22	11.93%	1,740.00	6.75%	319.00	1.64%	214.09	0.96%
应收账款	7,553.64	30.58%	9,376.77	36.37%	5,966.55	30.66%	4,928.73	22.09%
预付款项	540.49	2.19%	914.63	3.55%	778.78	4.00%	783.55	3.51%
其他应收款	622.82	2.52%	599.88	2.33%	1,965.27	10.10%	3,064.13	13.73%
存货	9,431.74	38.18%	9,757.40	37.85%	7,591.22	39.01%	8,952.28	40.12%
其他流动资产	346.31	1.40%	137.57	0.53%	1,589.39	8.17%	1,155.00	5.18%
流动资产合计	**24,701.75**	**100.00%**	**25,780.63**	**100.00%**	**19,461.91**	**100.00%**	**22,316.41**	**100.00%**

公司的流动资产主要由应收账款、存货、货币资金构成。报告期各期末，上述三项资产合计占流动资产的比重分别为 76.42%、76.09%、86.84%及 81.96%。

（1）货币资金

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
库存现金	12.14	17.73	43.74	76.47
银行存款	2,314.55	2,473.13	564.76	1,030.78
其他货币资金	932.84	763.51	643.19	2,067.01
合计	**3,259.52**	**3,254.37**	**1,251.70**	**3,174.27**

报告期各期末，公司货币资金期末余额占流动资产的比例分别为 14.22%、6.43%、12.62%及 13.20%。2014 年末公司其他货币资金余额较高，主要系公司银行承兑汇票保证金期末余额较高所致。2015 年末银行存款期末余额较低，主

要系当年度公司在满足营运资金需求的情况下，为提高资金使用效率，购买可即时赎回、中低风险或保本固定收益型的短期理财产品。报告期内，公司货币资金变动受到经营活动、筹资活动与投资活动产生的现金流量的综合影响，其中经营活动产生的现金流入受到销售收入及应收款项回收、应收票据到期承兑或贴现的影响。报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 3,920.80 万元、7,715.88 万元及 7,915.39 万元及 3,321.40 万元，随着营业收入规模扩大而有所增长，现金流情况较好；投资活动产生的现金流出主要系长期资产购置及购买理财产品；融资活动产生的现金流出主要系向股东分配利润所致。报告期各期现金流量的具体情况请参见招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析/三、现金流量分析”的相关内容。

报告期各期末，公司货币资金余额中，存在使用限制的项目主要为银行承兑汇票保证金、定期存单、信用证保证金、质押保证金等。报告期内各年末受限货币资金明细如下：

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
银行承兑汇票保证金	932.84	85.55%	761.28	52.18%	550.40	85.59%	1,182.52	52.24%
信用证保证金	-	-	2.23	0.15%	92.68	14.41%	25.90	1.14%
人民币对公代客资金保证金	-	-	-	-	-	-	2.00	0.09%
质押保证金	-	-	-	-	-	-	500.00	22.09%
远期结汇保证金	-	-	-	-	-	-	43.20	1.91%
定期存单	157.58	14.45%	695.53	47.67%	-	-	510.00	22.53%
合计	**1,090.42**	**100.00%**	**1,459.05**	**100.00%**	**643.08**	**100.00%**	**2,263.62**	**100.00%**

（2）应收票据

报告期各期末，公司应收票据分别为 214.09 万元、319.00 万元、1,740.00 万元及 2,947.22 万元，主要系国内客户用于支付结算的银行承兑汇票。公司客户主要采用电汇方式支付货款，2016 年度以来，公司个别客户增加了银行承兑汇票的付款比例，期末应收票据余额上升较快。

（3）应收账款

①应收账款的金额及变动情况

报告期内，公司应收账款的变动趋势及其与公司业务规模的比较情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日/2017 年 1-6 月	2016 年 12 月 31 日/2016 年度	2015 年 12 月 31 日/2015 年度	2014 年 12 月 31 日/2014 年度
应收账款	7,553.64	9,376.77	5,966.55	4,928.73
应收账款同比增幅	-	57.16%	21.06%	-
总资产	51,630.62	50,595.53	40,799.09	39,256.16
应收账款占总资产的比例	14.63%	18.53%	14.62%	12.56%
营业收入	31,492.34	62,558.75	47,197.66	44,694.64
应收账款占营业收入的比例	23.99%[注 2]	14.99%	12.64%	11.03%

注：
1、上表中应收账款为扣除坏账准备后的净值。
2、上表中，2017 年 1-6 月应收账款占营业收入的比例未经年化。

报告期各期末，公司应收账款分别为 4,928.73 万元、5,966.55 万元、9,376.77 万元及 7,553.64 万元。随着公司营业收入持续较快增长、业务规模不断扩大，公司应收账款逐期增长。报告期各期末，应收账款占总资产及营业收入的比例较低，处于合理水平，亦符合公司的销售模式与业务特征。公司采取以 ODM 为主、兼顾自主品牌的销售模式，其中，自主品牌又主要以经销模式实现销售。

A. ODM 销售的收款政策及结算方式

公司 ODM 客户一般业务规模较大，具备良好的商业信誉及偿付能力，公司综合考虑客户的业务规模、历史回款情况、合作时间等因素，确定对客户不同的收款政策和结算方式，主要类型如下：

（a）国内销售

i. 公司一般授予国内客户对账开票后 30 天的信用期； ii. 对合作时间较长、业务规模较大的战略客户，授予对账开票或发货后 60-90 天的信用期；iii. 对个别订单规模有限的客户或新增客户，执行“款到发货”的收款政策。

国内客户主要采用电汇方式支付货款，少量客户采用银行承兑汇票方式进行

结算。

（b）境外销售

i. 客户于订单确认后支付一定比例的定金，发货并提供海运提单复印件后支付余款；ii. 客户于公司发货并提供海运提单复印件后支付全款；iii. 公司发货并提供海运提单复印件或船开后授予客户 30-60 天的信用期；iv. 客户收货后授予 30-60 天的信用期。

境外客户主要采用 T/T 电汇方式支付货款，少量客户采用 D/P 付款交单、即期信用证的方式进行结算。

B. 经销销售的收款政策及结算方式

（a）公司对绝大部分经销商客户执行“款到发货”的收款政策；（b）针对业绩稳定、偿付能力和合作情况较好的经销商，在经销商主动申请、经公司审批通过后，公司给予个别客户一定的信用额度及不超过 30 天的信用期。对于给予信用期的经销商，公司要求在当次欠款结清后公司才会进行下次销售。

报告期内，公司 ODM、经销模式的销售金额和占比情况如下表：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	销售金额	占主营业务收入比重	销售金额	占主营业务收入比重	销售金额	占主营业务收入比重	销售金额	占主营业务收入比重
ODM	27,362.12	87.10%	54,286.95	87.01%	39,748.18	84.46%	37,332.30	83.74%
经销	2,715.11	8.64%	6,102.33	9.78%	5,668.30	12.04%	5,956.83	13.36%
总计	**30,077.22**	**95.74%**	**60,389.28**	**96.79%**	**45,416.48**	**96.50%**	**43,289.13**	**97.10%**

公司对 ODM 客户授予一定的信用期。报告期各期末，公司期末应收账款占营业收入的比例小幅提高，主要系 ODM 销售金额及占比逐年提高所致。

② 各季度应收账款情况

报告期内，发行人各季度应收账款期末余额及其占营业收入的比例情况如下表所示：

单位：万元

季度	项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
2014年度	期末应收账款	3,841.56	6,171.98	4,688.95	5,259.53
	季度营业收入	8,590.11	12,557.54	12,261.00	11,285.98
	应收账款/季度营业收入	44.72%	49.15%	38.24%	46.60%
	应收账款/全年营业收入	8.60%	13.81%	10.49%	11.77%
2015年度	期末应收账款	4,849.07	5,889.66	6,490.41	6,453.85
	季度营业收入	10,307.50	11,797.20	12,459.51	12,633.44
	应收账款/季度营业收入	47.04%	49.92%	52.09%	51.09%
	应收账款/全年营业收入	10.27%	12.48%	13.75%	13.67%
2016年度	期末应收账款	7,966.94	8,462.57	9,777.78	9,983.13
	季度营业收入	13,099.91	15,738.86	16,423.15	17,296.83
	应收账款/季度营业收入	60.82%	53.77%	59.54%	57.72%
	应收账款/全年营业收入	12.74%	13.53%	15.63%	15.96%
2017年1-6月	期末应收账款	7,257.23	8,058.01	-	-
	季度营业收入	15,178.19	16,314.15	-	-
	应收账款/季度营业收入	47.81%	49.39%	-	-
	应收账款/当期营业收入[注]	23.04%	25.59%	-	-

注：上表中，2017 年 1-6 月应收账款/当期营业收入未经年化。

③应收账款客户分析

报告期各期末，公司应收账款余额前五名客户金额及其占应收账款余额的比例情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	应收账款余额	占比
2017 年 6 月 30 日			
1	广州薇美姿实业有限公司	2,262.15	28.07%
2	常州大亚进出口有限公司	621.66	7.71%
3	重庆登康口腔护理用品股份有限公司	584.83	7.26%
4	Medline Industries, Inc.	449.46	5.58%
5	Ranir LLC	358.77	4.45%
合计		**4,276.86**	**53.08%**
2016 年 12 月 31 日			
1	广州薇美姿实业有限公司	3,855.96	38.62%
2	重庆登康口腔护理用品股份有限公司	1,195.65	11.98%
3	Medline Industries, Inc.	784.05	7.85%
4	Ranir LLC	420.70	4.21%

5	Cardinal Health Singapore 225 PTE LTD	317.13	3.18%
合计		**6,573.49**	**65.84%**
2015 年 12 月 31 日			
1	梅州佳杰日用品有限公司	1,557.85	24.14%
2	广州薇美姿个人护理用品有限公司	879.66	13.63%
3	重庆登康口腔护理用品股份有限公司	698.83	10.83%
4	HS Enterprise Investment Limited	292.90	4.54%
5	Cardinal Health Singapore 225 PTE LTD	284.09	4.40%
合计		**3,713.33**	**57.54%**
2014 年 12 月 31 日			
1	广州薇美姿个人护理用品有限公司	2,082.88	39.60%
2	重庆登康口腔护理用品股份有限公司	412.78	7.85%
3	Medline Industries, Inc.	293.70	5.58%
4	武汉屈臣氏个人用品商店有限公司	284.56	5.41%
5	HS Enterprise Investment Limited	220.13	4.19%
合计		**3,294.05**	**62.63%**

注：
1、公司 2015 年前向广州薇美姿个人护理用品有限公司销售产品，自 2016 年起向广州薇美姿个人护理用品有限公司关联企业广州薇美姿实业有限公司销售产品；
2、HS Enterprise Investment Limited 系公司实际控制人张文生控制的企业。

上述客户业务规模、经营水平及偿付能力较高，与公司业务合作稳定，报告期内货款回收及时，信用状况较好，各期末绝大部分应收账款账龄在 1 年以内，发生坏账而无法收回的风险较小。

2016 年末，广州薇美姿实业有限公司应收账款余额较高，主要系 2016 年第四季度公司向其销售金额相对较大所致，期后均已收回。

④应收账款账龄结构、坏账准备计提情况分析

公司应收账款坏账准备计提政策参见招股说明书“第十节 财务会计信息”之“四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（六）应收款项坏账准备”。

报告期各期末，公司应收账款账面余额的账龄结构及坏账准备如下表所示：

单位：万元

账龄	应收账款余额	占比	坏账准备
2017 年 6 月 30 日			
1 年以内	7,988.11	99.13%	441.21
1 至 2 年	69.85	0.87%	63.11
2 至 3 年	-	-	-
3 年以上	0.05	0.00%	0.05
合计	**8,058.01**	**100.00%**	**504.37**
2016 年 12 月 31 日			
1 年以内	9,974.20	99.91%	598.54
1—2 年	1.59	0.02%	0.63
2—3 年	0.54	0.01%	0.37
3 年以上	6.81	0.07%	6.81
合计	**9,983.13**	**100.00%**	**606.36**
2015 年 12 月 31 日			
1 年以内	6,145.06	95.22%	307.25
1—2 年	127.13	1.97%	50.85
2—3 年	174.88	2.71%	122.42
3 年以上	6.78	0.11%	6.78
合计	**6,453.85**	**100.00%**	**487.30**
2014 年 12 月 31 日			
1 年以内	5,071.50	96.43%	253.56
1—2 年	181.24	3.45%	72.50
2—3 年	6.78	0.13%	4.75
3 年以上	0.00	0.00-	0.00
合计	**5,259.53**	**100.00%**	**330.80**

报告期各期末，公司账龄在 1 年以内的应收账款占比分别为 96.43%、95.22%、99.91%及 99.13%，应收账款账龄结构合理。

公司应收账款坏账准备计提政策与同行业可比公司的对比情况如下：

账龄	三椒口腔	云南白药	两面针	诺斯贝尔	维尼健康	中顺洁柔	发行人
1 年以内	3%	5%	0%/5%[注]	5%	2%	2%/5%[注]	5%
1－2 年	10%	30%	10%	10%	20%	15%	40%
2－3 年	20%	60%	20%	20%	50%	30%	70%

3－4 年	50%	100%	40%	30%	100%	50%	100%
4－5 年	80%	100%	40%	50%	100%	50%	100%
5 年以上	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

数据来源：同行业可比公司 2017 年半年报

注：

1、两面针：对账龄在 6 个月以内的应收账款不计提坏账准备；对账龄在 6 个月至 1 年以内的应收账款，坏账计提比例为 5%；

2、中顺洁柔：对处于信用期内的应收账款，坏账计提比例为 2%；对超过信用期的应收账款，坏账计提比例为 5%。

公司应收账款坏账准备计提政策较同行业可比公司更为谨慎，坏账准备计提充分。

（4）预付款项

公司预付款项主要为预付采购货款，报告期各期末公司预付款项金额分别为 783.55 万元、778.78 万元、914.63 万元及 540.49 万元，占流动资产的比例分别为 3.51%、4.00%、3.55%及 2.19%，总体规模相对较小。报告期各期末，公司账龄在 1 年以内的预付款项占比分别为 97.30%、98.98%、98.30%及 98.90%。

截至 2017 年 6 月 30 日，公司预付款项余额前五名情况如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	金额	占比
1	国网江苏省电力公司扬州供电公司	180.52	33.40%
2	WINDSOR LOCKS NONWOVENS INC	32.37	5.99%
3	上海瑞风国际物流有限公司	31.23	5.78%
4	江阴圣马罐业有限公司	30.05	5.56%
5	江苏省电力公司宿迁供电公司	23.52	4.35%
合计		**297.70**	**55.08%**

（5）其他应收款

公司其他应收款主要项目为借款、保证金、业务备用金等。报告期各期末，公司其他应收款分别为 3,064.13 万元、1,965.27 万元、599.88 万元及 622.82 万元，占流动资产的比例分别为 13.73%、10.10%、2.33%及 2.52%。

①其他应收款余额的具体构成

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
保证金	365.43	419.60	1,003.33	182.76
借款	179.00	169.78	1,865.12	3,100.55
业务备用金	56.77	68.08	25.20	26.95
应收基金份额赎回款	106.54	-	-	-
其他	44.45	45.36	34.50	34.50
合计	**752.19**	**702.82**	**2,928.15**	**3,344.75**

2014 至 2016 年末，公司其他应收款及其占流动资产的比例逐年下降，主要系公司加紧借款回收力度，借款金额减少较快。报告期各期末，公司借款余额分别为 3,100.55 万元、1,865.12 万元、169.78 万元及 179.00 万元，具体情况如下：

单位：万元

应收对象	期间	期初余额	本期借出	利息计提	本期收到	期末余额	借款原因及资金用途	还款资金来源	年借款利率
管顺安	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	865.34	40	9.44	914.78	-	购买房产	自有资金	5.00%
	2015 年	1,548.33	164	53	900	865.34	购买房产	自有资金	5.00%
	2014 年	-	1,500.00	48.33	-	1,548.33	购买房产	-	5.00%
皇冠房地产	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	-	-	-	-	-	-	-	-
	2015 年	436.35	-	0.57	436.92	-	-	企业经营所得	7.50%
	2014 年	3,239.96	89.64	139.49	3,032.74	436.35	购置土地、归还银行借款	企业经营所得	7.50%
台州新大力印刷有限公司	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	300	-	-	300	-	-	企业经营所得	-
	2015 年	300	-	-	-	300	-	-	-
	2014 年	-	300	-	-	300	用于生产经营	-	-
扬州昊天服饰有限公司	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	200	-	-	200	-	-	企业经营所得	-
	2015 年	200	-	-	-	200	-	-	-
	2014 年	200	-	-	-	200	-	-	-
扬州天润日化有限公	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	-	-	-	-	-	-	-	-

司	2015 年	120	-	-	120	-	-	企业经营所得	-
	2014 年	-	120	-	-	120	用于生产经营	-	-
扬州劲松塑胶制品有限公司	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	-	-	-	-	-	-	-	-
	2015 年	-	-	-	-	-	-	-	-
	2014 年	300	80	-	380	-	用于生产经营	企业经营所得	-
扬州市旅游日用品制造总厂	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	-	-	-	-	-	-	-	-
	2015 年	-	-	-	-	-	-	-	-
	2014 年	300	-	-	300	-	-	企业经营所得	-
扬州亿佳人日化有限公司	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	50	-	-	50	-	-	企业经营所得	-
	2015 年	-	210	-	160	50	用于生产经营	企业经营所得	-
	2014 年	-	-	-	-	-	-	-	-
扬州赛特刷业有限公司	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	50	-	-	50	-	-	企业经营所得	-
	2015 年	-	50	-	-	50	用于生产经营	-	-
	2014 年	-	-	-	-	-	-	-	-
徐秋萍	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	117.92	-	-	117.92	-	-	自有资金	-
	2015 年	117.92	-	-	-	117.92	-	-	-
	2014 年	-	117.92	-	-	117.92	个人支出	-	-
徐勇	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	40	-	-	40	-	-	自有资金	-
	2015 年	40	80	-	80	40	企业经营周转	自有资金	-
	2014 年	-	40	-	-	40	企业经营周转	-	-
姜强	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	20	-	-	20	-	-	自有资金	-
	2015 年	15	5	-	-	20	改善家庭生活	-	-
	2014 年	10	11	-	6	15	改善家庭生活	-	-
嵇玉芳	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	0.5	-	-	0.5	-	-	自有资金	-

	2015 年	7.6	-	-	7.1	0.5	-	自有资金	-
	2014 年	7.6	-	-	-	7.6	-	-	-
徐玲	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	16	-	-	16	-	-	自有资金	-
	2015 年	6.5	16	-	6.5	16	支付购房费用	自有资金	-
	2014 年	14.5	-	-	8	6.5	-	自有资金	-
蔡君鑫	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	-	-	-	-	-	-	-	-
	2015 年	6.4	-	-	6.4	-	-	自有资金	-
	2014 年	6.4	-	-	-	6.4	-	-	-
耿宜鹏	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	5.1	-	-	5.1	-	-	自有资金	-
	2015 年	5.1	-	-	-	5.1	-	-	-
	2014 年	5.1	-	-	-	5.1	-	-	-
王新余	2017 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016 年	2	-	-	2	-	-	自有资金	-
	2015 年	2	-	-	-	2	-	-	-
	2014 年	2	-	-	-	2	-	-	-
其他员工借款	2017 年 1-6 月	169.78	20.77	-	11.55	179.00	改善家庭生活	自有资金	-
	2016 年	198.26	49.08	-	77.56	169.78	改善家庭生活	自有资金	-
	2015 年	295.35	38.9	-	135.99	198.26	改善家庭生活	自有资金	-
	2014 年	148.8	209.73	-	63.18	295.35	改善家庭生活	自有资金	-

2015 年末，公司保证金较上年末增加 820.57 万元，主要系公司向扬州杭集工业园经济发展有限公司支付的保证金 650 万元，已于 2016 年 9 月收回；此外，2013 年 12 月至 2014 年 8 月期间，公司从德国进口 10 台牙刷包装机，因公司向海关申报的商品税号错误导致应缴纳的 1,355,920.68 元税款没有缴纳。针对上述事项，公司主动缴纳了 300 万元保证金，出于谨慎性原则，公司对上述 300 万元保证金全额计提了坏账准备。报告期各期末，发行人保证金中五万元（含）以上的保证金具体构成情况如下：

单位：万元

支付对象	形成原因	账龄	金额	占合计保证金的比例
2017 年 6 月 30 日				

扬州市财政局	新型墙体材料专项基金	1 年以内	75.06	20.54%
	扬尘排污费保证金	1 年以内	62.56	17.12%
	扬州市建筑安装管理处保证金	1 年以内	52.00	14.23%
中华人民共和国扬州海关	进口料件保证金	1 年以内	37.34	10.22%
支付宝（中国）网络技术有限公司	电商保证金	1 年以内 21.63 万元；2-3 年 6 万元；3 年以上 6 万元；	33.62	9.20%
重庆登康口腔护理用品股份有限公司	履约保证金	2-3 年	30.00	8.21%
扬州市生态科技新城管理委员会财政审计局	保证金	1 年以内	28.80	7.88%
北京京东世纪贸易有限公司	电商保证金	1-2 年 3.2 万元；2-3 年 2.65 万元	5.85	1.60%
烟台新时代健康产业日化有限公司	保证金	1 年以内	5.00	1.37%
宿迁市开诚实业有限公司	厂房押金	3 年以上	5.00	1.37%
杭集镇财政所	项目开口保证金	1 年以内	5.00	1.37%
2016 年 12 月 31 日				
扬州市生态科技新城管理委员会财政审计局	购地履约保证金	1 年以内	144.00	34.32%
扬州市财政局	新型墙体材料专项基金	1 年以内	75.06	17.89%
	扬尘排污费保证金	1 年以内	62.56	14.91%
	扬州市建筑安装管理处保证金	1 年以内	52.00	12.39%
重庆登康口腔护理用品股份有限公司	履约保证金	1-2 年	30.00	7.15%
中华人民共和国扬州海关	进口料件保证金	1-2 年	15.24	3.63%
支付宝（中国）网络技术有限公司	电商保证金	1 年以内	12.00	2.86%
北京京东世纪贸易有限公司	电商保证金	1-2 年 2.65 万元；1 年以内 3.20 万元	5.85	1.39%
扬州市广陵区杭集镇财政所国库集中收付中心	工程质量保证金	1 年以内	5.00	1.19%
宿迁市开诚实业有限公司	厂房押金	3 年以上	5.00	1.19%
2015 年 12 月 31 日				
扬州杭集工业园经济发展有限公司	土地款保证金	1 年以内	650.00	64.78%
江苏省扬州市海关缉私局	保证金	1 年以内	300.00	29.90%
重庆登康口腔护理用品股份有限公司	履约保证金	1 年以内	30.00	2.99%
广东咏声文化传播有限公司	履约保证金	3 年以上	5.00	0.50%
宿迁市开诚实业有限公司	厂房押金	3 年以上	5.00	0.50%
2014 年 12 月 31 日				
中华人民共和国扬州海关	应收出口退税款	1 年以内	61.67	33.74%

扬州杭集洗漱用品产业投资有限公司	会员保证金	1-2 年	50.00	27.36%
广陵区中小企业应急互助协会	会员保证金	1-2 年	30.00	16.42%
中华人民共和国扬州海关	进口料件保证金	1 年以内	29.00	15.87%
广东咏声文化传播有限公司	履约保证金	2-3 年	5.00	2.74%
宿迁市开诚实业有限公司	厂房押金	2-3 年	5.00	2.74%

② 其他应收款的账龄结构

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
1 年以内	547.39	72.77%	509.74	72.53%	1,543.44	52.71%	2,932.55	87.68%
1-2 年	22.49	2.99%	74.90	10.66%	1,098.64	37.52%	344.05	10.29%
2-3 年	79.73	10.60%	69.72	9.92%	256.37	8.76%	11.80	0.35%
3 年以上	102.58	13.64%	48.46	6.90%	29.69	1.01%	56.35	1.68%
合计	**752.19**	**100.00%**	**702.82**	**100.00%**	**2,928.15**	**100.00%**	**3,344.75**	**100.00%**

③ 截至 2017 年 6 月 30 日，公司其他应收账款中欠款金额前五名情况如下：

单位：万元

序号	项目	款项性质	余额	占其他应收款期末余额合计数的比例
1	扬州市财政局	新型墙体材料专项基金保证金、扬尘排污费保证金、扬州市建筑安装管理处保证金	189.62	25.21%
2	诺亚正行（上海）基金销售投资顾问有限公司	应收基金份额赎回款	106.54	14.16%
3	宿迁市开诚实业有限公司	应退房租租金	44.45	5.91%
4	中华人民共和国扬州海关	进口料件保证金	37.34	4.96%
5	重庆登康口腔护理用品股份有限公司	押金保证金	30.00	3.99%
合计			**407.95**	**54.24%**

（6）存货

① 期末存货构成情况

报告期各期末，公司存货价值的构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
在途物资	-	-	-	-	-	-	19.78	0.22%

原材料	2,895.55	30.70%	3,434.67	35.20%	2,215.86	29.19%	2,588.71	28.92%
库存商品	3,834.16	40.65%	3,992.41	40.92%	3,127.30	41.20%	4,049.13	45.23%
发出商品	552.07	5.85%	552.73	5.66%	951.96	12.54%	751.51	8.39%
委托加工物资	27.20	0.29%	108.08	1.11%	18.65	0.25%	51.35	0.57%
周转材料	43.14	0.46%	48.95	0.50%	92.02	1.21%	100.29	1.12%
在产品	2,029.80	21.52%	1,575.83	16.15%	1,165.44	15.35%	1,377.54	15.39%
委托代销产品	49.83	0.53%	44.74	0.46%	19.99	0.26%	13.96	0.16%
合计	**9,431.74**	**100.00%**	**9,757.40**	**100.00%**	**7,591.22**	**100.00%**	**8,952.28**	**100.00%**

报告期各期末，公司存货价值分别为 8,952.28 万元、7,591.22 万元、9,757.40 万元及 9,431.74 万元，占流动资产的比例分别为 40.12%、39.01%、37.85%及 38.18%，占总资产的比例分别为 22.80%、18.61%、19.29%及 18.27%。

报告期各期末，公司存货主要为原材料、库存商品和在产品。公司生产模式为“以销定产加安全库存”，生产部门根据销售部门的指令安排生产。公司销售模式以 ODM 为主，ODM 生产是由销售部根据客户订单情况下达生产指令，自主品牌生产由销售部市场预测情况进行排产，并保持一定安全库存，整体而言存货余额较为稳定。2016 年末，公司存货余额相对 2015 年末有所增加，主要系公司当年销售收入增长较快，年底综合考虑次年市场需求和销售预期，加大库存商品、在产品及原材料的储备。

② 报告期各期末存货库龄情况

A、2017 年 6 月末存货库龄结构：

单位：万元

项目	1 个月以内	2-3 个月	4-6 个月	7-9 个月	10-12 个月	一年以上	总计
库存商品	2,934.21	463.30	173.25	136.04	58.11	69.25	3,834.16
原材料	1,778.02	363.14	170.43	209.04	58.00	316.92	2,895.55
周转材料	20.88	4.27	1.45	2.54	3.98	10.02	43.14
在产品	1,949.74	61.38	1.24	1.98	1.20	14.27	2,029.80
发出商品	529.18	15.49	5.93	1.46	-	-	552.07
委托代销商品	-	-	-	-	49.83	-	49.83
委托加工物资	26.49	0.55	0.10	0.03	-	0.02	27.20
合计	**7,238.53**	**908.12**	**352.40**	**351.09**	**171.12**	**410.48**	**9,431.74**
占比	**76.75%**	**9.63%**	**3.74%**	**3.72%**	**1.81%**	**4.35%**	**100.00%**

B、2016 年末存货库龄结构：

单位：万元

项目	1 个月以内	2-3 个月	4-6 个月	7-9 个月	10-12 个月	一年以上	总计
库存商品	3,077.08	384.32	6.65	400.66	82.42	41.27	3,992.41
原材料	2,597.60	282.52	52.01	368.88	36.12	97.55	3,434.67
周转材料	22.15	4.44	5.63	4.62	0.77	11.34	48.95
在产品	1,550.17	5.16	1.63	4.31	0.61	13.94	1,575.83
发出商品	420.94	22.74	40.48	64.12	0.10	4.34	552.73
委托代销商品	44.74	-	-	-	-	-	44.74
委托加工物资	98.25	8.56	-	1.25	0.02	-	108.08
合计	**7,810.94**	**707.74**	**106.39**	**843.84**	**120.05**	**168.45**	**9,757.40**
占比	**80.05%**	**7.25%**	**1.09%**	**8.65%**	**1.23%**	**1.73%**	**100.00%**

C、2015 年末存货库龄结构：

单位：万元

项目	1 个月以内	2-3 个月	4-6 个月	7-9 个月	10-12 个月	一年以上	总计
库存商品	2,508.39	272.30	163.35	25.93	12.00	145.33	3,127.30
原材料	1,453.51	88.71	193.32	96.37	183.34	200.61	2,215.86
周转材料	57.00	7.84	5.62	3.33	4.41	13.81	92.02
在产品	1,130.24	9.84	18.35	0.38	5.16	1.47	1,165.44
发出商品	915.98	17.58	3.33	2.96	7.07	5.03	951.96
委托代销商品	19.99	-	-	-	-	-	19.99
委托加工物资	16.77	0.03	0.02	0.83	-	1.00	18.65
合计	**6,101.87**	**396.31**	**383.99**	**129.80**	**211.99**	**367.26**	**7,591.22**
占比	**80.38%**	**5.22%**	**5.06%**	**1.71%**	**2.79%**	**4.84%**	**100.00%**

D、2014 年末存货库龄结构：

单位：万元

项目	1 个月以内	2-3 个月	4-6 个月	7-9 个月	10-12 个月	一年以上	总计
在途物资	19.78	-	-	-	-	-	19.78
库存商品	3,054.47	606.77	171.43	104.70	2.23	109.54	4,049.13
原材料	1,648.50	403.69	203.32	157.55	28.70	146.96	2,588.71
周转材料	72.01	7.48	11.61	2.52	1.17	5.50	100.29
在产品	1,305.69	43.82	15.24	2.75	1.08	8.96	1,377.54
发出商品	715.85	22.68	12.98	-	-	-	751.51
委托代销商品	13.96	-	-	-	-	-	13.96
委托加工物资	35.13	12.33	0.29	3.01	0.14	0.45	51.35
合计	**6,865.38**	**1,096.77**	**414.86**	**270.53**	**33.32**	**271.41**	**8,952.28**
占比	**76.69%**	**12.25%**	**4.63%**	**3.02%**	**0.37%**	**3.03%**	**100.00%**

报告期内公司存货库龄整体较短，其中库龄在 1 个月以内的存货占比分别为 76.69%、80.38%、80.05%和 76.75%，占比较高。库龄在 1 年以上的存货占比分别为 3.03%、4.84%、1.73%和 4.35%，占比较低，主要为原材料和库存商品。

库龄一年以上的存货主要为原材料及库存商品，其中库龄一年以上原材料主要为刷丝，为迎合客户需求及市场趋势，公司设计开发了更多功能性牙刷产品，更多选用进口刷丝，由于部分功能性刷丝具有一定的起订量要求，在短时间未被生产消耗，刷丝保质期一般较长，后续仍可用于生产使用。此外，公司备有产品陈列架、设备配件等辅料，该类原材料不随生产周期而大量消耗，因此库龄较长。对于该类原材料，公司定期进行检查，2017 年 6 月末原材料跌价准备余额为 24 万元。

库龄一年以上的库存商品主要为少量自有品牌备库产品，截至报告期末，公司对该部分库龄较长的库存商品已进行了减值测试并计提了存货跌价准备。

③ 报告期内发出商品情况

报告期各期末，发行人发出商品金额及占存货比重较小，发出商品期后结转及收入确认情况如下：

单位：万元

期间	发出商品	期后结转	期后确认收入	未结转金额
2017 年 6 月 30 日	552.07	529.67	804.36	22.40
2016 年 12 月 31 日	552.73	552.73	878.37	-
2015 年 12 月 31 日	951.96	951.96	1,404.73	-
2014 年 12 月 31 日	751.51	751.51	1,000.12	-

注：发出商品期后结转截止日期为 2017 年 8 月 31 日。

公司发出商品主要包括牙刷、湿巾和口腔清洁护理用品，报告期内发出商品金额及占存货比重较小，报告期各期末单个客户发出商品金额在 10 万元以上的具体构成情况如下：

A、2017 年 6 月末发出商品具体构成

单位:万元

客户名称	发出商品金额	产品类别	发出时间	期后结转金额	期后确认收入金额

Solent Manufacturing Limited	95.39	牙刷、其他口腔护理用品	1 个月以内	95.39	144.35
	0.04	牙刷	4-6 个月	-	-
K.ONISHI & CO., LTD	62.83	牙刷	1 个月以内	62.83	86.11
	11.89	牙刷、其他口腔护理用品	2-3 个月	11.71	16.92
	0.18	其他口腔护理用品	4-6 个月	0.18	0.34
	0.35	其他口腔护理用品	7-9 个月	-	-
Ranir LLC	59.07	牙刷	1 个月以内	59.07	79.73
Cardinal Health	35.84	湿巾	1 个月以内	35.84	52.92
杭州纳美科技有限公司	28.61	牙刷	1 个月以内	28.61	35.74
KURON CORPORATION LIMITED	17.11	其他口腔护理用品	1 个月以内	17.11	31.97
申艳艳	7.66	牙刷	1 个月以内	5.37	8.59
	2.28	牙刷	2-3 个月	2.21	3.56
	5.71	牙刷	4-6 个月	4.33	7.36
	0.87	牙刷	7-9 个月	0.17	0.20
SHOPPERS DRUG MART	16.29	牙刷	1 个月以内	16.29	28.39
上海天翌电子商务有限公司	15.98	牙刷	1 个月以内	15.98	33.50
DYAD MEDICAL SOURCING LLC	13.93	湿巾	1 个月以内	13.93	17.45
ATICO BUYING SERVICES LIMITED	13.04	其他口腔护理用品	1 个月以内	13.04	24.75
Medline Industries, Inc.	11.97	湿巾	1 个月以内	11.97	12.10
	0.06	湿巾	2-3 个月	0.06	0.06
AmorePacific Corporation	11.69	牙刷	1 个月以内	11.69	16.47
Toby's B.V.	11.56	牙刷	1 个月以内	11.56	17.72
A.S.Watson Retail (HK) Limited	10.80	牙刷	1 个月以内	10.80	24.84
YISU TRADING CO.,LTD	10.02	牙刷	1 个月以内	10.02	17.72
小计	**443.18**	-	-	**438.16**	**651.34**
占比	**80.28%**	-	-	**82.72%**	**81.94%**

注：期后结转和期后确认收入金额系指截至 2017 年 8 月 31 日结转或确认收入的金额。

B、2016 年末发出商品具体构成

单位：万元

客户名称	发出商品金额	产品类别	发出时间	期后结转金额	期后确认收入金额
Medline Industries, Inc.	94.19	湿巾	1 个月以内	94.19	111.73
中百仓储超市有限公司	14.65	牙刷	1 个月以内	14.65	31.35
	12.43	牙刷	2-3 个月	12.43	31.35

	20.26	牙刷	4-6 个月	20.26	53.06
	40.11	牙刷	7-9 个月	40.11	76.50
K.ONISHI & CO., LTD	56.78	牙刷、其他口腔护理用品	1 个月以内	56.78	79.71
	5.94	牙刷	2-3 个月	5.94	8.54
	1.66	牙刷	7-9 个月	1.66	2.21
程鸣	61.88	牙刷	1 个月以内	61.88	142.31
HEB Grocery Company	31.52	牙刷	1 个月以内	31.52	54.59
Medline International	31.11	湿巾	1 个月以内	31.11	36.40
Drammock International Limited	20.34	湿巾、其他口腔护理用品	1 个月以内	20.34	29.81
刷乐国际股份有限公司	19.91	牙刷	1 个月以内	19.91	34.29
AmorePacific Corporation	17.15	牙刷	1 个月以内	17.15	27.58
烟台新时代健康产业日化有限公司	11.15	牙刷	1 个月以内	11.15	18.46
小计	**439.10**	-	-	**439.10**	**737.90**
占比	**79.44%**	-	-	**79.44%**	**84.01%**

注：期后结转和期后确认收入金额指截至 2017 年 6 月 30 日结转或确认收入的金额。

C、2015 年末发出商品具体构成

单位：万元

客户名称	发出商品金额	产品类别	发出时间	期后结转金额	期后确认收入金额
Medline Industries, Inc.	242.85	湿巾	1 个月以内	242.85	307.21
HS Enterprise Investment Limited	84.92	牙刷、湿巾、其他口腔护理用品	1 个月以内	84.92	124.23
K.ONISHI & CO., LTD	61.47	牙刷	1 个月以内	61.47	84.02
	9.73	牙刷	2-3 个月	9.73	13.91
	1.04	其他口腔护理用品	7-9 个月	1.04	1.74
Ranir LLC	36.12	牙刷	1 个月以内	36.12	49.97
Dyad Medical Sourcing LLC	33.67	湿巾	1 个月以内	33.67	42.25
程鸣	28.88	牙刷	1 个月以内	28.88	70.37
Cosmed Industria de Cosmeticos e Medicamentos S.A.	27.19	牙刷	1 个月以内	27.19	41.00
Owens &Minor Distribution, Inc	26.55	湿巾	1 个月以内	26.55	34.95
柳州两面针股份有限公司	24.83	牙刷	1 个月以内	24.83	31.47
Rodemnamu Co., Ltd	21.96	牙刷	1 个月以内	21.96	40.14
Australian Linen Supply	19.75	湿巾	1 个月以内	19.75	24.99

Drammock International Limited	18.95	湿巾	1 个月以内	18.95	25.35
HEB Grocery Company	18.08	牙刷	1 个月以内	18.08	29.09
Condor Nordeste Industria e Comercio Ltda.	16.96	牙刷	1 个月以内	16.96	25.75
烟台新时代健康产业日化有限公司	16.96	牙刷	1 个月以内	16.96	27.69
Dukal Corporation	15.43	湿巾	1 个月以内	15.43	19.41
博美嘉塑胶（深圳）有限公司	6.44	其他口腔护理用品	1 个月以内	6.44	11.12
	8.67	其他口腔护理用品	2-3 个月	8.67	8.84
PZ Cussons Singapore Private Limited	14.35	牙刷	1 个月以内	14.35	21.32
RAYBURN TRADING CO Ltd	14.17	湿巾	1 个月以内	14.17	15.94
Cardinal Health	12.79	湿巾	1 个月以内	12.79	120.65
	0.40	湿巾	2-3 个月	0.40	0.66
上海天翌电子商务有限公司	12.34	牙刷	1 个月以内	12.34	-
Laboratoires Blue Skin	11.68	湿巾	1 个月以内	11.68	13.85
Stöpler Instrumenten & Apparaten B.V.	10.71	湿巾	1 个月以内	10.71	10.44
CLIO CO., LTD	10.70	牙刷	1 个月以内	10.70	16.46
Ellipse S.A.	10.63	牙刷、其他口腔护理用品	1 个月以内	10.63	16.86
小计	**818.23**	-	-	**818.23**	**1,229.68**
占比	**85.95%**	-	-	**85.95%**	**87.54%**

注：期后结转和期后确认收入金额指期后 1 年内结转或确认收入的金额

D、2014 年末发出商品具体构成

单位：万元

客户名称	发出商品金额	产品类别	发出时间	期后结转金额	期后确认收入金额
Medline Industries, Inc.	133.69	湿巾	1 个月以内	133.69	169.13
HS Enterprise Investment Limited	107.25	牙刷、湿巾、其他口腔护理用品	1 个月以内	107.25	136.25
广州薇美姿个人护理用品有限公司	64.03	牙刷	1 个月以内	64.03	76.46
程鸣	46.40	牙刷	1 个月以内	46.40	113.60
中百仓储超市有限公司	14.90	牙刷、湿巾	1 个月以内	14.90	16.81
	16.30	牙刷	2-3 个月	16.30	19.89
	8.13	湿巾	4-6 个月	8.13	5.33
Global Manufacturing Incorporated Ltd.	24.08	牙刷	1 个月以内	24.08	28.87
K.ONISHI & CO., LTD	23.00	牙刷、其他口腔护理用品	1 个月以内	23.00	28.96

SOAO "Perfumery Cosmetic Factory "	19.89	牙刷	1 个月以内	19.89	23.76
Henry Scherin, Inc	19.18	其他口腔护理用品	1 个月以内	19.18	26.94
Ecodirect Pty Limited	18.51	湿巾	1 个月以内	18.51	23.37
Solent Manufacturing Limited	17.95	牙刷	1 个月以内	17.95	20.60
Prius Healthcare Solution Ltd	17.75	湿巾	1 个月以内	17.75	22.95
HEB Grocery Company	17.71	牙刷	1 个月以内	17.71	22.52
Ellipse S.A.	14.61	牙刷、其他口腔护理用品	1 个月以内	14.61	18.68
JGB S.A.	14.53	湿巾	1 个月以内	14.53	16.44
Stöpler Instrumenten & Apparaten B.V.	13.75	湿巾	1 个月以内	13.75	15.54
奥吉德（上海）国际贸易有限公司	4.85	牙刷	1 个月以内	4.85	8.12
	2.22	牙刷	2-3 个月	2.22	4.28
	4.85	牙刷	4-6 个月	4.85	8.12
Rodemnamu Co., Ltd	11.79	牙刷	1 个月以内	11.79	17.52
小计	**615.38**	-	-	**615.38**	**824.14**
占比	**81.89%**	-	-	**81.89%**	**82.41%**

注：期后结转和期后确认收入金额指期后 1 年内结转或确认收入的金额

报告期各期末，发出商品金额分别为 751.51 万元、951.96 万元、552.73 万元及 552.07 万元，发出商品主要系期末已发货未完成报关或客户尚未签收的产品，其中 2015 年末发出商品金额较 2014 年末增加 200.45 万元，主要系 Medline Industries, Inc.2015 年末发出商品金额为 242.85 万元，该笔订单已于期后全部结转并确认收入。报告期内公司 1 年以上未结转发出商品金额较小，不存在长期未结转的发出商品，发出商品均有订单支持。

④ 存货跌价准备的计提情况

报告期各期末，公司存货跌价准备的计提情况如下表所示：

项目	2017 年 6 月 30 日			2016 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
在途物资	-	-	-	-	-	-
原材料	2,919.55	24.00	2,895.55	3,434.67	-	3,434.67
库存商品	3,867.40	33.24	3,834.16	4,010.84	18.43	3,992.41
发出商品	552.07	-	552.07	552.73	-	552.73
委托加工物资	27.20	-	27.20	108.08	-	108.08

周转材料	43.14	-	43.14	48.95	-	48.95
在产品	2,029.80	-	2,029.80	1,575.83	-	1,575.83
委托代销产品	49.83	-	49.83	44.74	-	44.74
合计	**9,488.98**	**57.24**	**9,431.74**	**9,775.83**	**18.43**	**9,757.40**

（续）

项目	2015 年 12 月 31 日			2014 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
在途物资	-	-	-	19.78	-	19.78
原材料	2,215.86	-	2,215.86	2,588.71	-	2,588.71
库存商品	3,127.30	-	3,127.30	4,049.13	-	4,049.13
发出商品	951.96	-	951.96	751.51	-	751.51
委托加工物资	18.65	-	18.65	51.35	-	51.35
周转材料	92.02	-	92.02	100.29	-	100.29
在产品	1,165.44	-	1,165.44	1,377.54	-	1,377.54
委托代销产品	19.99	-	19.99	13.96	-	13.96
合计	**7,591.22**	**-**	**7,591.22**	**8,952.28**	**-**	**8,952.28**

报告期各期末，公司库存消化情况正常，存货流转速度基本在合理范围内。报告期各期末，公司严格按照存货跌价准备计提政策进行减值测试。2014 年末和 2015 年末，公司存货不存在可变现净值低于账面价值的情况，未计提存货跌价准备；2016 年末、2017 年 6 月末，公司分别计提存货跌价准备 18.43 万元、57.24 万元。报告期各期末，公司存货跌价准备计提比例分别为 0.00%、0.00%、0.19%及 0.60%。

（7）其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产为理财产品和增值税，具体如下：

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
待抵扣增值税	346.31	137.57	239.39	155.00
理财产品	-	-	1,350.00	1,000.00
合计	**346.31**	**137.57**	**1,589.39**	**1,155.00**

报告期内，发行人购买的理财产品均为可即时赎回的短期理财产品，系银行标注的风险等级类型为中低风险或保本固定收益型理财产品，其风险较低且流动

性较好。发行人报告期内购买和赎回理财产品的具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
期初余额	-	1,350.00	1,000.00	-
本期发生额	-	19,445.00	23,899.00	31,171.00
本期减少额	-	20,795.00	23,549.00	30,171.00
期末余额	-	-	1,350.00	1,000.00

公司其他流动资产中的增值税期末余额系增值税留抵税额。公司外销规模较大，依法享受增值税免税并退税的税收优惠政策，使得各期末增值税进项税留抵税额较高。

2、非流动资产构成及变动分析

报告期各期末，公司各项非流动资产的金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
可供出售金融资产	1,202.00	4.46%	1,303.50	5.25%	2,136.10	10.01%	1,000.00	5.90%
长期股权投资	6,101.25	22.66%	5,594.43	22.54%	4,959.34	23.24%	2,812.76	16.60%
投资性房地产	61.85	0.23%	64.69	0.26%	70.35	0.33%	76.01	0.45%
固定资产	11,346.46	42.13%	11,367.94	45.81%	11,263.87	52.79%	10,764.14	63.54%
在建工程	2,721.98	10.11%	1,146.48	4.62%	-	-	-	-
无形资产	2,085.96	7.75%	2,138.67	8.62%	744.22	3.49%	679.00	4.01%
长期待摊费用	1,226.23	4.55%	1,412.74	5.69%	1,513.83	7.09%	1,095.08	6.46%
递延所得税资产	1,102.73	4.09%	1,107.82	4.46%	434.73	2.04%	289.32	1.71%
其他非流动资产	1,080.42	4.01%	678.64	2.73%	214.75	1.01%	223.44	1.32%
非流动资产合计	**26,928.87**	**100.00%**	**24,814.90**	**100.00%**	**21,337.18**	**100.00%**	**16,939.75**	**100.00%**

公司的非流动资产主要由固定资产、长期股权投资、无形资产构成。报告期各期末，上述资产合计占非流动资产的比重分别为 84.16%、79.52%、76.97%及 72.54%。

（1）可供出售金融资产

报告期各期末，公司可供出售金融资产均为按成本计量的可供出售权益工

具，具体如下：

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	账面余额	账面价值	账面余额	账面价值	账面余额	账面价值	账面余额	账面价值
可供出售权益工具	1,202.00	1,202.00	1,303.50	1,303.50	2,136.10	2,136.10	1,000.00	1,000.00
合计	**1,202.00**	**1,202.00**	**1,303.50**	**1,303.50**	**2,136.10**	**2,136.10**	**1,000.00**	**1,000.00**

报告期各期末，公司可供出售金融资产分别为 1,000.00 万元、2,136.10 万元、1,303.50 万元及 1,202.00 万元，占非流动资产比例分别为 5.90%、10,01%、5.25%及 4.46%。2016 年末，公司可供出售金融资产主要系公司对扬州嘉华创业投资有限公司及私募基金的对外投资。

报告期各期末，发行人可供出售金融资产均为按成本计量的可供出售权益工具。具体金额及占比如下表所示：

单位：万元

项目		2017 年 6 月 30 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
扬州嘉华创业投资有限公司股权		1,000.00	83.19%	1,000.00	76.72%	1,000.00	46.81%	1,000.00	100.00%
PE 基金份额	歌斐诺亚景林 PE 三期一号	-	-	-	-	300.00	14.04%	-	-
	景林歌斐创世海外投资基金第一期 1 号（红杉歌斐创世港股投资 1 号基金）	-	-	101.50	7.79%	101.50	4.75%	-	-
	上投摩根-诺亚正行香港紫金 2 号	202.00	16.81%	202.00	15.50%	202.00	9.46%	-	-
	歌斐鹏礼二号投资基金	-	-	-	-	200.00	9.36%	-	-
	歌斐丰收一号投资基金	-	-	-	-	180.00	8.43%	-	-
	歌斐创世国药并购投资基金	-	-	-	-	150.00	7.02%	-	-
PE 基金申购失败退款		-	-	-	-	2.60	0.12%	-	
合计		**1,202.00**	**100%**	**1,303.50**	**100%**	**2,136.10**	**100%**	**1,000.00**	**100%**

（2）长期股权投资

报告期各期末，公司长期股权投资系参股江苏扬州农村商业银行股份有限公司所致，具体如下：

单位：万元

被投资单位	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
江苏扬州农村商业银行股份有限公司	6,101.25	5,594.43	4,959.34	2,812.76
合计	**6,101.25**	**5,594.43**	**4,959.34**	**2,812.76**

报告期各期末，公司长期股权投资分别为 2,812.76 万元、4,959.34 万元、5,594.43 万元及 6,101.25 万元，占非流动资产的比例分别为 16.60%、23.24%、22.54%及 22.66%。

（3）固定资产

报告期各期末，公司固定资产的构成情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
原值：				
房屋及建筑物	4,495.35	4,495.35	4,495.35	4,495.35
机器设备	14,841.38	14,155.02	12,880.18	11,189.31
电子设备	659.11	672.73	585.36	545.80
运输设备	355.56	322.02	302.45	302.13
办公家具	93.20	83.20	47.44	45.40
房屋附属设施	428.82	410.42	433.66	433.66
合计	**20,873.42**	**20,138.74**	**18,744.43**	**17,011.64**
累计折旧：				
房屋及建筑物	2,095.43	1,988.65	1,779.00	1,565.68
机器设备	6,310.78	5,692.08	4,746.37	3,851.34
电子设备	502.57	494.68	413.18	331.47
运输设备	265.01	254.78	207.02	184.72
办公家具	31.74	25.44	20.31	15.84
房屋附属设施	321.43	315.17	314.69	298.44
合计	**9,526.96**	**8,770.80**	**7,480.56**	**6,247.50**
净值：				
房屋及建筑物	2,399.92	2,506.70	2,716.35	2,929.67

机器设备	8,530.60	8,462.94	8,133.81	7,337.96
电子设备	156.54	178.05	172.18	214.33
运输设备	90.55	67.23	95.43	117.40
办公家具	61.47	57.76	27.13	29.56
房屋附属设施	107.39	95.25	118.97	135.21
合计	**11,346.46**	**11,367.94**	**11,263.87**	**10,764.14**

公司的固定资产主要由机器设备、房屋及建筑物等构成。报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 10,764.14 万元、11,263.87 万元、11,367.94 万元及 11,346.46 万元，占非流动资产的比例分别为 63.54%、52.79%、45.81%及 42.13%。2014 至 2016 年度，公司固定资产较上年末有所增加，主要系公司购置注塑注胶自动化设备、植毛机、包装机等机器设备。

（4）在建工程

报告期各期末，公司在建工程的具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
江苏明星牙刷一期生产厂房	2,721.98	1,146.48	-	-
合计	**2,721.98**	**1,146.48**	-	-

截至 2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月 30 日，公司在建工程分别为 1,146.48 万元、2,721.98 万元，占非流动资产的比例分别为 4.62%、10.11%。

（5）无形资产

报告期各期末，公司无形资产由土地使用权、软件构成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
土地使用权	2,078.72	2,102.17	649.59	666.70
软件	7.24	36.50	94.63	12.29
合计	**2,085.96**	**2,138.67**	**744.22**	**679.00**

报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为 679.00 万元、744.22 万元、2,138.67 万元及 2,085.96 万元，占非流动资产的比例分别为 4.01%、3.49%、8.62%

及 7.75%。2016 年末，公司无形资产较上年末增长显著，主要系公司子公司江苏明星牙刷购置土地用于厂房车间及生产线建设，账面价值为 1,489.55 万元。

（6）长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用由模具和租入固定资产改良支出构成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
模具	1,226.23	1,412.07	1,502.16	1,070.29
租入固定资产改良支出	-	0.67	11.66	24.79
合计	**1,226.23**	**1,412.74**	**1,513.83**	**1,095.08**

报告期各期末，公司长期待摊费用分别为 1,095.08 万元、1,513.83 万元、1,412.74 万元及 1,226.23 万元，占非流动资产的比例分别为 6.46%、7.09%、5.69%及 4.55%。

报告期内，公司模具的明细构成、取得方式及金额占比情况如下：

单位：万元

模具名称	金额	占比	取得方式
2017 年 6 月 30 日			
注塑模	603.74	49.24%	自行开发、少量外购
注胶模	393.30	32.07%	自行开发
热合模	125.14	10.21%	自行开发
吸塑模	88.29	7.20%	自行开发、少量外购
其他模具	15.76	1.28%	自行开发
合计	**1,226.23**	**100.00%**	
2016 年 12 月 31 日			
注塑模	762.73	54.01%	自行开发、少量外购
注胶模	429.42	30.41%	自行开发
热合模	136.62	9.67%	自行开发
吸塑模	63.36	4.49%	自行开发、少量外购
其他模具	19.95	1.41%	自行开发
合计	**1,412.07**	**100.00%**	
2015 年 12 月 31 日			
注塑模	965.38	64.27%	自行开发、少量外购
注胶模	359.79	23.95%	自行开发

热合模	170.13	11.33%	自行开发
吸塑模	4.27	0.28%	自行开发
其他模具	2.59	0.17%	自行开发
合计	**1,502.16**	**100.00%**	
2014 年 12 月 31 日			
注塑模	684.91	63.99%	自行开发
注胶模	278.12	25.99%	自行开发
热合模	107.26	10.02%	自行开发
总计	**1,070.29**	**100.00%**	

公司模具主要系自行开发，各报告期末，公司自行开发模具数量占所有模具的比重分别为 100.00%、99.58%、99.56%及 99.27%。公司模具在受益期内按年限平均摊销，摊销年限为 3 年，模具摊销年限系公司依据各类模具实际尚可使用年限确定，符合《企业会计准则》的相关规定。公司模具性能良好。各报告期末，公司针对模具执行了盘点程序，未发现各类模具存在报废、废弃的情况，且均能满足生产经营需求。报告期内，公司模具在摊销年限内不存在报废、闲置的情况。

（7）递延所得税资产

公司递延所得税资产主要系由应收账款坏账准备、其他应收款坏账准备、内部交易未实现利润、股权激励引起的所得税可抵扣暂时性差异。报告期各期末，公司递延所得税资产分别为 289.32 万元、434.73 万元、1,107.82 万元及 1,102.73 万元，占非流动资产的比例分别为 1.71%、2.04%、4.46%及 4.09%。2016 年末递延所得税资产有所增加，主要系当年度公司股份支付计入管理费用金额较大，形成所得税可抵扣暂时性差异。

（8）其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产主要系预付长期资产购置款和土地出让保证金，具体如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
固定资产购置款	406.67	26.84	89.78	223.44
软件购置款	186.25	164.30	124.98	-
土地出让保证金	487.50	487.50	-	-

合计	**1,080.42**	**678.64**	**214.75**	**223.44**

2016 年末，公司其他非流动资产较上年末有所增加，主要系公司缴纳土地出让保证金 487.50 万元，若投资强度、投产后产值或税收达到既定要求，公司将取得退回的保证金。2017 年 6 月末，固定资产购置款较上年末增加 379.83 万元，主要系购置机器人自动化设备、注塑注胶植毛机、全自动湿巾生产线等固定资产预付款。

（三）主要资产减值准备提取情况

报告期各期末，公司计提的资产减值准备包括应收账款、其他应收款的坏账准备，其他资产不存在减值的情形。具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
应收账款坏账准备	-101.98	119.05	156.50	110.75
其他应收款坏账准备	26.43	-859.94	682.25	59.83
存货跌价准备	38.81	18.43	-	-
合计	**-36.74**	**-722.46**	**838.75**	**170.58**

公司应收账款、其他应收款坏账准备计提比例与同行业可比公司的对比情况如下：

账龄	三椒口腔	云南白药	两面针	诺斯贝尔	维尼健康	中顺洁柔	发行人
1 年以内	3%	5%	0%/5%[注]	5%	2%	2%/5%[注]	5%
1－2 年	10%	30%	10%	10%	20%	15%	40%
2－3 年	20%	60%	20%	20%	50%	30%	70%
3－4 年	50%	100%	40%	30%	100%	50%	100%
4－5 年	80%	100%	40%	50%	100%	50%	100%
5 年以上	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

数据来源：同行业可比公司 2017 年半年报

注：

1、两面针：对账龄在 6 个月以内的应收账款、其他应收款不计提坏账准备；对账龄在 6 个月至 1 年以内的应收账款、其他应收款，坏账计提比例为 5%；

2、中顺洁柔：对处于信用期内的应收账款，坏账计提比例为 2%；对其他应收款、超过信用期的应收账款，坏账计提比例为 5%。

公司应收账款坏账准备计提政策较同行业可比公司更为谨慎，坏账准备计提充分。

综上所述，公司已按照《企业会计准则》的要求制定了符合行业及公司自身经营特点的资产减值准备计提政策，各项资产减值准备的计提稳健、公允。公司已严格遵循相关会计政策计提了足额减值准备，各项资产减值准备的提取情况与资产质量实际状况相符，客观反映了公司的资产价值。

（四）负债结构及其变动情况

报告期各期末，公司各类负债的金额及其占比情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	9,297.00	42.53%	10,001.81	40.73%	7,305.00	39.17%	7,981.95	37.62%
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	-	-	-	23.39	0.11%
应付票据	2,502.85	11.45%	3,052.27	12.43%	1,834.66	9.84%	2,686.53	12.66%
应付账款	5,742.44	26.27%	6,935.14	28.24%	4,890.06	26.22%	5,134.83	24.20%
预收款项	616.38	2.82%	777.36	3.17%	945.40	5.07%	844.59	3.98%
应付职工薪酬	1,300.07	5.95%	1,837.70	7.48%	1,235.42	6.62%	1,115.14	5.26%
应交税费	1,317.19	6.03%	916.92	3.73%	1,301.24	6.98%	869.87	4.10%
应付利息	11.78	0.05%	13.64	0.06%	3.92	0.02%	25.26	0.12%
应付股利	-	-	-	-	530.19	2.84%	1,734.18	8.17%
其他应付款	1,071.26	4.90%	1,021.04	4.16%	605.20	3.24%	803.42	3.79%
流动负债合计	**21,858.97**	**100.00%**	**24,555.89**	**100.00%**	**18,651.08**	**100.00%**	**21,219.16**	**100.00%**
非流动负债合计	-	-	-	-	-	-	-	-
负债合计	**21,858.97**	**100.00%**	**24,555.89**	**100.00%**	**18,651.08**	**100.00%**	**21,219.16**	**100.00%**

报告期各期末，公司负债总额分别为 21,219.16 万元、18,651.08 万元、24,555.89 万元及 21,858.97 万元。公司负债均为流动负债，其中，短期借款、应付账款、应付票据占比较高。

（五）各项主要负债分析

报告期各期末，公司负债均为流动负债，各项流动负债的金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	9,297.00	42.53%	10,001.81	40.73%	7,305.00	39.17%	7,981.95	37.62%
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	-	-	-	23.39	0.11%
应付票据	2,502.85	11.45%	3,052.27	12.43%	1,834.66	9.84%	2,686.53	12.66%
应付账款	5,742.44	26.27%	6,935.14	28.24%	4,890.06	26.22%	5,134.83	24.20%
预收款项	616.38	2.82%	777.36	3.17%	945.40	5.07%	844.59	3.98%
应付职工薪酬	1,300.07	5.95%	1,837.70	7.48%	1,235.42	6.62%	1,115.14	5.26%
应交税费	1,317.19	6.03%	916.92	3.73%	1,301.24	6.98%	869.87	4.10%
应付利息	11.78	0.05%	13.64	0.06%	3.92	0.02%	25.26	0.12%
应付股利	-	-	-	-	530.19	2.84%	1,734.18	8.17%
其他应付款	1,071.26	4.90%	1,021.04	4.16%	605.20	3.24%	803.42	3.79%
流动负债合计	**21,858.97**	**100.00%**	**24,555.89**	**100.00%**	**18,651.08**	**100.00%**	**21,219.16**	**100.00%**

公司的流动负债主要由短期借款、应付账款、应付票据构成。报告期各期末，上述三项负债合计占流动负债的比重分别为 74.48%、75.22%、81.40%及 80.25%。

1、短期借款

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
质押借款	-	-	-	2,961.95
抵押借款	4,100.00	4,500.00	4,140.00	2,730.00
保证借款	5,197.00	4,401.81	3,165.00	2,290.00
信用借款	-	1,100.00	-	-
合计	**9,297.00**	**10,001.81**	**7,305.00**	**7,981.95**

报告期各期末，公司短期借款余额分别为 7,981.95 万元、7,305.00 万元、10,001.81 万元及 9,297.00 万元，占流动负债的比例分别为 37.62%、39.17%、40.73%及 42.53%。报告期内，公司业务规模稳定增长，为满足公司日常业务经营的资金需求，合理安排短期借款的筹措及偿还。

2、应付票据

报告期各期末，公司应付票据分别为 2,686.53 万元、1,834.66 万元、3,052.27 万元及 2,502.85 万元，占流动负债的比例分别为 12.66%、9.84%、12.43%及 11.45%，均为银行承兑汇票，收款方主要为原材料供应商。公司采用银行承兑汇票与部分供应商进行结算，有利于公司充分利用银行授信，提高资金使用效率，减少财务成本支出。2015 年受原材料市场价格下降的影响，原材料采购金额有所减少，应付票据余额有所下降；2016 年随着公司业务扩张，采购规模及库存储备的扩大，应付票据相应增加。

报告期各期末，应付票据前五大的具体情况如下表所示：

单位：万元

期间	单位名称	期末余额	占比	交易内容
2017 年 6 月 30 日	仙桃市鑫日防护用品有限公司	299.39	11.96%	手套/浴帽
	杜邦兴达（无锡）单丝有限公司	265.57	10.61%	刷丝
	扬州生威包装制品有限公司	177.00	7.07%	包装材料
	扬州市华裕包装有限公司	174.14	6.96%	包装材料
	江阴市双源非织造布有限公司	158.43	6.33%	无纺布
	合计	**1,074.53**	**42.93%**	-
2016 年 12 月 31 日	深圳市协达利印刷包装制品有限公司	255.13	8.36%	包装材料
	扬州市华裕包装有限公司	212.86	6.97%	包装材料
	无锡市兴达尼龙有限公司	206.92	6.78%	刷丝
	仙桃市鑫日防护用品有限公司	205.25	6.72%	手套/浴帽
	扬州富平新材料有限公司	200.73	6.58%	PVC/PET 片材
	合计	**1,080.89**	**35.41%**	-
2015 年 12 月 31 日	扬州龙腾彩印包装有限公司	242.43	13.21%	包装材料
	安徽金春无纺布股份有限公司	196.06	10.69%	无纺布
	台州新大力印刷有限公司	193.74	10.56%	包装材料
	无锡市兴达尼龙有限公司	118.07	6.44%	刷丝
	杜邦兴达（无锡）单丝有限公司	110.12	6.00%	刷丝
	合计	**860.42**	**46.90%**	-
2014 年 12 月 31 日	扬州龙腾彩印包装有限公司	459.51	17.10%	包装材料
	扬州市经济开发区钟灵彩印包装厂	220.10	8.19%	包装材料
	扬州市富平生活用品厂	215.72	8.03%	PVC/PET 片材
	无锡市兴达尼龙有限公司	169.78	6.32%	刷丝
	扬州富平新材料有限公司	169.25	6.30%	PVC/PET 片材
	合计	**1,234.36**	**45.95%**	-

3、应付账款

公司应付账款主要系原材料、设备采购款。报告期各期末，公司应付账款余额分别为 5,134.83 万元、4,890.06 万元、6,935.14 万元及 5,742.44 万元，占流动负债的比例分别为 24.20%、26.22%、28.24%及 26.27%。

（1）公司应付账款变动趋势与公司业务规模的比较情况

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
应付账款	5,742.44	6,935.14	4,890.06	5,134.83
应付账款增幅	-17.20%	41.82%	-4.77%	32.64%
应付账款占流动负债的比例	26.27%	28.24%	26.22%	24.20%
存货	9,431.74	9,757.40	7,591.22	8,952.28
存货增幅	-3.34%	28.54%	-15.20%	55.88%
原材料采购额	15,007.88	31,737.38	21,990.47	24,636.38
原材料采购额增幅	-	44.32%	-10.74%	38.26%

报告期各期末，随着公司业务扩张，采购规模及库存储备的扩大，应付账款整体呈现增长趋势。

（2）报告期各期末公司前五大应付账款的具体情况

单位：万元

期间	单位名称	期末金额	占比	采购内容	欠款期限	期后支付比例
2017 年 6 月 30 日	广州市威顿印务有限公司	446.28	7.77%	包装材料	3 个月内	42.13%
	扬州龙腾彩印包装有限公司	434.32	7.56%	包装材料	3 个月内	40.11%
	扬州三星塑胶有限公司	261.31	4.55%	PVC/PET 片材	3 个月内	74.98%
	深圳市协达利印刷包装制品有限公司	260.52	4.54%	包装材料	3 个月内	50.14%
	南通普力马弹性体技术有限公司	228.18	3.97%	胶料	3 个月内	100.00%
	合计	**1,630.61**	**28.40%**	-	-	**56.24%**
2016 年 12 月 31 日	扬州龙腾彩印包装有限公司	515.89	7.44%	包装材料	6 个月内	100%
	深圳市协达利印刷包装制品有限公司	458.76	6.61%	包装材料	3 个月内	100%
	南通普力马弹性体技术有限公司	378.78	5.46%	胶料	3 个月内	100%
	广州市威顿印务有限公司	276.58	3.99%	包装材料	6 个月内	100%
	新协力包装制品（深圳）有限公司	271.89	3.92%	包装材料	6 个月内	100%
	合计	**1,901.91**	**27.42%**	-	-	**100%**
2015 年 12 月 31 日	扬州龙腾彩印包装有限公司	402.77	8.24%	包装材料	9 个月内	100%
	台州新大力印刷有限公司	308.66	6.31%	包装材料	3 个月内	100%

	南通普力马弹性体技术有限公司	293.62	6.00%	胶料	3 个月内	100%
	安徽金春无纺布股份有限公司	259.46	5.31%	无纺布	3 个月内	100%
	扬州三星塑胶有限公司	235.38	4.81%	PVC/PET 片材	3 个月内	100%
	合计	**1,499.89**	**30.67%**	-	-	**100%**
2014 年 12 月 31 日	扬州龙腾彩印包装有限公司	570.39	11.11%	包装材料	6 个月内	100%
	台州新大力印刷有限公司	387.18	7.54%	包装材料	6 个月内	100%
	南通普力马弹性体技术有限公司	273.53	5.33%	胶料	3 个月内	100%
	瀚碧（上海）进出口有限公司	217.00	4.23%	刷丝	3 个月内	100%
	扬州三星塑胶有限公司	167.34	3.26%	PVC/PET 片材	3 个月内	100%
	合计	**1,615.45**	**31.46%**	-	-	**100%**

注：2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日应付账款期后支付比例系截至次年 12 月 31 日的支付金额占比；2016 年 12 月 31 日应付账款期后支付比例系截至 2017 年 5 月 31 日的支付金额占比；2017 年 6 月 30 日应付账款期后支付比例系截至 2017 年 8 月 31 日的支付金额占比。

4、预收款项

报告期各期末，公司预收款项分别为 844.59 万元、945.40 万元、777.36 万元及 616.38 万元，总体金额较小，占负债总额的比重分别为 3.98%、5.07%、3.17%及 2.82%，占比较低。预收款项主要为预收客户的货款，系公司对部分境外销售客户在订单确认后收取的一定比例的定金。

报告期各期末，发行人预收款项前五大单位的具体情况如下：

单位：万元

2017 年 6 月 30 日					
序号	**单位名称**	**产品类别**	**预收比例**	**预收金额**	**占比**
1	Siam Health Group Co., Ltd.	牙刷、其他口腔清洁护理用品	100%/30% [注]	73.14	11.87%
2	Roeser Medical Gmbh	湿巾	100%	47.81	7.76%
3	Drammock International Limited	湿巾、其他口腔清洁护理用品	30%	30.04	4.87%
4	Stöpler Instrumenten & Apparaten B.V.	湿巾	20%	24.40	3.96%
5	Toby's B.V.	牙刷	30%	22.41	3.64%
合计		-	-	**197.80**	**32.09%**
2016 年 12 月 31 日					
序号	**单位名称**	**产品类别**	**预收比例**	**预收金额**	**占比**
1	常州大亚进出口有限公司	牙刷	100%	114.21	14.69%
2	北京东宝永联商贸有限责任公司	牙刷、湿巾	50%	44.13	5.68%

3	JGB S.A.	牙刷、湿巾	30%	30.94	3.98%
4	杭州纳美科技有限公司	牙刷	30%	28.80	3.70%
5	C.I. Medical Co., Ltd	牙刷、其他口腔清洁护理用品	30%	24.78	3.19%
合计		-	-	**242.86**	**31.24%**
2015 年 12 月 31 日					
序号	**单位名称**	**产品类别**	**预收比例**	**预收金额**	**占比**
1	PZ Cussons Singapore Private Limited	牙刷	30%	48.67	5.15%
2	Cosmed Industria de Cosmeticos e Medicamentos S.A.	牙刷、其他口腔清洁护理用品	30%	41.00	4.34%
3	Clio Co., Ltd	牙刷	40%	38.01	4.02%
4	Hadi 52 Pouya Trading Co., Ltd.	其他口腔清洁护理用品	100%	33.91	3.59%
5	JGB S.A.	牙刷、湿巾	30%	32.09	3.39%
合计		-	-	**193.68**	**20.49%**
2014 年 12 月 31 日					
序号	**单位名称**	**产品类别**	**预收比例**	**预收金额**	**占比**
1	Siam Health Group Co., Ltd.	牙刷、其他口腔清洁护理用品	100%/30% [注]	68.24	8.08%
2	Hadi 52 Pouya Trading Co., Ltd.	其他口腔清洁护理用品	100%	31.95	3.78%
3	Laboratoires Blue Skin	湿巾	30%	27.19	3.22%
4	C.I. Medical Co., Ltd	牙刷、其他口腔清洁护理用品	30%	22.40	2.65%
5	JGB S.A.	牙刷、湿巾	30%	19.96	2.36%
合计		-	-	**169.73**	**20.10%**

注：发行人子公司美星口腔对该客户采取款到发货（100%预收）的收款政策，发行人对该客户采取预收 30%货款的收款政策。

报告期各期，公司预收款项金额及占负债比重较小，部分前五大单位存在变化，主要由于预收款项系各期末时点已签订确认但尚未履行完毕并实现收入的订单所致，期末余额具有一定偶然性，变动情况合理。

5、应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为 1,115.14 万元、1,235.42 万元、1,837.70 万元及 1,300.07 万元，占流动负债的比例分别为 5.26%、6.62%、7.48%及 5.95%。公司每月计提员工工资及奖金，次月发放当月工资，并于次年二月前发放上年度奖金。2014 至 2016 年末应付职工薪酬较为稳定，整体呈现上升趋势，主要系公司员工人数有所增加，薪酬水平亦逐年提高。2017 年 6 月末应付职工

薪酬相对上年末较低，主要系年末应付职工薪酬包含已计提的年终奖。

6、应交税费

报告期各期末，公司应交税费分别为 869.87 万元、1,301.24 万元、916.92 万元及 1,317.19 万元，占公司流动负债的比例分别为 4.10%、6.98%、3.73%及 6.03%，具体明细情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
增值税	382.09	111.57	30.95	75.14
企业所得税	823.77	759.60	1,062.65	709.25
城市维护建设税	38.57	6.46	-1.02	9.16
房产税	11.67	13.90	10.76	10.76
土地使用税	9.06	9.06	5.17	5.17
个人所得税	11.72	5.30	6.37	11.00
教育费附加	22.85	3.50	-0.81	5.40
地方教育费附加	15.23	2.33	-0.54	3.60
政府基金费	-	-	50.83	39.24
印花税	2.23	5.21	1.28	1.14
关税	-	-	135.59	-
合计	**1,317.19**	**916.92**	**1,301.24**	**869.87**

报告期各期末，公司应交税费主要为应交企业所得税、增值税，具体情况如下表所示：

单位：万元

税种	期间	期初应交税额	本期计提金额	本期实缴金额	期末应交税额
增值税	2017 年 1-6 月	111.57	1,302.48	1,031.96	382.09
	2016 年度	30.95	2,011.35	1,930.73	111.57
	2015 年度	75.14	1,887.63	1,931.82	30.95
	2014 年度	53.50	786.40	764.76	75.14
企业所得税	2017 年 1-6 月	759.60	1,310.45	1,246.28	823.77
	2016 年度	1,062.65	2,716.23	3,019.29	759.60
	2015 年度	709.25	1,600.56	1,247.16	1,062.65
	2014 年度	402.85	1,485.64	1,179.24	709.25

7、应付利息

公司应付利息为银行短期借款应付利息。报告期各期末，公司应付利息分别为 25.26 万元、3.92 万元、13.64 万元及 11.78 万元，占公司流动负债的比例分别为 0.12%、0.02%、0.06%及 0.05%，金额及其占比较小。

8、应付股利

公司应付股利主要系应付子公司倍加洁日化的原股东迪威集团、子公司美星口腔的原股东 HSS，及公司股东张文生的普通股现金股利。报告期各期末，公司应付股利分别为 1,734.18 万元、530.19 万元、0.00 万元及 0.00 万元，占流动负债的比例分别为 8.17%、2.84%、0.00%及 0.00%。

9、其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款分别为 803.42 万元、605.20 万元、1,021.04 万元及 1,071.26 万元，占流动负债的比例分别为 3.79%、3.24%、4.16%及 4.90%。报告期各期末，公司其他应付款主要为预提的 IPO 中介费用、运费、水电费等管理费用和销售费用，以及代理商保证金等，具体明细情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 6 月 30 日		2016 年 12 月 31 日		主要形成原因
	金额	占比	金额	占比	
借款	-	-	-	-	关联方及其他第三方往来款
预提与暂估费用	744.50	69.50%	701.59	68.71%	预提水电费、运费、代理费、海关费、IPO 中介费用等相关费用
租金与保证金	292.01	27.26%	285.15	27.93%	应付房租租金及代理商保证金
物流费	6.20	0.58%	6.20	0.61%	应付物流公司押金
其他	28.56	2.67%	28.10	2.75%	互助金、工会会费等
合计	**1,071.26**	**100.00%**	**1,021.04**	**100.00%**	

（续）

项目	2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		主要形成原因
	金额	占比	金额	占比	
借款	63.62	10.51%	332.62	41.40%	关联方及其他第三方往来款
预提与暂估费用	406.26	67.13%	347.87	43.29%	预提水电费、运费、代理费、海关费、IPO 中介费用等相关费用
租金与保证金	111.00	18.34%	107.47	13.38%	应付房租租金及代理商保证金
物流费	6.20	1.02%	3.70	0.46%	应付物流公司押金

其他	18.12	2.99%	11.86	1.48%	互助金、工会会费等
合计	**605.20**	**100.00%**	**803.42**	**100.00%**	

（六）偿债能力分析

1、偿债能力指标

报告期内，公司主要偿债能力指标如下表所示：

项目	2017 年 6 月 30 日 /2017 年 1-6 月	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度	2014 年 12 月 31 日 /2014 年度
流动比率	1.13	1.05	1.04	1.05
速动比率	0.70	0.65	0.64	0.63
资产负债率（母公司）	44.84%	52.93%	55.50%	68.82%
息税折旧摊销前利润（万元）	7,208.16	11,786.48	9,541.41	8,921.93
利息保障倍数（倍）	27.98	21.78	15.13	12.11

报告期内，公司经营活动现金流情况良好，公司业务规模扩大，综合实力逐渐增强。报告期各期末，公司流动比率保持稳定，速动比率稳中有升，公司资产负债率（母公司）呈现下降趋势；同时，报告期各期，公司利息保障倍数持续上升，公司偿债能力不断增强。

2、与同行业可比公司的比较

报告期各期末，公司与同行业可比公司主要偿债能力指标的比较情况如下：

项目		2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动比率	三椒口腔	2.06	2.07	2.31	1.24
	云南白药	3.53	3.28	3.61	3.57
	两面针	1.03	1.07	0.94	0.93
	诺斯贝尔	2.69	2.55	1.87	1.94
	维尼健康	1.96	1.88	1.64	1.73
	金红叶	1.37	1.30	1.28	1.25
	中顺洁柔	2.23	2.15	1.81	2.10
	南六	1.38	1.69	1.63	1.48
	康那香	1.87	2.01	2.06	1.75

	行业平均值	**2.02**	**2.00**	**1.91**	**1.78**
	倍加洁集团	**1.13**	**1.05**	**1.04**	**1.05**
速动比率	三椒口腔	1.26	1.20	0.78	0.62
	云南白药	2.34	2.25	2.41	2.30
	两面针	0.61	0.70	0.61	0.67
	诺斯贝尔	1.83	1.99	1.42	1.50
	维尼健康	1.72	1.63	1.34	1.19
	金红叶	1.25	1.22	1.18	1.14
	中顺洁柔	1.54	1.72	1.16	1.43
	南六	1.05	1.20	1.11	1.05
	康那香	1.34	1.44	1.38	1.18
	行业平均值	**1.44**	**1.48**	**1.27**	**1.23**
	倍加洁集团	**0.70**	**0.65**	**0.64**	**0.63**
资产负债率（母公司）	三椒口腔	39.00%	39.90%	37.58%	52.45%
	云南白药	58.61%	60.17%	50.96%	48.76%
	两面针	13.71%	14.74%	20.87%	25.71%
	诺斯贝尔	28.44%	30.35%	44.14%	44.37%
	维尼健康	45.50%	53.45%	67.19%	80.32%
	金红叶	61.40%	61.49%	59.35%	54.16%
	中顺洁柔	39.08%	38.34%	34.17%	33.92%
	南六	-	38.97%	34.51%	33.52%
	康那香	-	49.25%	47.00%	48.84%
	行业平均值	**40.82%**	**42.96%**	**43.98%**	**46.90%**
	倍加洁集团	**44.84%**	**52.93%**	**55.50%**	**68.82%**

数据来源：Wind 资讯；同行业可比公司定期报告、招股说明书、公开转让说明书。
注：南六、康那香未披露截至 2017 年 6 月 30 日母公司资产、负债数据。

公司流动比率和速动比率低于同行业上市公司，资产负债率高于同行业可比公司，主要原因为公司目前融资渠道相对单一，主要通过银行借款渠道融资，且均为短期借款，导致公司流动负债金额较大。

同行业可比公司中，云南白药、两面针、中顺洁柔为境内上市公司，自首发上市扩充资本以来，在报告期内又多次通过定向增发、公司债券等渠道募集资金；三椒口腔、诺斯贝尔在新三板市场挂牌转让后于 2016 年发行股份募集资金；金红叶在报告期内多次发行公司债券、定向工具进行融资；南六、康那香为台湾上

市公司，且借款主要为长期借款。报告期内，同行业可比公司借力于资本市场，多次进行股权融资和长期债权融资，进一步带动流动资产增长的同时夯实长期资本，流动比率、速动比率相对发行人较高，短期偿债能力提升较快。

综上所述，发行人流动比率、速动比率处于合理水平，与同行业可比公司的差异主要系不同融资方式对长期资本结构形成影响。报告期内，发行人资产负债结构合理，整体财务状况良好。从流动资产结构及质量来看，报告期各期末，发行人流动资产主要由应收账款、存货、货币资金构成，占流动资产的比重分别为76.42%、76.09%、86.84%及 81.96%，资产流动性较高，短期偿债能力较好。

（七）资产经营效率分析

1、资产经营效率指标

报告期各期，公司主要资产经营效率指标如下表所示：

项目	2017 年 1-6 月[注]	2016 年度	2015 年度	2014 年度
应收账款周转率（次）	3.49	7.61	8.06	9.33
存货周转率（次）	2.39	5.13	4.26	4.59

注：上表中，2017 年 1-6 月财务指标数据未经年化。

报告期内，公司资产经营效率良好，应收账款周转率、存货周转率整体上均处于行业平均水平。

2、与同行业可比公司的比较

报告期各期，公司与同行业可比公司主要资产经营效率指标的比较情况如下：

项目		2017 年 1-6 月[注]	2016 年度	2015 年度	2014 年度
应收账款周转率（次）	三椒口腔	2.84	8.42	6.72	4.67
	云南白药	10.30	20.15	23.75	31.54
	两面针	2.97	7.13	6.73	6.67
	诺斯贝尔	1.65	3.49	4.32	4.35
	维尼健康	2.33	6.92	6.02	10.93
	金红叶	2.84	6.31	7.60	7.46

	中顺洁柔	3.85	7.56	7.43	7.29
	南六	2.48	5.14	5.41	5.64
	康那香	1.93	3.90	4.64	4.40
	行业平均值	**3.46**	**7.67**	**8.07**	**9.22**
	倍加洁集团	**3.49**	**7.61**	**8.06**	**9.33**
存货周转率（次）	三椒口腔	1.78	3.01	2.12	2.28
	云南白药	1.09	2.49	2.69	2.67
	两面针	1.44	3.12	2.71	2.84
	诺斯贝尔	2.23	5.59	5.48	4.97
	维尼健康	5.73	11.78	8.61	6.79
	金红叶	2.84	5.70	5.46	5.21
	中顺洁柔	2.47	4.18	2.94	2.85
	南六	2.75	4.99	5.23	5.87
	康那香	1.99	3.93	3.88	3.81
	行业平均值	**2.48**	**4.98**	**4.35**	**4.14**
	倍加洁集团	**2.39**	**5.13**	**4.26**	**4.59**

数据来源：Wind 资讯；同行业可比公司定期报告、招股说明书、公开转让说明书。
注：上表中，2017 年 1-6 月财务指标数据未经年化。

如上表所示，报告期内，发行人应收账款周转率、存货周转率整体上位于行业平均水平，处于合理范围内，且应收账款周转率与同行业可比公司平均值变动趋势整体保持一致。

报告期内，发行人主要客户的业务规模、商业信誉、资金实力及偿付能力较强，发行人应收账款回款情况较好；发行人生产模式为以销定产加安全库存，根据订单需求及销售预期合理安排生产计划，存货管理水平和经营效率较高，接近同行业可比公司平均水平。

二、盈利能力分析

（一）经营业绩总体分析

报告期各期，公司的经营情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度

一、营业总收入	**31,492.34**	**62,558.75**	**47,197.66**	**44,694.64**
二、营业总成本	26,586.09	54,528.86	**41,796.44**	**39,354.41**
其中：营业成本	23,008.81	44,523.92	35,228.47	33,729.43
税金及附加	341.25	446.25	423.29	229.05
销售费用	1,944.47	4,064.65	3,662.88	3,402.44
管理费用	1,065.23	6,127.58	1,485.71	1,472.80
财务费用	263.07	88.92	157.34	350.11
资产减值损失	-36.74	-722.46	838.75	170.58
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	23.39	-9.76
投资收益（损失以“-”号填列）	613.14	834.22	963.58	766.41
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	**5,519.39**	**8,864.10**	**6,388.18**	**6,096.88**
加：营业外收入	143.40	253.19	446.17	228.93
其中：非流动资产处置利得	1.21	0.04	1.86	8.88
减：营业外支出	13.16	292.34	46.43	45.09
其中：非流动资产处置损失	9.00	117.33	21.13	40.21
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**5,649.63**	**8,824.96**	**6,787.92**	**6,280.73**
减：所得税费用	1,315.54	2,043.14	1,455.15	1,390.22
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	**4,334.09**	**6,781.81**	**5,332.76**	**4,890.51**
归属于母公司所有者的净利润	4,334.09	6,781.81	5,098.70	4,505.01
少数股东损益	-	-	234.07	385.50

2014 至 2016 年度，公司营业收入、营业利润、净利润均持续增长，盈利能力有所提升，综合毛利率逐年提高，分别为 24.53%、25.36%、28.83%。2015 年度、2016 年度，公司营业收入分别同比增长 5.60%、32.55%，净利润分别同比增长 9.04%、27.17%，净利润增幅与营业收入增幅相匹配。

其中，2015 年度，公司净利润同比增幅略大于营业收入，主要系公司综合毛利率有所提高，且期间费用率略有下降。2016 年度，公司综合毛利率进一步提高，且收回对外借款，以前年度计提的坏账准备相应转回，当年资产减值损失为-722.46 万元；同时，当年度公司因股份支付事项确认管理费用 3,115.73 万元，期间费用增长较快，使得公司当年净利润同比增幅小于营业收入。2017 年 1-6 月，公司营业收入较上年同期有所增长，同时受原材料成本上涨等因素影响，综合毛利率略有下降，营业毛利与上年同期相比较为稳定；期间费用亦控制良好，

期间费用率保持稳定。

（二）利润的主要来源分析及可能影响公司盈利能力连续性和稳定性的主要因素

1、利润的主要来源分析

（1）公司利润主要来自营业利润，而非合并报表范围以外的投资收益或营业外收支。

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业利润	5,519.39	8,864.10	6,388.18	6,096.88
其中：投资收益	613.14	834.22	963.58	766.41
营业外收支净额	130.24	-39.15	399.73	183.85
利润总额	5,649.63	8,824.96	6,787.92	6,280.73

2014 年至 2017 年 6 月，公司营业利润占利润总额的比例分别为 97.07%、94.11%、100.44%及 97.69%，公司利润主要来自营业利润。

（2）公司收入和利润主要来源于口腔清洁护理用品（包括牙刷、其他口腔清洁护理用品）和一次性卫生用品（即湿巾产品）的生产和销售。

报告期各期，公司主营业务收入占营业收入的比重均超过 99%，主营业务突出。公司主营业务收入来源于口腔清洁护理用品（包括牙刷、其他口腔清洁护理用品）和一次性卫生用品（湿巾产品）。公司各产品收入占主营业务收入比重、毛利率和对主营业务毛利的贡献构成情况如下表所示：

项目	收入占比	毛利率	对主营业务毛利的贡献
2017 年 1-6 月			
口腔清洁护理用品：	**80.08%**	**31.02%**	**90.91%**
牙刷	71.95%	31.20%	82.14%
其他口腔清洁护理用品	8.13%	29.46%	8.77%
一次性卫生用品：	**19.92%**	**12.47%**	**9.09%**
湿巾	19.92%	12.47%	9.09%
合计	**100.00%**	**27.33%**	**100.00%**

2016 年度			
口腔清洁护理用品：	**79.11%**	**31.92%**	**86.90%**
牙刷	72.38%	32.26%	80.34%
其他口腔清洁护理用品	6.72%	28.32%	6.55%
一次性卫生用品：	**20.89%**	**18.22%**	**13.10%**
湿巾	20.89%	18.22%	13.10%
合计	**100.00%**	**29.06%**	**100.00%**
2015 年度			
项目	**收入占比**	**毛利率**	**对主营业务毛利的贡献**
口腔清洁护理用品：	**83.43%**	**27.96%**	**90.49%**
牙刷	75.03%	28.24%	82.21%
其他口腔清洁护理用品	8.39%	25.43%	8.28%
一次性卫生用品：	**16.57%**	**14.80%**	**9.51%**
湿巾	16.57%	14.80%	9.51%
合计	**100.00%**	**25.78%**	**100.00%**
2014 年度			
口腔清洁护理用品：	**75.90%**	**26.19%**	**80.35%**
牙刷	68.55%	25.84%	71.61%
其他口腔清洁护理用品	7.35%	29.44%	8.74%
一次性卫生用品：	**24.10%**	**20.17%**	**19.65%**
湿巾	24.10%	20.17%	19.65%
合计	**100.00%**	**24.74%**	**100.00%**

如上表所示，从产品结构来看，公司主营业务毛利主要来源于牙刷和湿巾产品。报告期各期，牙刷产品对主营业务毛利的贡献分别为 71.61%、82.21%、80.34%及 82.14%，湿巾产品对主营业务毛利的贡献分别为 19.65%、9.51%、13.10%及 9.09%。

2、可能影响公司盈利能力连续性和稳定性的主要因素

（1）国家产业政策及行业发展状况

公司主要从事口腔清洁护理用品以及一次性卫生用品的研发、生产和销售。近年来，国家陆续出台了《国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》、《中国

制造 2025》、《轻工业发展规划（2016-2020 年）》、《中国口腔清洁护理用品行业“十三五”发展规划》、《产业用纺织品“十三五”发展规划》、《“健康中国 2030”规划纲要》等发展规划和国家标准，对口腔清洁护理用品及一次性卫生用品行业发展形成有利的促进环境。

《中国口腔清洁护理用品行业“十三五”发展规划》提出：继续落实“轻工业调整和振兴计划”，以建设口腔清洁护理用品生产强国，促进我国人民口腔健康水平的不断提高；努力开拓国内市场，稳步发展国际市场，加快行业规模发展；加强本土品牌建设，促进本土企业发展。

上述规划要求包括一次性卫生用品行业在内的轻工行业以“增品种”满足多样化消费新需求，以“提品质”促进有效供给能力提升，以“创品牌”开辟新的市场空间，实现由传统代工向品牌竞争转变。积极实施机器换人工程，推进信息技术和工业自动化的深度融合，在研发、生产、采购等经营管理的全过程实现数字化、智能化，增创高成本环境下的发展新空间和竞争力。

一系列鼓励支持政策的出台，为行业的发展奠定了良好的政策基础，有利于促进行业规范、健康地发展，为公司盈利能力连续性和稳定性的创造良好的政策环境。

（2）下游行业发展情况

牙刷作为人们日常口腔清洁护理的最主要工具之一，属于生活必需品，价值相对较低，需求弹性较小，具有刚性需求，且与人口增长正相关，市场需求较为稳定。随着人们生活水平的提高及口腔护理保健意识的增强和收入水平的提高，人们更换牙刷的频次也将实现增长，牙刷在低收入消费者中渐渐普及，牙刷市场发展潜力巨大。随着人们口腔健康意识的不断提升和收入水平的提高，牙刷在低收入消费者中渐渐普及，牙线、牙线签、漱口水、齿间刷等其他口腔清洁护理用品展现出了巨大的市场潜力。

随着我国居民收入逐年提高，中产阶级和年轻一族、白领一族群体不断壮大，生活方式实现重大转变，消费结构由生存型消费向发展型消费、由传统消费向新型消费升级，健康理念、清洁意识随之增强，未来我国湿巾市场仍将快速增长。

一次性卫生用品销售终端的发展在一定程度上决定着行业市场规模。我国零售行业发展迅速，各种形态的销售终端如国际性大卖场、本土大型连锁超市、中小型超市、便利店、食杂店等遍布于城市甚至农村地区；此外，网络电商近年来蓬勃发展，成为一次性卫生用品重要的销售平台。各种形态的销售终端能够满足不同消费者的消费需求，在一定程度上为一次性卫生用品行业的发展提供了渠道支撑。

因此，下游行业需求的增长以及各种形态的销售终端的发展为公司盈利能力连续性和稳定性良好的市场环境。

（3）始终提供令客户满意的产品和服务

受行业特性影响，行业内企业多以贴牌加工模式为主。下游品牌客户通常将产品品质、功能、价格、生产能力、交期、新品研发设计能力作为供应商选择和日常考核的重要因素。公司只有通过技术、工艺改进提升品质，通过规模化、自动化改造降低单位生产成本，才能保持并提升市场份额，同时，这也是公司保持盈利能力连续性、稳定性的重要因素之一。

（4）持续技术创新

持续技术创新是企业可持续发展的源泉。公司持续进行自主研发和技术创新，不断提升现有产品品质，保持市场竞争力；同时，公司通过创新产品，积极拓展新工艺、新材料、新功能的应用，开创新的利润增长点。未来，随着品牌客户个性化需求日益提高，对公司产品提出更高要求，持续提升公司的技术创新能力，对保持公司的市场竞争优势，实现收入与盈利的持续增长有重要作用。

（三）利润表项目逐项分析

1、营业收入

（1）营业收入构成及变动分析

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

主营业务收入	31,414.16	99.75%	62,394.98	99.74%	47,061.40	99.71%	44,582.12	99.75%
其他业务收入	78.19	0.25%	163.77	0.26%	136.25	0.29%	112.52	0.25%
合计	**31,492.34**	**100.00%**	**62,558.75**	**100.00%**	**47,197.66**	**100.00%**	**44,694.64**	**100.00%**

注：其他业务收入主要系辅料销售收入、租金收入等。

报告期内，公司主营业务收入的比重均超过 99%，主营业务突出。2014 年度至 2016 年度，公司主营业务收入持续增长，2015 年度、2016 年度分别同比增长 5.56%和 32.58%，主要受益于公司牙刷、湿巾产品的销售规模持续扩大，同时，受产品特性及结构升级的驱动，部分产品的平均销售价格亦有所提高，带动销售收入持续增长。2017 年 1-6 月，公司口腔清洁护理用品销售收入较上年同期有所增长，亦带动主营业务收入同比增长。

（2）主营业务收入按产品构成分析

单位：万元

产品类别	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
口腔清洁护理用品：	**25,157.90**	**80.08%**	**49,358.62**	**79.11%**	**39,261.32**	**83.43%**	**33,836.64**	**75.90%**
牙刷	22,603.58	71.95%	45,163.22	72.38%	35,311.21	75.03%	30,560.46	68.55%
其他口腔清洁护理用品	2,554.32	8.13%	4,195.40	6.72%	3,950.11	8.39%	3,276.18	7.35%
一次性卫生用品：	**6,256.26**	**19.92%**	**13,036.36**	**20.89%**	**7,800.08**	**16.57%**	**10,745.47**	**24.10%**
湿巾	6,256.26	19.92%	13,036.36	20.89%	7,800.08	16.57%	10,745.47	24.10%
合计	**31,414.16**	**100.00%**	**62,394.98**	**100.00%**	**47,061.40**	**100.00%**	**44,582.12**	**100.00%**

公司主营业务收入由口腔清洁护理用品（包括牙刷、其他口腔清洁护理用品）和一次性卫生用品销售收入构成。从产品结构来看，公司主营业务收入主要来自牙刷和湿巾产品，报告期各期，该两类产品收入合计占主营业务收入的比重均超过 91%。报告期内，公司主营业务收入整体上持续增长。

① 牙刷产品

报告期内，公司牙刷产品在国内及海外市场的销售收入、销售数量及平均单价如下表所示：

项目		2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
国内销售	销售收入（万元）	15,628.64	32,542.92	25,168.04	21,062.93

	销售数量（万支）	12,736	27,528	22,063	19,141
	平均单价（元/支）	1.23	1.18	1.14	1.10
海外销售	销售收入（万元）	6,974.94	12,620.30	10,143.17	9,497.53
	销售数量（万支）	6,199	12,483	11,227	10,403
	平均单价（元/支）	1.13	1.01	0.90	0.91
牙刷产品合计	销售收入（万元）	22,603.58	45,163.22	35,311.21	30,560.46
	销售数量（万支）	18,935	40,011	33,290	29,544
	平均单价（元/支）	1.19	1.13	1.06	1.03

报告期各期，公司牙刷类产品的平均销售单价分别为 1.03 元/支、1.06 元/支、1.13 元/支及 1.19 元/支，呈增长趋势。

报告期内，公司内销牙刷产品的平均单价增长，主要系公司迎合客户需求及市场趋势，设计开发更多功能性牙刷产品，更多选用进口刷丝，且部分产品的刷丝用量亦有所提高，并优化包装设计及材质，高端产品比重有所提高。公司外销牙刷产品的平均单价在 2014 至 2015 年度期间较为稳定，2016 年度有所提高，主要由于公司外销主要结算货币为美元，美元兑人民币有所升值所致；2017 年 1-6 月，设计较为复杂的中高端牙刷产品销售占比有所提升，同时 Ranir、Solent 等部分主要客户产品结构升级，高端产品比重有所增加，从而带动外销牙刷产品平均单价提高。

报告期各期，公司牙刷产品国内销售的平均单价高于海外销售，主要系国内市场和客户对于刷丝材质及包装形式的个性化要求较高；而海外客户的产品包装较为简洁，个性化程度较低。

报告期内，公司牙刷销售收入持续增长，2015 年度、2016 年度同比增幅分别为 15.55%、27.90%，2017 年 1-6 月较上年同期亦增长 11.86%，主要原因系公司牙刷产品的总体产能、产量及销量持续增长，受产品特性及结构升级的驱动，平均销售价格亦有所提高。

② 湿巾产品

报告期内，公司湿巾产品的销售收入、销售数量及平均单价如下表所示：

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度

销售收入（万元）	6,256.26	13,036.36	7,800.08	10,745.47
销售数量（万片）	75,848	156,498	96,856	110,733
平均单价（元/片）	0.08	0.08	0.08	0.10

报告期各期，公司湿巾类产品的平均销售单价分别为 0.10 元/片、0.08 元/片、0.08 元/片及 0.08 元/片，2015 年度平均销售单价有所下降，一方面，由于国际市场竞争较为激烈，公司面临一定降价压力。另一方面，公司湿巾销售主要采取 ODM 模式，下游客户的目标市场及产品定位差异较大，因而公司销售的湿巾产品在规格、克重、配方、包装等产品属性方面个性化程度较高，主要客户的采购规模、收入的产品结构变动对公司湿巾产品的平均销售价格影响较大。

③ 其他口腔清洁护理用品

报告期各期，公司其他口腔清洁护理用品的销售收入分别为 3,276.18 万元、3,950.11 万元、4,195.40 万元及 2,554.32 万元。报告期内，公司其他口腔清洁护理用品主要包括牙线、齿间刷、假牙清洁片、牙线签等，其销售收入、销售数量及平均单价如下表所示：

项目		2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
牙线	销售收入（万元）	944.13	1,702.67	1,979.97	1,730.85
	销售数量（万米）	19,883.28	37,179.30	41,640.74	38,860.58
	平均单价（元/米）	0.05	0.05	0.05	0.04
齿间刷	销售收入（万元）	693.45	1,055.34	1,002.01	693.01
	销售数量（万支）	1,233.01	2,186.36	2,087.65	1,388.22
	平均单价（元/支）	0.56	0.48	0.48	0.50
假牙清洁片	销售收入（万元）	511.29	858.87	590.64	490.44
	销售数量（万片）	5,701.49	10,044.11	7,472.65	5,986.42
	平均单价（元/片）	0.09	0.09	0.08	0.08
牙线签	销售收入（万元）	378.58	544.30	364.80	353.46
	销售数量（万支）	5,680.60	8,851.74	6,354.59	6,077.28
	平均单价（元/支）	0.07	0.06	0.06	0.06

报告期各期，公司其他口腔清洁护理用品整体的平均销售单价稳中有升。

报告期内，公司其他口腔清洁护理用品销售收入持续增长，2015 年度、2016

年度分别同比增长 20.57%、6.21%，2017 年 1-6 月同比增长 27.17%，主要系公司各类口腔清洁护理用品的产量、销量均有所增加，主要产品的平均单价亦有所提升。其中，2017 年 1-6 月齿间刷产品平均销售价格增长较快，主要系部分主要客户产品结构升级，材质优化，均价较高的产品销售占比有所提高。

（3）主营业务收入按区域构成分析

单位：万元

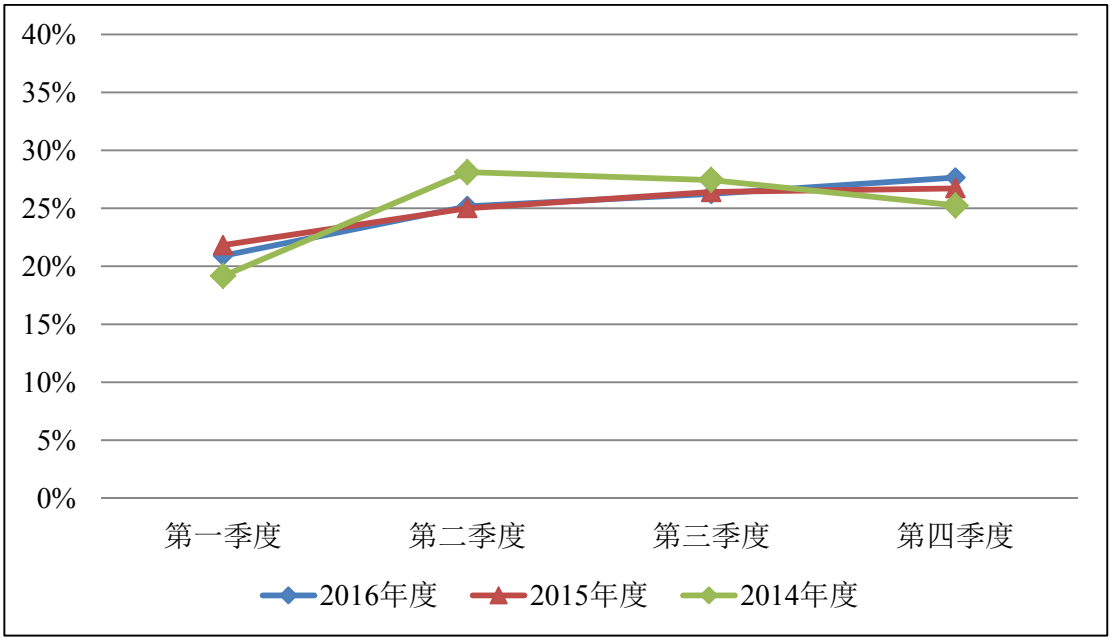
销售区域	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
国内销售	15,867.19	50.51%	32,899.23	52.73%	25,516.82	54.22%	21,614.73	48.48%
海外销售	15,546.97	49.49%	29,495.75	47.27%	21,544.59	45.78%	22,967.38	51.52%
合计	**31,414.16**	**100.00%**	**62,394.98**	**100.00%**	**47,061.40**	**100.00%**	**44,582.12**	**100.00%**

公司销售收入的区域分布呈现内外销并重的特征。报告期各期，公司国内销售占比分别为 48.48%、54.22%、52.73%及 50.51%。

（4）主营业务收入的季度分布分析

报告期各期，公司主营业务收入的季节分布如以下图表所示：

季节分布	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	15,139.10	48.19%	13,054.35	20.92%	10,275.63	21.83%	8,549.48	19.18%
第二季度	16,275.06	51.81%	15,712.93	25.18%	11,774.38	25.02%	12,536.62	28.12%
第三季度	-	-	16,373.64	26.24%	12,430.11	26.41%	12,235.71	27.45%
第四季度	-	-	17,254.07	27.65%	12,581.28	26.73%	11,260.30	25.26%
合计	**31,414.16**	**100.00%**	**62,394.98**	**100.00%**	**47,061.40**	**100.00%**	**44,582.12**	**100.00%**



公司主要产品为牙刷、湿巾及其他口腔清洁护理用品，属日常消费品，需求弹性较小。报告期各期，公司销售收入的季度分布较为稳定。受国内春节、海外圣诞假期影响，各年度第一季度收入贡献相对较低。公司收入的季节分布符合业务特征，不存在较大的季节性变化。

2、营业成本

（1）营业成本构成

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	22,829.35	99.22%	44,263.14	99.41%	34,929.70	99.15%	33,551.85	99.47%
其他业务成本	179.46	0.78%	260.77	0.59%	298.76	0.85%	177.58	0.53%
合计	**23,008.81**	**100.00%**	**44,523.92**	**100.00%**	**35,228.47**	**100.00%**	**33,729.43**	**100.00%**

（2）主营业务成本按产品构成分析

报告期内，公司主营业务成本的产品构成如下表所示：

单位：万元

产品类别	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
口腔清洁护理用品：	**17,353.52**	**76.01%**	**33,602.55**	**75.92%**	**28,283.95**	**80.97%**	**24,973.94**	**74.43%**

牙刷	15,551.69	68.12%	30,595.34	69.12%	25,338.23	72.54%	22,662.18	67.54%
其他口腔清洁护理用品	1,801.83	7.89%	3,007.21	6.79%	2,945.72	8.43%	2,311.76	6.89%
一次性卫生用品：	**5,475.83**	**23.99%**	**10,660.59**	**24.08%**	**6,645.76**	**19.03%**	**8,577.91**	**25.57%**
湿巾	5,475.83	23.99%	10,660.59	24.08%	6,645.76	19.03%	8,577.91	25.57%
合计	**22,829.35**	**100.00%**	**44,263.14**	**100.00%**	**34,929.70**	**100.00%**	**33,551.85**	**100.00%**

报告期各期，公司主营业务成本随着主营业务收入增长，2015 年度、2016 年度分别同比增长 4.11%、26.72%。公司主营业务成本由口腔清洁护理用品（包括牙刷、其他口腔清洁护理用品）和一次性卫生用品（即湿巾产品）成本构成，报告期内，公司各项产品的主营业务成本占比与主营业务收入结构基本相符。

（3）主营业务成本按料工费构成分析

公司主营业务成本由直接材料、直接人工、制造费用、外销产品的进项税转出构成。其中，直接材料主要包括包装材料、刷丝、无纺布、塑料粒子、胶料、PVC/PET 片材、化学品原料等；直接人工为生产人员薪酬；制造费用主要为车间管理人员薪酬、生产设备折旧、模具摊销及修理费，以及电、水等能源耗用；公司产品外销出口时，将按规定计算的当期出口货物“免抵退税不得免征和抵扣税额”转入销售成本。报告期内，公司主营业务成本中直接材料、直接人工、制造费用的明细构成、金额及占比情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	14,990.29	65.66%	28,934.61	65.37%	21,789.38	62.38%	22,228.08	66.25%
直接人工	3,106.04	13.61%	6,093.20	13.77%	4,921.14	14.09%	4,178.57	12.45%
制造费用	4,040.39	17.70%	7,981.72	18.03%	7,264.33	20.80%	6,167.36	18.38%
进项税转出	692.64	3.03%	1,253.62	2.83%	954.85	2.73%	977.83	2.91%
合计	**22,829.35**	**100.00%**	**44,263.14**	**100.00%**	**34,929.70**	**100.00%**	**33,551.85**	**100.00%**

报告期内，公司各主要产品营业成本中直接材料、直接人工、制造费用的明细构成、金额及占比情况如下：

① 牙刷产品

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度

	金额	占比	**金额**	**占比**	**金额**	**占比**	**金额**	**占比**
直接材料	9,620.44	61.86%	18,877.51	61.70%	15,043.98	59.37%	14,098.67	62.21%
直接人工	2,532.82	16.29%	5,072.35	16.58%	4,084.89	16.12%	3,347.33	14.77%
制造费用	3,125.36	20.10%	6,151.44	20.11%	5,804.33	22.91%	4,837.22	21.34%
进项税转出	273.07	1.76%	494.04	1.61%	405.03	1.60%	378.96	1.67%
合计	**15,551.69**	**100.00%**	**30,595.34**	**100.00%**	**25,338.23**	**100.00%**	**22,662.18**	**100.00%**

② 湿巾产品

单位：万元

项目	**2017 年 1-6 月**		**2016 年度**		**2015 年度**		**2014 年度**	
	金额	**占比**	**金额**	**占比**	**金额**	**占比**	**金额**	**占比**
直接材料	4,427.01	80.85%	8,546.42	80.17%	5,184.95	78.02%	6,874.56	80.14%
直接人工	274.06	5.00%	533.26	5.00%	372.85	5.61%	478.05	5.57%
制造费用	530.80	9.69%	1,088.97	10.21%	794.82	11.96%	840.19	9.79%
进项税转出	243.97	4.46%	491.94	4.61%	293.13	4.41%	385.10	4.49%
合计	**5,475.83**	**100.00%**	**10,660.59**	**100.00%**	**6,645.76**	**100.00%**	**8,577.91**	**100.00%**

③ 其他口腔清洁护理用品

单位：万元

项目	**2017 年 1-6 月**		**2016 年度**		**2015 年度**		**2014 年度**	
	金额	**占比**	**金额**	**占比**	**金额**	**占比**	**金额**	**占比**
直接材料	942.84	52.33%	1,510.68	50.24%	1,560.45	52.97%	1,254.86	54.28%
直接人工	299.16	16.60%	487.59	16.21%	463.40	15.73%	353.19	15.28%
制造费用	384.23	21.32%	741.31	24.65%	665.18	22.58%	489.95	21.19%
进项税转出	175.60	9.75%	267.63	8.90%	256.70	8.71%	213.77	9.25%
合计	**1,801.83**	**100.00%**	**3,007.21**	**100.00%**	**2,945.72**	**100.00%**	**2,311.76**	**100.00%**

3、税金及附加

单位：万元

项目	**2017 年 1-6 月**	**2016 年度**	**2015 年度**	**2014 年度**	**计缴标准**
营业税	-	-	0.36	7.52	5%
城市维护建设税	142.49	196.20	215.31	114.33	5%
教育费附加	83.25	110.07	124.57	64.32	3%
地方教育费附加	55.50	73.38	83.05	42.88	2%
印花税	18.59	17.27	-	-	-
土地使用税	18.12	17.68	-	-	3 元/平方米
房产税	23.31	31.66	-	-	1.2%、12%
合计	**341.25**	**446.25**	**423.29**	**229.05**	-

4、期间费用

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例
销售费用	1,944.47	6.17%	4,064.65	6.50%	3,662.88	7.76%	3,402.44	7.61%
管理费用	1,065.23	3.38%	6,127.58	9.79%	1,485.71	3.15%	1,472.80	3.30%
财务费用	263.07	0.84%	88.92	0.14%	157.34	0.33%	350.11	0.78%
合计	**3,272.77**	**10.39%**	**10,281.15**	**16.43%**	**5,305.94**	**11.24%**	**5,225.34**	**11.69%**

注：上表中，报告期各期占比系各项期间费用占当期营业收入的比例。

报告期内，公司期间费用合计分别为 5,225.34 万元、5,305.94 万元、10,281.15 万元及 3,272.77 万元，随着公司业务规模持续增长，期间费用率分别为 11.69%、11.24%、16.43%及 10.39%，报告期内整体保持稳定，期间费用控制良好。其中，2016 年度公司期间费用相对较高，主要系公司股份支付确认金额 3,115.73 万元，均一次性计入当年度管理费用。

（1）销售费用

报告期内，公司销售费用主要为运输费、薪酬、广告及业务宣传费、代理费等，销售费用明细项目的金额及占比具体如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
差旅费	99.54	5.12%	183.49	4.51%	156.20	4.26%	130.90	3.85%
代理费	119.27	6.13%	433.49	10.66%	389.66	10.64%	353.73	10.40%
广告及业务宣传费	189.73	9.76%	290.25	7.14%	405.44	11.07%	469.41	13.80%
海关费	204.44	10.51%	387.96	9.54%	352.76	9.63%	331.08	9.73%
进场费	19.25	0.99%	107.31	2.64%	138.33	3.78%	67.98	2.00%
薪酬	357.62	18.39%	560.58	13.79%	555.74	15.17%	687.99	20.22%
邮电费	127.56	6.56%	246.91	6.07%	179.25	4.89%	134.09	3.94%
运输费	522.36	26.86%	1,118.10	27.51%	1,022.97	27.93%	858.37	25.23%
运营费	103.94	5.35%	231.14	5.69%	156.17	4.26%	105.61	3.10%
业务招待费	48.78	2.51%	167.83	4.13%	67.40	1.84%	34.72	1.02%
小计	**1,792.50**	**92.18%**	**3,727.06**	**91.69%**	**3,423.91**	**93.48%**	**3,173.87**	**93.28%**

报告期各期，公司销售费用分别为 3,402.44 万元、3,662.88 万元、4,064.65

万元及 1,944.47 万元，占当期营业收入的比例分别为 7.61%、7.76%、6.50%及 6.17%，销售费用随业务规模增长有所增加。因公司营业收入增长较快，且 ODM 销售占比较上年度进一步提高，ODM 销售模式下公司在品牌推广及渠道铺货等方面的投入需求相对自主品牌销售较小，销售费用增幅相对营业收入增幅较为平缓，销售费用率亦有所下降。

公司代理费系公司支付给代理商的佣金。报告期内，公司代理费金额分别为 353.73 万元、389.66 万元、433.49 万元、119.27 万元，占营业收入的比例分别为 0.79%、0.83%、0.69%、0.38%，占比较低。代理模式下，公司与代理商签订代理合同，代理商经公司授权，代理倍加洁品牌产品对商超客户的销售，推广产品品牌、洽谈销售业务与促销活动等，向公司收取代理费。公司向商超客户交付商品时计提代理费，并在收到超市回款后向代理商支付代理费。报告期内，公司代理模式收入金额较小，占发行人营业收入比重分别为 1.94%、2.07%、1.06%、2.28%，占比较低。报告期各期，代理费占代理模式收入的比例分别为 40.73%、39.96%、65.69%、16.63%，2016 年相对较高，2017 年 1-6 月相对较低，主要系公司于 2016 年年末交付商超客户但当年度尚未确认收入的商品计提代理费所致。2016 年至 2017 年 1-6 月期间，代理费总额占代理模式收入总额的比例为 40.11%，占比相对以前年度较为稳定。

报告期内，公司广告及业务宣传费分别为 469.41 万元、405.44 万元、290.25 万元、189.73 万元，其中广告费金额分别为 163.08 万元、43.92 万元、8.56 万元及 4.91 万元，主要为品牌形象策划及产品规划设计、广播电视广告投放、超市内广告宣传等投入。报告期内，公司广告费占营业收入的比例较低且逐年下降，分别为 0.36%、0.09%、0.01%及 0.02%，主要系公司减少了营销策划投入及电视广告投放。

报告期内，公司海关费金额分别为 331.08 万元、352.76 万元、387.96 万元及 204.44 万元，随公司海外销售收入的增加有所提高，占海外销售收入比重分别为 1.44%、1.64%、1.32%及 1.32%。占比较为稳定，2015 年度占比小幅提高，主要系客户及订单结构变动，小批量、多频次的订单增加，使得海关费占比小幅提高。

进场费是指商超利用其在市场交易中的相对优势地位，向供货商收取的一种费用。为了支持经销商、代理商在商超的市场推广，在经销商、代理商向商超支付进场费后，公司承担一定比例的进场费用。报告期内，公司进场费金额较小，分别为 67.98 万元、138.33 万元、107.31 万元及 19.25 万元，占公司经销及代理模式合计收入的比例分别为 1.00%、2.08%、1.59%及 0.56%，占比较低。由于仅部分商超向经销商、代理商收取进场费，且进场费主要产生于新品进场或单品进入新的门店，与当年新品推广情况较为相关，因此占收入比例存在一定波动。

报告期各期，公司销售费用项下的薪酬分别为 687.99 万元、555.74 万元、560.58 万元及 357.62 万元。2014 年度，公司销售费用中薪酬相对较高，主要系公司于当年聘用超市导购员以推销自主品牌产品，形成薪酬 197.45 万元。此外，报告期各期，公司销售人员薪酬分别为 490.54 万元、555.74 万元、560.58 万元及 357.62 万元，占当期营业收入的比例分别为 1.10%、1.18%、0.90%及 1.14%，整体较为稳定，2016 年度有所下降主要系公司当年营业收入增长较快的同时销售人员薪酬总额保持稳定，2017 年 1-6 月占比提高主要系公司当期销售人员数量有所增加。

报告期内，公司运输费分别为 858.37 万元、1,022.97 万元、1,118.10 万元及 522.36 万元，总体随销售规模增长，占当期营业收入的比例分别为 1.92%、2.17%、1.79%及 1.66%。公司外销业务中运输主要目的地为上海洋山港及上海外高桥港区，运输距离较短，运费相对内销较低，因此运输费受到内外销收入结构变动影响。报告期各期，公司内销收入占比分别为 48.48%、54.22%、52.73%、50.51%，变动趋势与运输费占营业收入的比例整体保持一致。同时，2015 年度以来，公司牙刷等主要产品的销售均价有所提高，在单位数量产品运输费相对稳定的情况下带动运输费占营业收入的比例有所下降；此外，2015 年度至 2017 年 6 月，部分运费较低客户的收入金额及占比持续增长，亦使得 2016 年度以来运输费占收入比例有所下降。除上述因素外，2015 年度国内个别远距离客户销售金额增长，且公司根据部分商超客户要求增加中间仓储物流环节及送货次数，相应带动 2015 年度运输费金额增长快于营业收入，占营业收入比例亦有所增长。2016 年度，部分主要客户运费占其收入比例有所下降，进一步带动当年度运输费占收入比例有所下滑。

报告期各期，公司销售费用率与同行业可比公司的比较情况如下：

公司名称	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
三椒口腔	9.34%	11.11%	11.28%	12.20%
云南白药	15.25%	12.67%	13.07%	12.92%
两面针	11.73%	12.31%	14.80%	13.77%
诺斯贝尔	5.68%	5.60%	5.87%	8.87%
维尼健康	2.93%	5.41%	6.77%	4.92%
金红叶	15.62%	17.86%	18.94%	19.73%
中顺洁柔	19.93%	18.93%	17.47%	15.67%
南六	4.27%	3.94%	3.65%	4.16%
康那香	7.22%	7.91%	7.64%	7.92%
行业平均值	**10.22%**	**10.64%**	**11.05%**	**11.13%**
行业可比公司范围	**2.93%-19.93%**	**3.94%-18.93%**	**3.65%-18.94%**	**4.16%-19.73%**
倍加洁集团	**6.17%**	**6.50%**	**7.76%**	**7.61%**

数据来源：Wind 资讯；同行业可比公司定期报告、招股说明书、公开转让说明书。

如上表所示，报告期内，公司销售费用率分别为 7.61%、7.76%、6.50%及 6.17%，处于行业可比公司合理范围内，变动趋势整体上略有下降，与同行业可比公司一致；同时，同行业可比公司之间销售费用率差异较大，公司销售费用率与同行业可比公司的平均值相比较低，主要由于公司收入主要来自 ODM 销售，且报告期内 ODM 销售占比持续提高，自主品牌对销售收入的贡献相对较小。具体而言，公司与三椒口腔、云南白药、两面针、金红叶、中顺洁柔等自主品牌销售占比较高的同行业可比公司相比，在品牌推广及渠道铺货等方面的投入需求较小，销售费用率相对较低；同时，报告期内公司销售费用率整体上高于诺斯贝尔、维尼健康、南六等以 ODM 销售模式为主的可比公司。

（2）管理费用

公司管理费用主要包括薪酬、股份支付、研发支出、折旧费、咨询/验证费等。报告期内，公司管理费用主要明细项目的金额及占比具体如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
办公费	17.56	1.65%	96.32	1.57%	65.59	4.41%	73.57	5.00%

差旅费	8.24	0.77%	20.32	0.33%	13.51	0.91%	9.70	0.66%
厂房修理改造费	20.54	1.93%	27.76	0.45%	59.85	4.03%	105.54	7.17%
水电费	29.81	2.80%	63.84	1.04%	56.78	3.82%	56.12	3.81%
税金	2.91	0.27%	31.70	0.52%	110.01	7.40%	126.15	8.57%
无形资产摊销	52.72	4.95%	98.85	1.61%	57.30	3.86%	134.10	9.11%
薪酬	346.36	32.51%	719.73	11.75%	544.06	36.62%	503.68	34.20%
研发支出	373.50	35.06%	812.14	13.25%	205.80	13.85%	130.99	8.89%
业务招待费	70.32	6.60%	182.36	2.98%	94.40	6.35%	74.52	5.06%
折旧费	45.40	4.26%	122.69	2.00%	122.04	8.21%	121.98	8.28%
政府规费	3.66	0.34%	39.82	0.65%	10.48	0.71%	21.57	1.46%
专利/商标注册费	7.72	0.73%	25.19	0.41%	18.56	1.25%	13.40	0.91%
咨询/验证费	61.81	5.80%	612.56	10.00%	42.47	2.86%	34.98	2.38%
股份支付	-	-	3,115.73	50.85%	-	-	-	-
小计	**1,040.53**	**97.68%**	**5,969.01**	**97.41%**	**1,400.84**	**94.29%**	**1,406.32**	**95.49%**

报告期各期，公司管理费用分别为 1,472.80 万元、1,485.71 万元、6,127.58 万元及 1,065.23 万元，占当期营业收入的比例分别为 3.30%、3.15%、9.79%及 3.38%。公司管理费用随业务规模增长而逐年提高，管理费用率保持稳定，费用控制情况良好。其中，2016 年度，公司管理费用及管理费用率较高，主要系公司为充分调动员工的积极性，保持管理团队和业务团队的稳定，促进员工与公司的长期共同成长，公司部分员工以低于公允价值的对价入伙公司持股平台扬州竟成、扬州和成，形成股份支付 3,115.73 万元，均计入 2016 年度管理费用。同时，公司因筹划 IPO 上市形成的相关中介机构服务费用，2016 年度咨询/验证费金额较高。

报告期各期，公司研发支出分别为 130.99 万元、205.80 万元、812.14 万元及 373.50 万元，占营业收入的比例分别为 0.29%、0.44%、1.30%及 1.19%。2016 年度以来，公司加大研发投入，积极推进全自动牙刷加工系统、多色注胶系统、注塑工艺等领域的研发项目，研发支出金额有所增长。

报告期各期，公司管理费用项下的薪酬分别为 503.68 万元、544.06 万元、719.73 万元及 346.36 万元。2016 年度以来，因行政管理人员工资水平提高且人数有所增加，公司管理费用中薪酬增加。

报告期各期，公司管理费用率与同行业可比公司的比较情况如下：

公司名称	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
三椒口腔	7.49%	9.51%	11.39%	9.53%
云南白药	1.45%	2.16%	2.38%	2.93%
两面针	10.99%	10.24%	12.11%	15.44%
诺斯贝尔	7.00%	6.43%	6.18%	6.55%
维尼健康	6.05%	9.77%	7.40%	3.26%
金红叶	1.87%	2.05%	1.99%	2.21%
中顺洁柔	5.66%	5.39%	6.70%	6.66%
南六	3.94%	3.94%	3.89%	4.09%
康那香	5.88%	5.94%	5.91%	6.32%
行业平均值	**5.59%**	**6.16%**	**6.44%**	**6.33%**
行业可比公司范围	**1.45%-10.99%**	**2.16%-10.24%**	**1.99%-12.11%**	**2.21%-15.44%**
倍加洁集团	**3.38%**	**9.79%**	**3.15%**	**3.30%**

数据来源：Wind 资讯；同行业可比公司定期报告、招股说明书、公开转让说明书。

如上表所示，报告期内，公司管理费用率分别为 3.30%、3.15%、9.79%及 3.38%，处于行业可比公司合理范围内。其中，2016 年度相对较高，主要系公司股份支付确认金额 3,115.73 万元，均一次性计入当年度管理费用；其他年度与同行业可比公司平均值相比较低，整体而言，公司管理费用率与南六较为接近，低于三椒口腔、两面针、诺斯贝尔、中顺洁柔、康那香，高于云南白药、金红叶。主要原因为：① 公司研发投入水平相对可比公司较少，报告期各期研发支出占营业收入的比例分别为 0.29%、0.44%、1.30%、1.19%，同行业可比公司的研发支出占比平均值分别为 1.66%、1.57%、2.26%、1.82%。② 公司办公地点主要位于扬州市广陵区，当地薪酬水平低于一二线城市；同时，公司内部组织机构及人员设置精简，管理运作有序高效，公司管理类员工人数相对营业收入规模较低，使得公司管理费用项下薪酬占营业收入比例低于大部分可比公司。③ 公司生产及办公地点集中，不存在多地办公的情况，协同运作及管理沟通成本相对较低，差旅费、办公费占营业收入的比例低于部分可比公司；④ 报告期内，公司高度重视内部运营管理，费用控制严格、高效；同时，部分管理费用相对固定，受益于规模效应，公司管理费用率得以控制在较低水平。

（3）财务费用

报告期内，公司财务费用主要明细项目的金额及其变动情况具体如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度金额
	金额	同比变动	金额	同比变动	金额	同比变动	
利息支出	209.37	-	424.64	-11.60%	480.37	-15.04%	565.39
减：利息收入	15.68	-	30.81	-72.01%	110.05	-48.88%	215.28
汇兑损益	50.13	-	-346.53	40.13%	-247.29	488.78%	-42.00
其他	19.24	-	41.62	21.32%	34.30	-18.33%	42.00
合计	**263.07**	**-**	**88.92**	**-43.49%**	**157.34**	**-55.06%**	**350.11**

报告期各期，公司财务费用分别为 350.11 万元、157.34 万元、88.92 万元及 263.07 万元，占当期营业收入的比例分别为 0.78%、0.33%、0.14%及 0.84%，占比较低。公司财务费用以利息支出、利息收入、汇兑损益为主。

公司境外销售主要以美元结算，财务费用变动主要受汇兑损益影响。2014 至 2016 年度，人民币兑美元以贬值为主，公司汇兑净收益分别为 42.00 万元、247.29 万元、346.53 万元，带动财务费用率持续下降；2017 年 1-6 月，人民币兑美元有所升值，公司汇兑净损失 50.13 万元，财务费用率相应提高。

公司利息支出主要为银行短期借款利息，报告期各期金额有所减少，主要系利率水平有所下降，与报告期内央行贷款基准利率走势一致。利息收入主要为公司银行存款、往来款及承兑汇票保证金利息收入等。

报告期各期，公司财务费用率与同行业可比公司的比较情况如下：

公司名称	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
三椒口腔	0.79%	1.15%	1.53%	2.08%
云南白药	0.25%	0.40%	0.06%	0.08%
两面针	3.21%	2.71%	2.50%	3.46%
诺斯贝尔	0.34%	0.14%	0.88%	1.28%
维尼健康	0.01%	0.24%	0.56%	1.32%
金红叶	4.98%	3.95%	3.52%	2.86%
中顺洁柔	1.14%	1.55%	3.54%	2.88%
南六	0.58%	-0.55%	0.11%	0.38%
康那香	2.07%	1.22%	0.95%	0.26%

行业平均值	**1.49%**	**1.20%**	**1.52%**	**1.62%**
倍加洁集团	**0.84%**	**0.14%**	**0.33%**	**0.78%**

数据来源：Wind 资讯；同行业可比公司定期报告、招股说明书、公开转让说明书。
注：南六、康那香的财务费用率系基于以下财务费用口径计算得到：财务费用=利息支出-利息收入-净外币兑换利益（或+净外币兑换损失）。

如上表所示，公司财务费用率公司财务费用率低于同行业可比公司的平均水平，主要原因为：① 公司利息支出占营业收入的比例低于可比公司平均水平，主要系公司目前融资渠道相对单一，主要通过银行借款渠道融资，且均为短期借款，相对于可比公司选择的公司债券、定向工具、短期融资券等渠道而言，利率水平相对较低。② 报告期内公司外销收入的占比较高，且 2014 至 2016 年度期间主要结算货币美元兑人民币有所升值，汇兑收益的增长亦有助于公司财务费用率的有效控制。同行业可比公司中，三椒口腔、云南白药、中顺洁柔的外销占比基本低于 10%，维尼健康自 2014 年度起主要采用人民币与海外客户结算，该等公司的财务费用主要由利息支出构成，故财务费用率相对公司较高。2017 年 1-6 月，人民币兑美元有所升值，公司形成汇兑净损失 50.13 万元，带动财务费用率有所提高，与可比公司平均值差异相应减小。因此，公司财务费用率与同行业可比公司的差异主要受融资方式及借款规模、国内外销售结构、结算货币等因素影响。

5、资产减值损失

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
应收款项坏账损失	-75.56	-740.89	838.75	170.58
存货跌价损失	38.81	18.43	-	-
合计	**-36.74**	**-722.46**	**838.75**	**170.58**

公司资产减值损失由应收账款、其他应收款坏账准备及存货跌价损失构成。2015 年度公司其他应收款坏账准备金额较大，主要系公司当年度按账龄分析法计提的其他应收款坏账准备金额较大，且全额计提了 300 万元海关保证金坏账准备，具体内容参见本节“一、财务状况分析”之“（二）各项主要资产分析”之“1、流动资产的构成及变动分析”之“（5）其他应收款”。2016 年度公司应收款项坏账损失为负，主要系公司 2014 年、2015 年对外借款期末余额较大，2016 年度收回借款，因此转回以前年度计提的其他应收款坏账准备 859.94 万元。

6、投资收益

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
权益法核算的长期股权投资收益	608.10	822.64	859.76	692.14
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产在持有期间的投资收益	-	-	145.40	1.87
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产取得的投资收益	-	-	-100.82	6.53
其他流动资产（理财产品）收益	5.04	11.58	22.17	29.52
远期结汇汇兑损益	-	-	37.07	36.35
合计	**613.14**	**834.22**	**963.58**	**766.41**

报告期内，公司投资收益主要来自参股江苏扬州农村商业银行股份有限公司所取得的投资回报，以及债券产品持有期间分红收益及处置损失等。

报告期内，公司于 2014 年、2015 年开展了远期结售汇业务，发行人开展远期结售汇的内容主要为美元结汇及日元售汇，远期结售汇收益的金额分别为 36.35 万元、37.07 万元、0 万元和 0 万元，合约的具体情况如下表所示：

交易对象	外汇结汇金额（美元万元/日元万元）	约定汇率	交割汇率	实际交割日	交割损益（人民币万元，收益以正数列示）
2014 年度					
美元结汇					
中国银行	50	6.2078	6.158	2014/4/30	2.49
中国银行	50	6.2128	6.1528	2014/6/30	3
中国银行	50	6.2138	6.1675	2014/7/31	2.31
交通银行	30	6.2156	6.1681	2014/8/1	1.43
中国银行	50	6.2148	6.1647	2014/8/29	2.51
交通银行	30	6.219	6.168	2014/9/1	1.53
中国银行	50	6.2138	6.1525	2014/9/30	3.07
交通银行	30	6.223	6.1493	2014/10/8	2.21
中国银行	50	6.2162	6.1461	2014/10/31	3.5
交通银行	30	6.2268	6.1525	2014/11/3	2.23
中国银行	50	6.2185	6.1345	2014/11/28	4.2
交通银行	30	6.2299	6.1369	2014/12/1	2.79
中国银行	50	6.2207	6.119	2014/12/31	5.09
2014 年度合计					**36.35**

2015 年度					
美元结汇					
交通银行	30	6.233	6.1248	2015/1/5	3.25
中国银行	50	6.2219	6.137	2015/1/30	4.24
中国银行	50	6.2241	6.1475	2015/2/27	3.83
交通银行	30	6.2368	6.1513	2015/3/2	2.56
中国银行	50	6.2262	6.1422	2015/3/31	4.2
中国银行	50	6.2532	6.1137	2015/4/30	6.98
中国银行	50	6.2664	6.1196	2015/5/29	7.34
中国银行	50	6.2775	6.1136	2015/6/30	8.2
中国银行	50	6.2871	6.1172	2015/7/31	8.49
中国银行	50	6.2963	6.3986	2015/8/28	-5.12
中国银行	50	6.3062	6.3613	2015/9/30	-2.76
交通银行	21.9	6.362	6.3493	2015/10/9	0.28
中国银行	50	6.316	6.3495	2015/10/30	-1.68
日元售汇					
中国银行	1,880.00	0.0527	0.0513	2015/4/13	-2.76
2015 年度合计					**37.07**

7、营业外收支

（1）营业外收入情况

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
非流动资产处置利得	1.21	0.04	1.86	8.88
其中：固定资产处置利得	1.21	0.04	1.86	8.88
政府补助	139.48	240.79	414.02	203.37
赔款收入	2.70	12.35	29.93	16.69
其他	0.02	0.00	0.35	0.00
合计	**143.40**	**253.19**	**446.17**	**228.93**

报告期各期，公司营业外收入分别为 228.93 万元、446.17 万元、253.19 万元及 143.40 万元，主要来自政府补助。公司营业外收入均计入非经常性损益。

（2）政府补助明细情况

报告期内，公司收到的主要政府补助（5 万元及以上）明细情况如下表所示：

期间	项目名称	金额（万元）	确认依据	补助单位及原因	款项来源	资金到位时间
2017 年 1-6 月	2015 年工业经济创新转型专项资金	28.10	《关于组织申报 2015 年度生态科技新城工业经济创新转型专项资金计划的通知》及《生态科技新城 2015 年工业经济创新转型专项资金汇总表（杭集）》	生态科技新城管委会就生态科技新城工业经济创新转型对公司给予奖励	扬州市广陵区杭集镇财政所国库集中收付中心	2017/1/20
	2016 年度扬州市工业和信息化发展引导资金	47.90	《扬州市经济和信息化委员会扬州市财政局》（杨经信（2016）195 号、杨财工贸（2016）43 号)	生态科技新城管委会就扬州市工业和信息化发展对公司给予奖励	扬州市广陵区杭集镇财政所国库集中收付中心	2017/1/20
	杭集镇表彰 2016 年度“三个文明”建设先进单位和先进个人	42.58	《关于表彰 2016 年度“三个文明”建设先进单位和先进个人的决定》	中共扬州市生态科技新城杭集镇委员会、扬州市生态科技新城杭集镇人民政府对公司就纳税贡献、企业研发等方面进行奖励	扬州市广陵区杭集镇财政所	2017/1/25
	2016 年外经贸发展资金第三批	5.12	江苏省财政厅、江苏省商务厅《关于下达 2016 年外经贸发展资金第三批指标的通知》苏财工贸[2016]154 号	江苏省财政厅、江苏省商务厅就外经贸发展对公司给予奖励	扬州市广陵区杭集镇财政所	2017/1/24
	纳税十强企业奖励资金	10.00	《关于表彰 2016 年度“三个文明”建设先进单位和先进个人的决定》	生态科技新城党工委、生态科技新城管委会就纳税贡献对公司给予奖励	扬州市广陵区杭集镇财政所国库集中收付中心	2017/1/22
2016 年度	杭集镇表彰 2015 年度“三个文明”建设先进单位和先进个人	24.90	《关于表彰 2015 年度“三个文明”建设先进单位和先进个人的决定》	中共扬州市广陵区杭集镇委员会、扬州市广陵区杭集镇人民政府对公司就纳税贡献、税收增幅等方面进行奖励	扬州市广陵区杭集镇财政所	2016/2/16
	纳税达标奖励	44.45	宿迁经济技术开发区管理委员会《关于倍加洁口腔护理用品宿迁有限公司投资及物业租赁财政优惠有关问题的情况说明》	依据子公司倍加洁宿迁与宿迁市开诚实业有限公司订立的合同，倍加洁宿迁的年度纳税额达到 60 万元/千平方米（含本数），宿迁经济技术开发区管委会免收倍加洁宿迁当年度厂房租金	租金减免	2016 年度
	2015 年度企业稳岗补贴	14.53	《关于进一步做好失业保险支持企业稳定岗位工作的通知》扬人社[2015]306 号	扬州市人力资源和社会保障局对公司关于促进就业方面给予奖励	扬州市劳动就业中心	2016/8/31

	2016 年度第二批企业扩大规模补助资金	146.00	宿迁经济技术开发区财政局、宿迁经济技术开发区经济发展局《关于拨付2016年度第二批企业扩大规模补助资金的通知》（宿开财经[2016]5 号）	宿迁经济技术开发区财政局、宿迁经济技术开发区经济发展局对公司就企业扩大规模给予补助	宿迁经济技术开发区财政局	2016/8/19
2015 年度	2014 年度省工业和信息产业转型升级专项引导资金	100.00	《关于下达 2014 年度省工业和信息产业转型审计专项引导资金指标（第二批）的通知》（苏财工贸[2014]183 号、苏经信综合[2014]681 号）	江苏省财政厅、江苏省经济和信息化委员会就工业和信息产业转型升级对公司给予奖励	扬州市生态科技新城管理委员会财政审计局	2015/1/17
	杭集镇表彰 2014 年度“三个文明”建设先进单位和先进个人	43.50	《关于表彰 2014 年度“三个文明”建设先进单位和先进个人的决定》	中共扬州市生态科技新城杭集镇委员会、扬州市生态科技新城杭集镇人民政府对公司就纳税贡献、税收增幅等方面进行奖励	扬州市广陵区杭集镇财政所国库集中收付中心	2015/2/26
	2014 年工业经济创新转型专项资金	60.41	《关于下达 2014 年工业经济创新转型专项资金的通知》（扬生科管办[2015]49 号）	生态科技新城管委会办公室就生态科技新城工业经济创新转型对公司给予奖励	扬州市广陵区杭集镇财政所国库集中收付中心	2015/12/21
	2014 年度扬州市企业知识产权战略推进计划项目专项资金	8.00	《关于下达 2014 年度扬州市企业知识产权战略推进计划项目专项资金的通知》（扬财教[2015]1 号）	扬州市财政局、扬州市知识产权局就企业知识产权战略推进对公司给予奖励	扬州市生态科技新城管理委员会财政审计局	2015/3/31
	外贸稳增长目标考核资金补助	6.00	《关于拨付 2015 年扬州市外贸稳定增长专项资金的通知》（扬财工贸[2015]24 号、扬商财[2015]10 号）	扬州市财政局、扬州市商务局就外贸稳定增长对公司给予奖励	广陵区财政局	2015/12/25、2015/12/31 分两笔汇入
	工业企业纳税十强奖励	6.00	《宿迁经济技术开发区管理委员会关于表彰 2014 年度全区财税审计暨外资外贸工作先进企业、先进单位和先进个人的决定》（宿开管[2015]19 号）	宿迁经济技术开发区管理委员会对公司就工业企业纳税情况给予奖励	宿迁经济技术开发区财政局	2015/3/13
	2015 年度第六批企业转型升级补助资金	127.00	宿迁经济技术开发区财政局、宿迁经济开发区经济发展局《关于拨付 2015 年度第六批企业转型升级补助资金的通知》（宿开财经[2015]6 号）	宿迁经济技术开发区财政局、宿迁经济技术开发区经济发展局对公司就企业转型升级给予补助	宿迁经济技术开发区财政局	2015/12/24

	纳税达标奖励	44.45	宿迁经济技术开发区管理委员会《关于倍加洁口腔护理用品宿迁有限公司投资及物业租赁财政优惠有关问题的情况说明》	依据子公司倍加洁宿迁与宿迁市开诚实业有限公司订立的合同，倍加洁宿迁的年度纳税额达到 60 万元/千平方米（含本数），宿迁经济技术开发区管委会免收倍加洁宿迁当年度厂房租金。	租金减免	2015 年度
2014 年度	2014 年度江苏省企业知识产权管理标准化示范先进单位奖补经费	20.00	《江苏省财政厅江苏省质量技术监督局江苏省知识产权局关于下达 2014 年度江苏省企业知识产权管理标准化示范先进单位奖补经费的通知》（苏财教[2014]91 号）	江苏省财政厅、江苏省技术监督局、江苏省知识产权局对公司就知识产权管理进行奖励	扬州市生态科技新城管理委员会财审局	2014/08/26
	2013 年度节能和发展循环经济专项资金	20.00	《关于下达 2013 年度节能和发展循环经济专项资金的通知》（扬经信节能[2014]152 号、扬财工贸[2014]18 号）	扬州市经济和信息化委员会、扬州市财政局对公司就发展节能和发展循环经济进行奖励	扬州市生态科技新城管理委员会财政审计局	2014/10/27
	2013 年第二批工业企业技术创新补助资金	7.50	江苏省宿迁经济开发区财政局、江苏省宿迁经济开发区经济发展局《关于拨付 2013 年度第二批工业企业技术创新补助资金的通知》（宿开经发企[2013]27 号）	江苏省宿迁经济开发区财政局、江苏省宿迁经济开发区经济发展局对公司就技术创新给予补助	宿迁经济技术开发区财政局	2014/04/25
	2014 年度第一批企业基础设施改造补助资金	6.10	宿迁经济技术开发区财政局《关于倍加洁口腔护理宿迁有限公司政府补助资金的确认函》	倍加洁集团在宿迁经济技术开发区投资设立倍加洁宿迁，根据招商引资政策，宿迁经济技术开发区管理委员会给予增值税等税收优惠，并由宿迁经济技术开发区财政局拨付	宿迁经济技术开发区财政局	2014/06/06
	2014 年度第一批工业企业新产品开发补助资金	19.40			宿迁经济技术开发区财政局	2014/07/22
	2014 年第一批工业科技研发补助资金	78.00	《宿迁经济技术开发区财政局宿迁经济技术开发区经济发展局关于拨付2014年第一批工业企业科技研发补助资金的通知》宿开财经[2014]13 号	宿迁经济技术开发区财政局、宿迁经济技术开发区经济发展局对公司就科技研发给予补助	宿迁经济技术开发区财政局	2014/08/20
	2014 年度第二批工业企业科技研发补助资金	10.00	宿迁经济技术开发区财政局、宿迁经济技术开发区经济发展局《关于拨付2014年度第二批工业企业科技补助资金的通知》（宿开财经[2014]15 号）	宿迁经济技术开发区财政局、宿迁经济技术开发区经济发展局对公司就科技研发给予补助	宿迁经济技术开发区财政局	2014/10/25

	2014 年度第二批工业企业技术创新补助资金	18.00	宿迁经济技术开发区财政局、宿迁经济技术开发区经济发展局《关于拨付2014年度第二批工业企业技术创新补助资金的通知》（宿开财经[2014]5 号）	宿迁经济技术开发区财政局、宿迁经济技术开发区经济发展局对公司就技术创新给予补助	宿迁经济技术开发区财政局	2014/11/21
	纳税达标奖励	24.33	宿迁经济技术开发区管理委员会《关于倍加洁口腔护理用品宿迁有限公司投资及物业租赁财政优惠有关问题的情况说明》	依据子公司倍加洁宿迁与宿迁市开诚实业有限公司订立的合同，倍加洁宿迁的年度纳税额达到 60 万元/千平方米（含本数），宿迁经济技术开发区管委会免收倍加洁宿迁当年度厂房租金。	租金减免	2014 年度

（3）营业外支出情况

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
非流动资产处置损失合计	9.00	117.33	21.13	40.21
其中：固定资产处置损失	9.00	117.33	21.13	40.21
税收滞纳金	2.17	4.23	5.45	2.38
其他	1.99	170.77	19.85	2.50
合计	**13.16**	**292.34**	**46.43**	**45.09**

报告期各期，公司营业外支出总体较少，主要为固定资产处置损失。其中，2014 年度、2015 年度、2017 年 1-6 月其他营业外支出金额较小，主要系对外捐赠、员工抚恤金等；2016 年度其他营业外支出主要系海关罚款 145 万元、工伤赔偿及对外捐赠。报告期内，税收滞纳金系公司相关人员对税收政策理解不到位及工作疏忽所致，不存在主观恶意偷税漏税的情形，公司已按税务机关要求足额及时补缴税款并缴纳滞纳金。

（四）毛利率分析

1、主营业务毛利率情况

报告期内，公司主营业务毛利率及综合毛利率均持续提高，具体情况如下：

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
主营业务毛利率	27.33%	29.06%	25.78%	24.74%
综合毛利率	**26.94%**	**28.83%**	**25.36%**	**24.53%**

公司主营业务突出，报告期各期主营业务收入占营业收入的比重均超过99%，其他业务收入主要系辅料销售收入、租金收入等，收入占比和毛利贡献均很小，公司综合毛利率变动主要受主营业务毛利率变动影响。

2、分产品毛利率及其变动情况分析

报告期内，公司主要产品毛利率情况如下：

产品类别	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	毛利率	对毛利率贡献	毛利率	对毛利率贡献	毛利率	对毛利率贡献	毛利率	对毛利率贡献
口腔清洁护理用品：	**31.02%**	**24.84%**	**31.92%**	**25.25%**	**27.96%**	**23.33%**	**26.19%**	**19.88%**
牙刷	31.20%	22.45%	32.26%	23.35%	28.24%	21.19%	25.84%	17.72%
其他口腔清洁护理用品	29.46%	2.40%	28.32%	1.90%	25.43%	2.13%	29.44%	2.16%
一次性卫生用品：	**12.47%**	**2.48%**	**18.22%**	**3.81%**	**14.80%**	**2.45%**	**20.17%**	**4.86%**
湿巾	12.47%	2.48%	18.22%	3.81%	14.80%	2.45%	20.17%	4.86%
合计	**27.33%**	**27.33%**	**29.06%**	**29.06%**	**25.78%**	**25.78%**	**24.74%**	**24.74%**

报告期内，公司主营业务毛利主要来自牙刷及湿巾产品，牙刷产品各年度的收入占比较为稳定。2014 至 2016 年度，牙刷产品毛利率的持续提高带动了公司主营业务毛利率的增长。

（1）口腔清洁护理用品的毛利率情况

报告期各期，公司口腔清洁护理用品的销售收入中，牙刷产品平均占比超过90%。报告期内，公司牙刷产品的毛利率及其变动情况如下：

项目		2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
国内销售	单位售价（元/支）	1.23	1.18	1.14	1.10
	单位成本（元/支）	0.86	0.82	0.81	0.81
	毛利率	30.04%	30.80%	28.63%	26.36%
海外销售	单位售价（元/支）	1.13	1.01	0.90	0.91
	单位成本（元/支）	0.74	0.65	0.66	0.69
	毛利率	33.79%	36.01%	27.29%	24.70%
合计	单位售价（元/支）	1.19	1.13	1.06	1.03
	单位成本（元/支）	0.82	0.76	0.76	0.77
	毛利率	31.20%	32.26%	28.24%	25.84%

2014 至 2016 年度，公司牙刷产品的销售毛利率持续增长。其中，内销牙刷的毛利率持续提高，主要原因为：一方面，国内销售的牙刷产品在刷丝材质、包装设计及材质等方面优化升级，且部分主要客户的产品结构调整，高端产品比重有所增加，产品销售单价相应提高。另一方面，内销牙刷的主要原材料包括塑料粒子、刷丝、包装材料、胶料等，报告期内，刷丝、包装材料成本随材质优化升级而提高，但同时塑料粒子、胶料等原材料价格自 2014 年下半年起随上游原油价格下滑，故国内牙刷产品的单位成本整体而言较为稳定。

国外市场方面，公司牙刷产品的毛利率呈现提高态势。报告期内，公司外销牙刷产品的平均单价在 2014 至 2015 年度期间较为稳定，2016 年度有所提高，主要是由于公司主要结算货币美元兑人民币升值所致。同时，塑料粒子、胶料等主要原材料价格下滑，使得产品单位成本有所下降。

2017 年 1-6 月，主要原材料中纸箱、纸卡等包装材料、塑料粒子、PVC/PET 片材等采购成本有所提高，且刷丝、塑料粒子耗用量相对较大的牙刷销售占比有所提高，公司牙刷产品单位成本有所增长且其增幅大于单位售价，毛利率小幅下降。此外，公司其他口腔清洁护理用品对公司毛利率的贡献较低。2015 年，其他口腔清洁护理用品毛利率相对 2014 年有所下降，主要系部分采用成本较高的高端尼龙线原料、毛利率较低的产品销售占比较高所致。

（2）一次性卫生用品的毛利率情况

公司销售的一次性卫生用品均为湿巾产品。报告期内，公司湿巾产品以外销为主。报告期各期，湿巾产品毛利率及其变动情况如下：

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
平均售价（元/片）	0.08	0.08	0.08	0.10
平均成本（元/片）	0.07	0.07	0.07	0.08
毛利率	12.47%	18.22%	14.80%	20.17%

报告期内，公司湿巾产品毛利率存在一定波动，主要原因为：一方面，不同客户的市场定位和产品毛利率存在差异，其采购规模的变动对公司湿巾产品的销售毛利率造成一定影响；另一方面，部分客户根据其下游市场需求调整采购的产品结构。

报告期内，2014 年度平均售价、平均成本较高，主要系售价、成本较高的医用湿巾产品销售规模较大；同时，为满足部分客户可冲散湿巾的订单需求，当年采购单价较高的进口可冲散无纺布较多，使得湿巾产品单位成本有所提高。

2015 年度公司湿巾产品毛利率较低，除受到不同客户采购规模变动及产品结构调整的影响外，因部分主要湿巾客户调整自身采购计划，2015 年度向公司采购规模减少，导致公司湿巾业务制造费用率提高，亦对毛利率水平造成影响。2016 年度，部分产品定位较高的高毛利率客户的采购规模有所回升，带动公司湿巾产品毛利率提高。2017 年 1-6 月，部分主要高毛利率客户采购规模及占比有所下降，同时无纺布采购成本受上游原料价格影响有所提高，使得当期湿巾产品毛利率有所下降。

3、与同行业可比公司的比较情况

报告期内，公司与同行业上市公司综合毛利率的比较情况如下：

公司名称	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
三椒口腔	38.79%	33.41%	29.52%	27.02%
云南白药	31.78%	29.86%	30.53%	30.16%
两面针	21.56%	14.48%	13.17%	11.69%
诺斯贝尔	28.87%	30.45%	32.85%	32.00%
维尼健康	41.54%	37.25%	26.37%	17.84%
金红叶	25.28%	28.37%	26.74%	28.04%
中顺洁柔	36.16%	35.92%	32.03%	30.04%
南六	18.67%	19.28%	20.21%	19.45%
康那香	16.60%	14.20%	13.89%	13.41%
行业平均值	**28.81%**	**27.02%**	**25.03%**	**23.30%**
倍加洁集团	**26.94%**	**28.83%**	**25.36%**	**24.53%**

数据来源：Wind 资讯；同行业可比公司定期报告、招股说明书、公开转让说明书。

报告期内，公司综合毛利率与同行业可比公司较为相近。公司综合毛利率低于可比公司三椒口腔、云南白药、诺斯贝尔、中顺洁柔，主要系部分可比公司自有品牌的销售占比较大，或销售内容及产品结构与公司存在差异。

4、主要原材料采购价格波动情况

公司生产所需要的原材料主要包括包装材料、刷丝、无纺布、塑料粒子、胶料、PVC/PET 片材、化学品原料等。报告期内，公司主要原材料的平均采购均价及变动率如下表所示：

种类	单位	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度单价
		单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率	
包装材料	-[注]	0.16	2.58%	0.15	15.62%	0.13	-0.10%	0.13
刷丝	元/公斤	140.57	-22.05%	180.32	29.43%	139.32	-6.95%	149.74
无纺布	元/公斤	16.78	10.91%	15.13	6.44%	14.22	-14.65%	16.66
塑料粒子	元/公斤	9.17	6.89%	8.57	-0.66%	8.63	-23.54%	11.29
胶料	元/公斤	14.86	1.00%	14.71	-4.22%	15.36	-7.58%	16.62
PVC/PET 片材	元/公斤	8.66	5.64%	8.20	-7.35%	8.85	-5.99%	9.41
化学品原料	元/公斤	20.16	-6.80%	21.63	-5.50%	22.89	-5.73%	24.28

注：报告期内，公司采购的包装材料种类繁多，无统一计量单位。

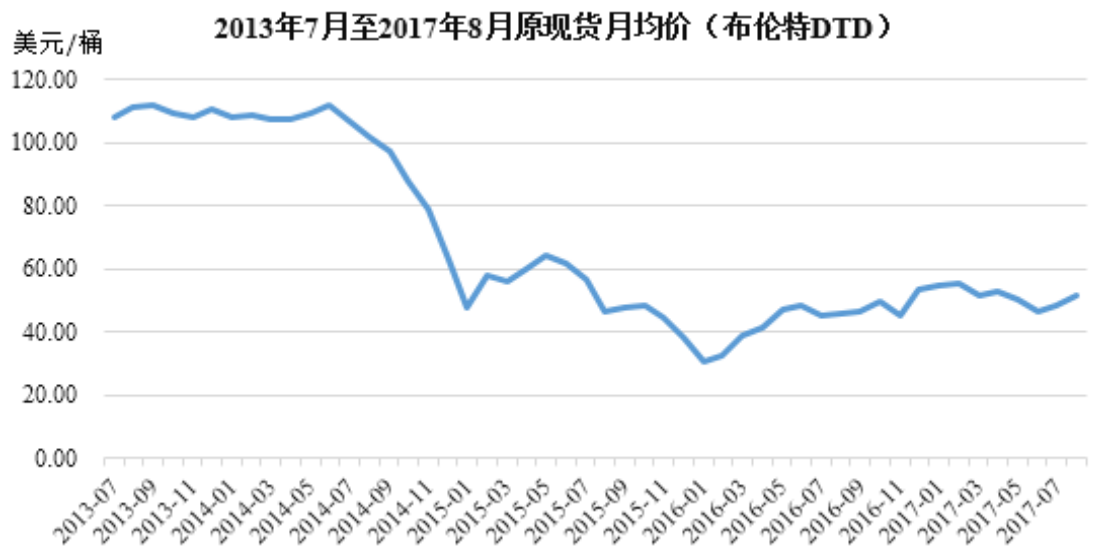
公司包装材料主要包括纸卡、纸箱、吸塑盒、不干胶等，报告期内采购均价整体较为平稳，2016 年度有所增长，主要系吸塑盒等单价较高的包装材料采购占比提高；2017 年 1-6 月，纸箱、纸卡受上游材料纸浆价格影响而有所提高，带动包装材料采购均价小幅增长。

2014 至 2016 年度，刷丝的采购均价整体有所提高，主要系公司提高了主要产品的刷丝材质，采购的刷丝原材料中，进口刷丝占比有所提高；2017 年 1-6 月，为应对上游材料价格上涨压力，公司结合下游客户需求调整了采购结构，部分单价较高的刷丝采购占比有所下降，同时因上年末进口功能性刷丝库存较为充足，当期进口刷丝采购占比有所下降。

公司采购无纺布的主要原材料为涤纶、粘胶。报告期内，受上游材料价格影响，同时 2014 年度单价较高的进口无纺布采购占比较大，报告期内无纺布采购均价存在一定波动。

报告期内，胶料的采购均价变动趋势整体上与市场价格相符，其中 2014 年度相对较高，主要系部分单价较高的胶料采购金额及占比相对较高。2014 至 2016 年度，塑料粒子（主要包括 PP 聚丙、PETG、PE 等）、PVC/PET 片材的采购均价有所下降，2017 年 1-6 月有所回升，主要系上游原材料原油价格变动所致。

原油现货月均价格变动趋势如下图所示：



数据来源：Wind 资讯

5、毛利率敏感性分析

（1）平均销售价格变动对主营业务毛利率的敏感性分析

假设报告期内其他影响因素保持不变，公司各类产品的销售单价上升 5%，对主营业务毛利率数值增减影响的敏感性分析如下：

产品	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
牙刷	2.52%	2.48%	2.68%	2.49%
湿巾	0.72%	0.73%	0.61%	0.90%
其他口腔清洁护理用品	0.29%	0.24%	0.31%	0.28%
合计	**3.46%**	**3.38%**	**3.53%**	**3.58%**

假设报告期内其他影响因素保持不变，公司各类产品的销售单价下降 5%，对主营业务毛利率数值增减影响的敏感性分析如下：

产品	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
牙刷	-2.71%	-2.66%	-2.89%	-2.67%
湿巾	-0.73%	-0.75%	-0.62%	-0.92%
其他口腔清洁护理用品	-0.30%	-0.24%	-0.31%	-0.28%
合计	**-3.82%**	**-3.73%**	**-3.91%**	**-3.96%**

如上表所示，牙刷产品的平均销售价格对公司主营业务毛利率的影响较为明

显。

（2）主要原材料价格变动对主营业务毛利率的敏感性分析

假设报告期内其他影响因素保持不变，公司各类产品的原材料价格下降或上升 5%，对主营业务毛利率数值增减影响的敏感性分析如下：

原材料	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
包装材料	±0.64%	±0.66%	±0.60%	±0.61%
塑料粒子	±0.36%	±0.34%	±0.41%	±0.48%
刷丝	±0.36%	±0.36%	±0.35%	±0.31%
无纺布	±0.43%	±0.41%	±0.31%	±0.47%
胶料	±0.16%	±0.18%	±0.23%	±0.21%
PVC/PET 片材	±0.12%	±0.10%	±0.14%	±0.15%
化学品原料	±0.11%	±0.11%	±0.11%	±0.11%
合计	**±2.39%**	**±2.32%**	**±2.31%**	**±2.49%**

如上表所示，包装材料、无纺布、塑料粒子、刷丝等原材料价格对公司主营业务毛利率的影响相对较为明显。

三、现金流量分析

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额	3,321.40	7,915.39	7,715.88	3,920.80
投资活动产生的现金流量净额	-2,537.55	-3,241.75	-4,925.80	-4,630.81
筹资活动产生的现金流量净额	-410.07	-3,486.94	-3,602.11	954.36
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
现金及现金等价物净增加额	373.78	1,186.71	-812.03	244.36

（一）经营活动现金流分析

报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 3,920.80 万元、7,715.88 万元、7,915.39 万元及 3,321.40 万元，报告期内公司经营活动产生的现金流量净额随着营业收入规模扩大而有所增长。

（二）投资活动现金流分析

报告期各期，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-4,630.81 万元、-4,925.80 万元、-3,241.75 万元及-2,537.55 万元。一方面，公司根据生产经营需要进行固定资产投入，购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 3,290.13 万元、2,108.05 万元、5,105.30 万元及 2,643.15 万元。另一方面公司因购买理财产品、扬州农商行股权、扬州嘉华股权及私募基金形成投资支出。报告期各期，公司投资活动中投资支付的现金分别为 31,621.00 万元、26,487.08 万元、19,959.20 万元及 0 万元，呈下降趋势，主要系公司购买理财产品支付的现金逐年降低，具体如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
购买理财产品支付的现金	-	19,445.00	23,899.00	31,171.00
购买迪威集团持有的倍加洁日化 25%股权	-	300.10	-	-
购买 HSS 持有的美星口腔 25%股权	-	214.10	-	-
购买扬州农商行股权	-	-	1,451.98	-
购买可供出售金融资产支付的现金	-	-	1,136.10	450.00
合 计	-	**19,959.20**	**26,487.08**	**31,621.00**

报告期各期，公司收回投资收到的现金分别为 30,313.06 万元、23,592.34 万元、21,627.60 万元及 0 万元，呈下降趋势主要系公司赎回理财产品收到的现金逐年下降，具体如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
赎回理财产品	-	20,795.00	23,549.00	30,171.00
处置金融资产收到的现金	-	832.60	43.34	142.06
合计	-	**21,627.60**	**23,592.34**	**30,313.06**

（三）筹资活动现金流分析

报告期各期，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 954.36 万元、-3,602.11 万元、-3,486.94 万元及-410.07 万元。报告期内，公司根据日常业务经营的资金需求，合理安排借款的筹措及偿还。2015 年度、2016 年度，公司筹资活动的现金净流出金额较大，主要系公司向股东分配利润。

四、资本性支出分析

（一）报告期内公司的资本性支出情况

报告期各期，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 3,290.13 万元、2,108.05 万元、5,105.30 万元及 2,643.15 元。具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
固定资产支出	**1,045.70**	**2,457.96**	**1,988.73**	**3,281.03**
机器设备	961.73	2,282.73	1,906.15	3,118.88
电子设备	27.01	114.96	60.31	156.82
运输设备	35.03	19.57	20.09	-
办公家具	4.85	40.71	2.18	2.26
房屋附属设施	17.08	-	-	3.08
无形资产支出	**21.95**	**1,495.84**	**119.33**	**9.10**
土地	-	1,489.55	-	-
软件	21.95	6.29	119.33	9.10
在建工程	**1,575.50**	**1,151.50**	-	-
合计	**2,643.15**	**5,105.30**	**2,108.05**	**3,290.13**

报告期内，公司主要的资本性支出系购置包装机、植毛机、注塑注胶自动化设备、齿间刷设备、湿巾生产线等机器设备所支付的款项，以及预付土地款、江苏明星牙刷一期生产厂房在建工程投入等。

报告期内，购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金与相关科目的勾稽情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
固定资产原值的增加	789.86	1,922.77	2,139.93	3,838.21
在建工程当期的投入	1,575.50	1,146.48	-	-
无形资产原值的增加	-	1,495.84	124.61	38.13
加：其他非流动资产的增加（期末-期初）	401.78	463.89	-8.69	-231.86
加：购置长期资产产生的进项税	302.09	343.57	336.66	594.00

加：购置长期资产的应付账款减少（期初-期末）	-344.09	-267.24	-484.46	-948.36
减：应收票据背书支付长期资产采购款	82.00	-	-	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	2,643.15	5,105.30	2,108.05	3,290.13

（二）未来可预见的重大资本性支出情况

公司近期重大资本支出计划主要是本次拟实施的募集资金投资项目，具体投资计划详见招股说明书“第十三节 募集资金运用”部分内容。

五、会计政策、会计估计变更及其影响

（一）会计政策变更

1、执行《增值税会计处理规定》

报告期内，财政部于 2016 年 12 月 3 日发布了《增值税会计处理规定》（财会[2016]22 号），适用于 2016 年 5 月 1 日起发生的相关交易。公司执行该规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目名称和金额
1、将利润表中的“营业税金及附加”项目调整为“税金及附加”项目。	董事会	税金及附加
2、将自 2016 年 5 月 1 日起企业经营活动发生的房产税、土地使用税、车船使用税、印花税从“管理费用”项目重分类至“税金及附加”项目，2016 年 5 月 1 日之前发生的税费不予调整。比较数据不予调整。	董事会	调增税金及附加本年金额 665,993.64 元，调减管理费用本年金额 665,993.64 元。

2、执行《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》和《企业会计准则第 16 号——政府补助》

财政部于 2017 年度发布了《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，自 2017 年 5 月 28 日起施行，对于施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，要求采用未来适用法处理。

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 16 号——政府补助》，修订后的准则自 2017 年 6 月 12 日起施行，对于 2017 年 1 月 1 日存在的政府补助，要

求采用未来适用法处理；对于 2017 年 1 月 1 日至施行日新增的政府补助，也要求按照修订后的准则进行调整。

（二）会计估计变更

报告期内，本公司不存在会计估计变更事项。

六、担保、诉讼、其他或有事项

截至招股说明书签署日，公司不存在合并报表范围外的对外担保。公司对子公司提供担保的情况参见招股说明书“第十节 财务会计信息”之“十三、期后事项、或有事项及其他重要事项”之“（二）或有事项”。

截至招股说明书签署日，公司作为被告发生 1 件民事诉讼，具体情况参见招股说明书“第十五节 其他重要事项 ”之“四、诉讼、仲裁情况”之相关内容。

除上述情况外，截至招股说明书签署日，公司不存在其他担保、诉讼及其他或有事项。

七、财务状况和盈利能力的未来趋势分析

（一）主要财务优势

公司业务规模持续扩大，生产工艺和产品质量均得到业内认可，净利润、综合毛利率及主营业务毛利率均持续提高；公司信用良好，偿债能力不断增强；资产经营效率良好，回款能力和存货管理水平较高；经营性现金流量情况较好，盈利质量较高，系公司最为明显的财务优势。

（二）主要财务制约

近年来公司持续扩大生产生产规模，先后购置先进自动化设备、生产线及土地，进行生产厂房建设投入，导致公司的现金支出较多。另外，公司目前的融资渠道相对单一，主要通过银行借款渠道融资，且目前账面上的借款全部为短期借款，导致公司短期负债金额较大，对公司的持续发展造成制约。通过本次股票发行上市，一方面可满足公司快速发展的资金需求，另一方面募投项目实施后，也

可显著提高公司的盈利能力，巩固和提升公司的竞争优势。

（三）公司未来发展趋势

公司主营业务突出，具有较强的盈利能力，良好的市场前景和突出的行业地位保证了公司未来营业收入和净利润的稳定增长；随着本次募集资金项目的投入，公司生产能力将有较大幅度的提升，盈利能力将进一步增强，财务状况将更加健康。

1、市场前景

公司主要从事口腔清洁护理用品以及一次性卫生用品的研发、生产和销售，其中口腔清洁护理用品主要包括牙刷、牙线、齿间刷、牙线签、假牙清洁片等产品，一次性卫生用品主要包括湿巾等产品。

牙刷作为人们日常口腔清洁护理的最主要工具之一，属于生活必需品，价值相对较低，需求弹性较小，具有刚性需求，且与人口增长正相关，市场需求较为稳定。随着人们生活水平的提高及口腔护理保健意识的增强和收入水平的提高，人们更换牙刷的频次也将实现增长，牙刷在低收入消费者中渐渐普及，牙刷市场发展潜力巨大，牙线、牙线签、漱口水、齿间刷等其他口腔清洁护理用品展现出了巨大的市场潜力。

随着我国居民收入逐年提高，中产阶级和年轻一族、白领一族群体不断壮大，生活方式实现重大转变，消费结构由生存型消费向发展型消费、由传统消费向新型消费升级，健康理念、清洁意识随之增强，未来我国湿巾市场仍将快速增长。

2、募集资金投资项目的实施将有望推动公司业绩持续增长

公司将利用此次发行上市的契机，加大对主营业务的投入，使公司盈利能力获得进一步提升。“年产 6.72 亿支牙刷项目”和“年产 14 亿片湿巾项目”将使公司在牙刷和湿巾产品的产能得到较大提升，品质和可靠性得到进一步提高，从而大大加强公司产品的综合竞争能力。通过募集资金项目的实施，公司的综合竞争力及盈利能力将显著增强，业绩有望持续增长。

八、公司未来分红回报规划及安排

为了建立对投资者持续、稳定、科学的回报机制，保持股利分配政策的连续性，公司股东大会审议通过了《公司章程》（草案），《公司章程》（草案）中明确了关于股利分配政策，进一步细化了公司分红回报机制，增强股利分配回报机制的稳定性和科学性。

（一）公司未来分红回报规划

股东特别是中小投资者对公司的支持，是公司发行上市和使用募集资金进行项目投资，得以实现跨越式发展的重要因素。公司着眼于长远和可持续发展，兼顾业务发展需要和股东稳定回报，综合考虑企业经营发展实际、股东要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等因素，充分听取股东特别是中小股东的意愿，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，对股利分配作出制度性安排。

1、利润分配的原则

公司实行持续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应当注重对投资者的合理投资回报，并兼顾股东的即期利益和长远利益，保证公司的可持续发展。

2、利润分配的方式

公司利润分配可采取现金或股票股利方式，或者法律、法规允许的其他方式分配股利；在符合现金分红的条件下，公司应当优先采取现金分红的方式进行利润分配。

3、实施现金分红的条件

（1）公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值；公司董事会认为公司现金流可以满足公司正常经营、抵御风险以及持续发展的需求；

（2）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告（中期分红除外）；

（3）公司未来十二个月内无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）。

重大投资计划或重大现金支出是指：

①公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%；

②公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

4、差异化的现金分红政策

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

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

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

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

5、现金分红的比例及期间间隔

在满足现金分红条件时，原则上每年进行一次年度利润分配，公司每年度采取的利润分配方式中必须含有现金分配方式，公司每年度现金分红金额应不低于当年实现的可供分配利润的 10%，且公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。在有条件的情况下，公司董事会可以根据资金状况，提议进行中期现金分红。董事会在利润分配预案中应当对留存的未分配利润使用计划进行说明，并由独立董事发表独立意见。

公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围。公司在经营活动现金流量连续两年为负数时，不得进行高比例现金分红。

6、股票股利分配的条件

公司可以根据业绩增长情况、累计可供分配利润、公积金及现金流状况，在公司具有成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素的条件下并保证足额现金分红及公司股本规模合理的前提下，采用股票股利方式进行利润分配，具体分红比例由公司董事会审议通过后，提交股东大会审议决定。

7、当年未分配利润的使用计划安排

公司当年未分配利润将留存公司用于生产经营，并结转留待以后年度分配。

8、利润分配政策的决策程序

公司董事会应结合公司具体经营数据、盈利规模、现金流量状况、发展阶段及当期资金需求，认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，在考虑对全体股东持续、稳定、科学的回报基础上，提出年度或中期利润分配方案。独立董事须对利润分配方案发表明确意见；监事会应对利润分配方案进行审核。公司独立董事和监事会未对利润分配方案提出异议的，利润分配方案将提交公司董事会审议，经全体董事过半数以上表决通过后提交股东大会审议，相关提案应当由出席股东大会的股东或股东代理人所持表决权的二分之一以上表决通过。股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

9、利润分配政策的调整机制

公司利润分配政策的制订和修改由公司董事会向公司股东大会提出，公司董事会在利润分配政策论证过程中，需与独立董事充分讨论，在考虑对股东持续、稳定、科学的回报基础上，形成利润分配政策。

公司的利润分配政策不得随意变更。如现行政策与公司生产经营情况、投资规划和长期发展的需要确实发生冲突的，可以调整利润分配政策。调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。调整利润分配政策的相关议案需经过详细论证后，分别经监事会和二分之一以上独立董事同意后提交董事会，董事会通过后，提交股东大会审议，并经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过，提交股东大会的相关提案中应详细说明修改利润分配政策的原因。股东大会审议调整利润分配政策相关事项的，公司应当通过网络投票等方式为中小股东参加股东大会提供便利。

10、股东回报规划的制定

公司至少每三年重新审阅一次公司股东回报规划，根据股东（特别是公众投资者）、独立董事的意见对公司正在实施的股利分配政策作出适当且必要的修改，确定该时段的股东回报计划。但公司调整后的股东回报计划不违反以下原则：即无重大投资计划或重大现金支出，公司应当采取现金方式分配股利，公司每年度现金分红金额应不低于当年实现的可供分配利润的 10%，且公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

11、利润分配的信息披露

公司应严格按照有关规定在定期报告中披露利润分配预案和现金分红政策执行情况。若公司年度盈利但管理层、董事会未提出、拟定现金分红方案或现金分红的利润少于当年实现的可供分配利润的 10%的，管理层需对此向董事会提交详细的情况说明，包括未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途和使用计划，并由独立董事对利润分配预案发表独立意见并公开披露；董事会审议通过后提交股东大会审议批准，并由董事会向股东大会做出情况说明。

公司应当在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，并对下列事项进行专项说明：

（1）是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求；

（2）分红标准和比例是否明确和清晰；

（3）相关的决策程序和机制是否完备；

（4）独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用；

（5）中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到了充分保护等。对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。

（二）未来分红回报规划的合理性

公司主要从事口腔清洁护理用品以及一次性卫生用品的研发、生产和销售，其中口腔清洁护理用品主要包括牙刷、齿间刷、牙线、牙线签、假牙清洁片等产品，一次性卫生用品主要包括湿巾等产品。公司产品的生产和销售具有资金流转较快的特性，在可预见的 3-5 年，行业仍将保持稳定增长趋势，为公司的可持续发展提供了保障。

公司盈利能力较强，资金回收较快，现金流量状况良好，盈利质量较高；同时，公司资产负债率合理，银行信用良好，预计通过募集资金或适度负债融资能够满足目前规划的重要资本性支出。

报告期，公司的发展呈现持续稳定增长趋势，成为行业中的优势企业，本次发行上市后，通过募集资金项目建设进一步提升产能、增强研发能力，预计未来公司仍将实现良好的业绩，为全体股东创造更多的效益。

综合以上因素以及未来规模扩大对流动资金需求的变化、研发项目产业化等各种可能面临的风险与新的机遇，公司以谨慎与务实的态度，制定了未来分红回报规划。

（三）发行上市后前三年分红回报计划的可行性

公司具备较强的盈利能力和现金管理能力，有能力保证现金分红的比例。

报告期各期，公司归属于母公司所有者的净利润分别为 4,505.01 万元、5,098.70 万元、6,781.81 万元及 4,334.09 万元，盈利能力持续提高；经营活动产生的现金流量净额分别为 3,920.80 万元、7,715.88 万元、7,915.39 万元及 3,321.40

万元，经营性现金回收能力较强。预计未来三年公司业务经营模式不会发生重大变化，经营性现金流量可以得到保障。

九、本次募集资金到位后即期回报被摊薄的相关情况分析

（一）本次发行对公司每股收益的影响

1、假设条件

（1）假定本次发行方案于 2018 年 6 月实施完毕，本次发行 2,000 万股，募集资金总额为 51,001.62 万元，不考虑扣除发行费用等因素的影响；

（2）本次公开发行的股份数量、募集资金总额和发行完成时间仅为假设，最终以经中国证监会核准发行的股份数量和实际募集资金总额、实际发行完成时间为准；

（3）上述测算未考虑本次公开发行股票募集资金到账后，对公司生产经营等的影响；

（4）2017 年度、2018 年度发行前不存在股利分配的情况；

（5）2017 年度、2018 年度归属于普通股股东的净利润和扣非后归属于普通股股东的净利润分别按照每年无增长和每年增长 10%两种情况测算；

（6）假设不存在首次公开发行募集资金、利润分配和实现净利润之外的其他对净资产的影响因素。

2、对公司财务指标的影响

根据以上假设，公司测算了本次发行对投资者即期回报的影响，具体如下：

期间	利润	利润金额（万元）	加权平均净资产收益率	全面摊薄净资产收益率	每股收益（元/股）		全面摊薄每股收益（元/股）
					基本每股收益	稀释每股收益	
2016 年度	归属于普通股股东的净利润	6,781.81	30.89%	26.04%	1.13	1.13	1.13

	扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润	6,539.64	29.78%	25.11%	1.09	1.09	1.09
情景一：扣非前后归属于普通股股东的净利润每年无增长							
2017年度	归属于普通股股东的净利润	6,781.81	23.04%	20.66%	1.13	1.13	1.13
	扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润	6,539.64	22.22%	19.92%	1.09	1.09	1.09
2018年度（发行前）	归属于普通股股东的净利润	6,781.81	18.73%	17.12%	1.13	1.13	1.13
	扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润	6,539.64	18.06%	16.51%	1.09	1.09	1.09
2018年度（发行后）	归属于普通股股东的净利润	6,781.81	10.99%	7.49%	0.97	0.97	0.85
	扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润	6,539.64	10.60%	7.22%	0.93	0.93	0.82
情景二：扣非前后归属于普通股股东的净利润每年均增长10%							
2017年度	归属于普通股股东的净利润	7,460.00	25.06%	22.27%	1.24	1.24	1.24
	扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润	7,193.60	24.16%	21.47%	1.20	1.20	1.20
2018年度（发行前）	归属于普通股股东的净利润	8,206.00	21.82%	19.68%	1.37	1.37	1.37
	扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润	7,912.97	21.04%	18.97%	1.32	1.32	1.32
2018年度（发行后）	归属于普通股股东的净利润	8,206.00	13.00%	8.85%	1.17	1.17	1.03
	扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润	7,912.97	12.54%	8.54%	1.13	1.13	0.99

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

（二）董事会选择本次公开发行融资的必要性和合理性

本次募集资金投资的项目是为扩大公司现有产能和提升研发能力而设计的。

募集资金项目建设符合公司的发展战略，为公司未来业务的持续发展提供了坚实的保障。公司通过本次募集资金投资项目的建设，将扩大生产场地，增加新的生产作业线，增添自动化设备和检测设备，改变目前牙刷产品两地经营的局面，从而提高公司牙刷产品和湿巾产品的综合竞争能力。

公司募集资金投资项目达产后，能够突破现有场地对于公司制造规模的制约适应市场需求；优化公司产品结构，提升盈利水平；提高市场占有率，提升行业地位和品牌影响力。本次募集资金项目经过充分论证，具有良好的发展前景。本次公开发行融资的必要性和合理性参见招股说明书“第十三节募集资金运用”之“三、募集资金投资项目的具体情况”。

在募集资金项目建设期，由于项目尚未达产，公司每股收益、净资产收益率在短期内将有所下降，但随着项目陆续投产和业务规模的扩大，公司的经营规模和盈利能力将得到稳步的提升。

（三）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系及公司从事募投项目的人员、技术、市场等方面的储备情况

1、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

本次募集资金投资的项目是为扩大公司现有产能和提升研发能力而设计的。募集资金项目建设符合公司的发展战略，为公司未来业务的持续发展提供了坚实的保障。

具体而言，募集资金投资项目与公司现有业务的关系如下：

“年产 6.72 亿支牙刷项目”是对公司现有牙刷生产线的全面升级项目，包括对牙刷产品的产能提升和自动化改造。公司通过本项目的建设，将扩大生产场地，增加新的生产线，增添自动化设备和检测设备，改变目前牙刷产品两地制造的局面，使牙刷生产线进一步集中化，并通过“机器换人”、信息化升级和仓储自动化，进一步减少一线生产及辅助人员，将使公司牙刷产品的产能和生产效率得到较大提高，品质的稳定性和可靠性得到进一步提升，从而大大加强公司牙刷产品的综合竞争能力。

“年产 14 亿片湿巾项目”是对公司现有主要湿巾产品的产能提升和设备升级改造项目。公司通过本项目的建设，将扩大湿巾产品的生产场地，优化生产区域布局，增加硬表面杀菌类等更高品质的新产品生产线，增添进口生产设备和检测设备，提升生产线的自动化、智能化水平，减少一线员工数量，进一步提升生产区域的洁净度，使公司湿巾产品的产能得到较大提升，产品种类进一步丰富，产品品质进一步提高，从而提升公司湿巾产品的综合竞争优势。

“研发中心建设项目”是对公司现有研发的开发、试验、检测、分析能力进行提升。通过本项目的建设，公司将建立口腔清洁护理用品和一次性卫生用品高规格实验室，引进行业先进的研发与检测设备，优化研发环境，吸引优秀技术人才，建立与公司发展战略、发展规模相适应的技术平台，探索口腔清洁护理用品和一次性卫生用品的新材料、新技术的运用，为公司产品持续创新发展提供技术保障。

2、公司从事募投项目的人员、技术、市场等方面的储备情况

公司目前已经形成了稳定的、结构完善的高素质研发技术团队。截至 2017 年 6 月 30 日，公司研发及技术人员 131 人，占公司员工比例 7.82%，报告期内，公司核心技术人员未发生重大变化，研发团队稳定。

从研发团队看，公司一直以来注重产品开发。目前公司拥有 131 名研发及技术人员，形成生产一批、开发一批和储存一批的梯次发展格局，并对产品的前沿进行探索和评估，为公司未来发展提供空间。

从专利技术和模具开发方面看，截至本招股说明书签署日，公司及子公司共拥有 218 项专利，其中发明专利 11 项，外观专利 166 项，实用新型专利 41 项。公司不断开拓创新，持续对设备、工艺和流程进行优化，形成注塑注胶自动化、双色注塑、四色注胶、热流道等方面的专业技术，尤其是注塑产品的工艺改造，不仅提高了生产效率，同时也进一步降低了生产成本。另外，公司具有较强的模具开发能力，子公司恒生模具是国家高新技术企业，设有扬州市非金属精密模具工程技术研究中心，建立了完善的研发管理体系。公司在 CNC（全自动化加工中心）、检测、测绘等方面投入了大量资金，在产品设计、开发、成型、模具制

作等各方面实现技术提升，已有加工中心 7 台，线切割 10 台套以及各种数量不等的精加工设备，具备年生产 200 台套不同的模具和制具的能力，为市场拓展和生产的稳定性提供充足保障。

从检验检测方面看，公司子公司倍加洁日化的研发检测中心具备一批检测和分析人员，包含研究生 3 名，本科生 12 名；具有各类检测仪器 40 多台套，包括 TOC 检测仪（GE）、高效液相（Water）、红外光谱检测仪（Thermo）、分析天平（Mettler Toledo）、微生物过滤检测装置（Millipore）、培养箱（Panasonic）、灭菌器（ZEALWAY）、药品稳定性实验箱（STK）等，检测中心具备产品活性物含量检测、活性物鉴别、微生物限度检测、COD 检测等一系列理化与微生物检测能力。2016 年，倍加洁日化研发检测中心通过中国合格评定国家认可委员会（CNAS）ISO17025 认可。

此外，公司作为 GB 19342-2013《牙刷》、GB 30002-2013《儿童牙刷》、GB 30003-2013《磨尖丝牙刷》、QB/T4543-2013《牙刷用磨尖丝》等多项牙刷领域国家标准主要起草单位，积累了大量行业知识及经验。并且，公司尤其注重产品研发的投入，积极与各口腔护理领域的学术单位交流、合作以及引进国际领先技术和设备，并自主研发新品，这不仅提高了自主创新的能力以及行业的影响力，更为今后的发展奠定基础。

从国内市场看，公司持续 20 年对品牌的投入和经营，已成功地塑造了具有广阔市场基础的品牌形象，销售区域遍及全国各省、直辖市，自有品牌“倍加洁”已全线进入全国大部分一二线城市的国际性及本土大型超市，在国内市场占有率保持前列，为公司持续稳定的发展夯实了基础。

另外，精耕细作的市场渠道和市场分销模式已为公司产能扩张和产品线进一步丰富提供了可能，公司已建成了成熟、稳定的省、市级分销渠道，能够更加有效地对市场进行监管和控制，并贴近市场进行产品设计和开发，新产品的开发周期为 1-2 个月，相对同行业其他公司也具有一定优势。

国际市场方面，公司在国际市场经营近 20 年，已形成一支专业的国际贸易运作团队，对行业发展和产业趋势有较为深刻的认识和理解，能正确判断和把握

市场发展方向和前景，针对不同国家和区域，配置卓有成效的市场拓展方案，产品出口英国、荷兰、法国、意大利、美国、巴西、日本、哥伦比亚、泰国等多个国家和地区，出口规模多年来位居行业前列，已连续 8 年成为扬州市出品名牌企业，形成国际、国内两个渠道两个市场的良性发展机制和模式。根据海关总署统计数据，公司的牙刷、牙线、湿巾等产品出口量一直位居前列。报告期内，在我国牙刷出口量排名中，公司保持在第 5 名；在我国湿巾出口量排名中，公司子公司倍加洁日化的湿巾出口量排名分别为第 2 名、第 3 名和第 2 名。

综上，公司在人员、技术、市场等方面已经具备了实施募集资金投资项目的各项条件，募集资金到位后，预计募投项目的实施不存在重大障碍。

（四）填补回报的具体措施

本次公开发行可能导致投资者的即期回报被摊薄，考虑上述情况，公司拟通过多种措施防范即期回报被摊薄的风险，积极应对外部环境变化，增厚未来收益，实现公司业务的可持续发展，以填补股东回报，充分保护中小股东的利益，具体措施如下：

1、公司现有业务板块运营状况、发展态势，面临的主要风险及改进措施

（1）公司现有业务板块运营状况、发展态势

公司主要从事口腔清洁护理用品以及一次性卫生用品的研发、生产和销售，其中口腔清洁护理用品主要包括牙刷、牙线、齿间刷、牙线签、假牙清洁片等产品，一次性卫生用品主要包括湿巾等产品。

经过多年发展，公司形成了以 ODM 为主兼顾自主品牌、国内和国外市场并重的业务格局，并从单一牙刷产品转变为涵盖牙刷、齿间刷、牙线、牙线签、假牙清洁片等口腔清洁护理用品和湿巾等一次性卫生用品的产品布局，已成为国内口腔清洁护理用品以及一次性卫生用品生产规模及出口规模领先的企业。公司先后参与行业内多项国家标准的制定，恒生模具作为高新技术企业，在牙刷模具领域取得多项高新技术产品认证，倍加洁日化还建立起了经 CNAS 认证的研发检测中心。截至招股说明书签署日，公司及子公司共拥有 218 项专利，其中发明专

利 11 项，外观专利 166 项，实用新型专利 41 项。公司拥有的“倍加洁”商标已连续十二年被评为江苏省著名商标。

公司的牙刷及其他口腔清洁护理用品在国内外口腔清洁护理用品市场占有重要地位。从国内市场看，公司的牙刷产量占我国牙刷产量的比重不断提高，从 2013 年的 3.4%提升至 2015 年的 4.4%，提高 1 个百分点。公司采取以 ODM 为主兼顾自主品牌的销售模式。其中，在自主品牌方面，公司的“倍加洁”牌牙刷市场销量保持稳定；在 ODM 业务方面，公司主要客户包括舒客、冷酸灵、云南白药、蓝天、纳爱斯等知名品牌和屈臣氏、乐购、永辉超市、华润万家等大型商超等。从国际市场看，公司的牙刷产品出口量一直位居前列。根据海关总署统计数据，报告期内，公司连续三年始终保持我国牙刷（包括齿板刷）产品出口量排名前五名，行业地位较为突出。公司湿巾产品以出口为主，根据海关总署统计数据，报告期内，在我国湿巾出口量排名中，公司子公司倍加洁日化的湿巾出口量始终保持前三名。

随着公司产能的进一步提升以及新产品、新技术的研发，公司营业规模将进一步扩张。若行业继续向好，则公司业绩将会呈现健康、可持续的发展。

（2）公司现有业务板块面临的主要风险及改进措施

①公司产品主要原材料包括包装材料、刷丝、无纺布、塑料粒子、胶料、PVC/PET 片材、化学品原料等。其中包装材料主要来源于造纸行业，造纸行业产品标准化程度较高，价格主要由市场供需关系决定，2014 年以来整体较为稳定，2016 年第四季度起上涨较快；塑料粒子、无纺布、刷丝、胶料和 PVC/PET 片材的主要原料均属于石化产品，与国际原油价格关联性较高。原油是国际大宗原材料，价格受经济周期影响明显，波动幅度较大，原油价格自 2014 年以来总体呈下降趋势，降幅较大，2016 年以来有所反弹。报告期内公司原材料占当期营业成本的比重分别为 66.25%、62.38%、65.37%及 65.66%，原材料价格的波动对公司产品成本的影响较大。若未来公司主要原材料价格上涨，将降低公司的盈利水平。

针对以上风险，公司拟进一步加强原材料采购管理，一方面公司将持续跟踪

原材料价格变动趋势，对于部分使用量较大的原材料、如价格上涨趋势明显，通过提前备库的方法减少价格上涨影响；另一方面，公司对原材料供应商严格执行评审制度，通过综合考评，在确保质量的前提下选择价格更为优惠的供应商。

②公司生产人员较多，报告期内公司直接人工占当期营业成本的比重分别为12.45%、14.09%、13.77%及 13.61%，人工成本的变动对公司产品成本的具有一定影响。随着我国经济保持中高速增长，以及部分地区出现劳动力短缺现象，人工成本持续上升。由于公司生产人员人数较多，随着未来工资水平上升，直接人工成本可能继续增加，若公司利润水平增长不足以抵消人工成本的上升，将降低公司的盈利水平。

针对以上风险，公司拟对生产线进行自动化升级改造，提高生产自动化水平，降低单位产品人工成本。同时，进一步优化生产流程，提高管理水平，以提高生产效率。通过本次募集资金投资项目实施后，公司将形成集中化生产的牙刷生产线布局，进一步发挥规模效应，提高生产效率和降低生产成本。

③外销业务中公司采取的主要结算货币为美元。自我国汇率改革以来，2014年之前人民币对美元主要以升值为主，2014 年以后人民币对美元主要以贬值为主，2017 年上半年人民币对美元有所升值。人民币汇率波动直接影响到公司外销产品的销售价格，公司面临一定的汇率波动风险。报告期内，公司汇兑损益分别为-42.00 万元、-247.29 万元、-346.53 万元及 50.13 万元。随着募集资金投资项目的建成投产，公司海外市场开拓规模的进一步扩大，公司的出口销售收入将进一步增加，汇率的波动将对公司的经营业绩产生一定的影响。

针对以上风险，公司拟通过持续跟踪汇率变化趋势，在汇率发生大幅波动的情况下，适时通过远期结售汇业务、调整产品价格等方法，减少汇率波动带来的影响。

④报告期各期末，公司应收账款净额分别为 4,928.73 万元、5,966.55 万元、9,376.77 万元及 7,553.64 万元，占资产总额的比例分别为 12.56%、14.62%、18.53%及 14.63%，2014 年至 2017 年 6 月占营业收入的比例分别为 11.03%、12.64%、14.99%及 23.99%，公司应收账款随着业务规模的扩大有所增加。

虽然公司应收账款的产生均与公司正常的生产经营和业务发展有关，且应收账款的账龄主要在一年以内，应收账款质量较高，但随着公司经营规模的扩大，应收账款金额可能相应增加，如宏观经济环境、客户经营状况发生变化或公司采取的收款措施不力，应收账款将面临发生坏账损失的风险。

针对上述风险，公司将继续严格执行应收账款管理制度，通过及时了解客户资信情况、及时向客户催收账款等方式，降低应收账款发生坏账损失的风险。

2、加快公司募投项目建设，提高日常运营效率，提升公司经营业绩的措施

为保证本次募集资金有效使用，有效防范即期回报被摊薄的风险，公司拟通过加强募集资金管理，提高募集资金使用效率，巩固和提升主营业务，提高日常运营效率，降低运营成本，加强管理层的激励和考核，强化投资者回报机制等措施，提升资产质量，实现可持续发展，以填补股东回报。具体措施如下：

（1）加强对募集资金的监管，保证募集资金投资项目的顺利实施

本次发行的募集资金到账后，公司董事会将严格遵守《募集资金管理制度》的要求，开设募集资金专项账户，确保专款专用，严格控制募集资金使用的各个环节。公司将进一步完善募集资金管理制度，规范募集资金的管理和使用，提高募集资金的使用效率，防范资金使用风险，确保资金使用安全，保护投资者的利益。

（2）积极实施募集资金投资项目，争取早日实现项目预期效益

本次募集资金主要投资于“年产 6.72 亿支牙刷项目”、“年产 14 亿片湿巾项目”。公司已对本次发行募集资金投资项目的可行性进行了充分论证，募投项目符合产业发展趋势和国家产业政策，具有较好的市场前景和盈利能力。本次发行募集资金到位后，公司将加快推进募投项目建设，争取募投项目早日达产并实现预期效益。

（3）加强经营管理和内部控制，提升经营效率

公司已根据法律法规和规范性文件的规定建立健全了股东大会、董事会及其各专门委员会、监事会、独立董事、董事会秘书和高级管理人员的管理结构，夯

实了公司经营管理和内部控制的基础。未来公司将进一步提高经营管理水平，提升公司的整体盈利能力，努力提高资金的使用效率，设计更合理的资金使用方案，合理运用各种融资工具和渠道，控制资金成本，提升资金使用效率。同时，公司将进一步提升经营效率，节省公司的各项费用支出，全面有效地控制公司经营和管控风险。

（4）吸引优秀人才，加强管理层激励和考核，提升管理效率

公司的核心竞争力来源于人才。人才梯队建设是企业长期健康发展的基础。公司始终把人才战略视为企业长久发展的核心战略，建立了系统的人才吸引、激励和发展机制，优化人力资源配置，充分发挥人才优势，不断保持和提高公司的核心竞争力。同时，公司将加强对经营管理层的考核，完善与绩效挂钩的薪酬体系，确保管理层恪尽职守、勤勉尽责，提升管理效率，完成业绩目标。

（5）优化投资回报机制

为建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，对利润分配做出制度性安排，保证利润分配政策的连续性和稳定性，公司根据证监会《上市公司监管指引第 3 号—上市公司现金分红》的相关要求，修订了公司章程。《公司章程（草案）》进一步明确了公司利润分配尤其是现金分红的具体条件、比例、分配形式和股票股利分配条件等，完善了公司利润的决策程序和机制以及利润分配政策的调整原则。

上述填补回报措施的实施，有利于增强公司的核心竞争力和持续盈利能力，增厚未来收益，填补股东回报，然而，由于公司经营面临的内外部风险客观存在，上述措施的实施不等于对公司未来利润做出保证。

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

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

（2）承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

（3）承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

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

（5）若公司未来推出股权激励计划，承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

第十二节 业务发展目标

本业务发展目标是公司根据当前的宏观经济形势，及自身的实际发展状况，对可预见的未来做出的发展计划和安排。不排除公司为更好地履行对投资者的责任，根据经济形势的变化和经营实际状况对本业务发展目标进行修正、调整和完善的可能性。

一、公司总体发展战略与目标

公司是国内外知名的口腔清洁护理用品及一次性卫生用品制造商，产品涵盖牙刷、牙线、齿间刷、牙线签、假牙清洁片等口腔清洁护理用品和湿巾等一次性卫生用品。公司将以《中国制造 2025》实施为契机，紧紧抓住大健康产业快速发展的机遇，以技术为先导，质量为保证，扩大公司业务规模，优化产品结构，进一步完善国内、国际营销体系，不断提高公司研发实力，着力打造公司自主品牌，力争发展成为“中国口腔清洁护理与个人清洁护理领域智造专家”，跻身行业领导者之列，为股东持续创造丰厚利润，为员工提供价值实现平台，为社会创造就业、税收等综合效益，实现股东利益、员工利益和社会效益的协调增长。

未来三年，公司将不断强化在口腔清洁护理用品及一次性卫生用品市场的优势地位，结合互联网+、3D 打印、大数据、新材料等领域的技术突破，通过生产线技术改造、“机器换人”、购置更为先进的自动化设备，扩大产能，提高市场拓展能力，稳固 ODM 业务，拓展自主品牌，坚持国内国际两个市场均衡发展；通过加大技术研发投入，深化产学研合作，建立更加完善的质量管控体系，持续提高产品的技术与品质竞争力，进而增强公司的综合优势。

各业务板块的发展目标具体如下：

口腔清洁护理用品是公司的发展基础和核心业务，未来三年仍将在公司主营业务中占据主导地位。公司将依托技术创新优势，继续专注于口腔清洁护理市场，坚持以 ODM 为主兼顾自主品牌，坚持国内国际市场拓展并重的经营方针，继续做大做强牙刷业务规模，重点扩大齿间刷、牙线、牙线签、假牙清洁片等口腔清洁护理用品销售规模，加快电动牙刷等新产品研发和新技术开发，进一步完善口

腔护理产品线，扩大和进入医用口腔护理产品领域，继续保持口腔清洁护理用品业务在国内同行业中的领先地位。

一次性卫生用品领域是公司积极发展的业务领域，目前该项业务已占公司主营业务收入的两成以上，未来三年业务规模将继续扩大。公司将依托国际国内成熟的营销网络，增加和扩建新生产线，提升生产智能化水平，着力提高生产效率。同时扩大医用护理湿巾的市场占用率，进一步加大在 OTC、NDC 和 EPA 等医用湿巾领域的研发投入，加快注册登记步伐，形成新的增长点和增长极，同时，加大功效型湿巾的研发力度，扩大 ODM 领域国际、国内市场规模，适时开展吸收性卫生用品的研发，大力提升一次性卫生用品业务所占比重，增强公司业务的盈利能力，巩固公司口腔清洁护理用品和一次性卫生用品“双轮驱动”的发展格局。

二、未来三年发展计划

（一）研发引领计划

目前，公司的模具开发、牙刷、其他口腔清洁护理用品、湿巾的设计研发以及检验检测等功能分属不同部门，公司拟将上述研发资源进行整合，建设新的研发中心。遵照“一流企业做标准、二流企业做品质、三流企业做生产”的规律，依托公司已经拥有的先进研发资源和已经取得的领先技术成果，及时跟踪和掌握国内外先进标准情况，进一步加强与国内外知名的科研机构的合作，不断完善以自主研发为主、产学研协同研发相结合的技术创新模式，大力开展口腔清洁护理用品和一次性卫生用品领域具有行业前瞻性的战略研发项目，拓展研发功能，升级现有技术，力争成为享誉业内的口腔清洁护理与个人保洁护理用品研发中心和标准制定中心。

1、开发新技术

加强技术研究与开发，在 AFT 和纳米牙刷自动组装、机器人自动化生产牙刷、齿间刷、牙线签等产品多工序生产一体化、包装仓储自动化、包装新工艺等领域进行重点突破，并加快实现研究成果的产业化、标准化，为持续提升公司核心竞争力奠定更为坚实的基础，抢占市场竞争的制高点。加快通用湿巾和医用湿巾的生产线自动化改造和更新，增加自动换布、接布工艺和功能，大幅减少工时

浪费，提高效率，同时，进一步增加功能性乳化设备和工艺，完善霜膏类湿巾配方和生产技术。

2、研发新产品

紧抓大健康产业发展机遇，以智能、舒适、绿色、环保为原则，以消费者需求与体验为导向，更加主动地贴近市场、贴近消费者，加快新产品开发力度，持续优化产品结构。推进多功能型电动牙刷、超细磨尖丝牙刷、超薄牙刷、AFT 无铜片牙刷、医用高密毛牙刷、OTC、NDC 和 EPA 类医用湿巾、有机无添加功效型人体护理湿巾等新产品的研发，满足口腔清洁护理用品及一次性卫生用品市场的需要。

3、建设新体系

加强研发平台建设，整合公司模具开发，牙刷、其他口腔清洁护理用品及湿巾的设计研发，检验检测等部门，建设新的研发中心，争取发展成为国家级研发中心。加强产学研合作，与高校、科研院所建立更为密切的技术合作关系。建立健全技术标准的收集、消化吸收、应用渠道和机制，加强技术创新标准化体系建设，规范和引导技术创新工作，积极参与行业、国家、国际口腔清洁护理行业和一次性卫生用品行业的技术标准制订工作。加快科研人员的引进和研发团队的建设，构建一支知识结构、专业结构、年龄结构匹配合理，具备创新精神和执行力强的国际化专业技术研发团队。

（二）智能制造计划

按照《中国制造 2025》的要求，将移动互联网、云计算、大数据、物联网、人机交互、工业机器人与生产制造深度结合，以技术创新提升公司智能制造水平，实现公司制造环节的自动化、信息化、柔性化。

1、提升自动化水平

加快新技术的开发与应用，通过原有生产线的自动化改造和引进新的自动化设备，实现“机器换人”和“智能制造”，实现软件和硬件的有机结合，多种系统、界面的兼容和整合，全面梳理工艺、工序，加大工艺重整力度，革新传统生

产工艺，优化生产流程，提升重点工序、关键工序的自动化水平，减少人工的使用量，稳定各工序的产品质量，使制造工艺更为精致，产品更加标准化。

2、提升信息化水平

以公司的用友 U9 系列管理平台（ERP）为基础，加强销售、财务、生产、采购、库存等模块的协同，建立数字化车间，实现生产计划、质量管理、物流管理、生产制造管理、基础数据管理、自动采集、订单管理、协同办公等多个领域的信息互联互通与共享，促进公司制造环节信息化水平的提升。

3、提升柔性化水平

随着消费结构的升级，消费者对个性化、定制化、时效性提出了更高要求，能够满足“多样化、小规模、周期可控”的柔性化生产更加适应市场的需求。公司将通过制造技术、系统结构、管理模式、人员组织等方面的改进，提升制造柔性化水平，实现更高的设备利用率和人员劳动生产率。

（三）立体营销计划

以大健康、大消费等行业观念为引领，加强营销渠道建设，深耕国际国内市场，同时，加大线上销售力度，形成国内、国际电商同步发展，形成全方面、多层次的销售格局，构建立体化营销体系。

1、优化产品结构

目前，公司主营业务收入以口腔清洁护理产品为主，一次性卫生产品为辅，2017 年 1-6 月口腔清洁护理产品占比为 80.08%，一次性卫生产品（湿巾）占比为 19.92%。口腔清洁护理产品中，牙刷产品收入占主营业务收入比重高达 71.95%，牙线、牙线签等其他口腔护理产品占比为 8.13%。未来公司将在保持牙刷产品规模持续增长的基础上，加大牙线、牙线签等其他口腔护理产品，丰富医用护理和医用湿巾产品，扩大通用护理类湿巾的品类，实现产品结构的优化。

2、优化业务结构

ODM 业务是公司发展的基石，自主品牌业务是公司未来发展的方向。公司

将通过设计研发能力和智能制造水平的提升，巩固 ODM 业务的基础地位；同时，公司也将大力开展自主品牌业务的营销与推广，通过加强自主品牌营销网络的深度和广度建设，提高自主品牌市场占有率，提升公司品牌价值。

3、优化营销模式

从自主品牌的销售模式看，公司自主品牌销售主要以线下销售为主，线上销售为辅。2017 年 1-6 月，公司线下销售收入和线上销售收入占公司国内销售自主品牌销售收入比重分别为 84.60%和 15.40%。随着公司品牌影响力的不断提升和电商渠道日益发展，伴随着电子商务的发展和人们消费方式的转变，公司线上销售收入占比呈现上升趋势。未来，公司也将继续加大线上营销的力度，着力拓展线上销售，实现线上线下一体化发展。

（四）资金保障计划

本次股票发行募集资金到位后，公司将按计划投入募投项目，力争取得预期的经济效益。

对于公司发展所需要的资金，公司将根据实际财务状况、综合分析比较各种融资成本，根据银行利率水平的变化趋势和自身资金需求的特点，选择有利于实现股东利益最大化的融资方式来筹集资金；同时，公司将重视股东现金回报，形成融资与分红的良性循环。

（五）人员保障计划

伴随着业务的快速增长，公司的人员规模将逐步扩大。根据业务需要公司将重点引进以下人才：大量引进研发人才，适应研发部门机构迅速扩张的要求并做好入职及业务培训，适时申请建设博士后流动站；重点引进既熟悉口腔清洁护理用品或一次性卫生用品行业发展趋势，又具备较强的管理协调能力的中高端专业技术人才、经营管理等综合型人才，优化人才结构，提升人才质量水平，为公司的长远发展打下坚实的人才基础。

人力资源管理将从定岗定责、人才引进、人才培训、薪酬管理、绩效考核等五个方面进行优化，积极有序地引进高精尖人才，适应公司新时期的发展要求。

三、公司发展计划与现有业务计划的关系及作用

公司业务发展计划是在公司现有主业基础上，结合国家产业政策、口腔清洁护理用品和一次性卫生用品行业发展规划、产业发展趋势以及公司自身情况，在充分论证研究基础上做出的，对未来公司开展生产经营具有指导性。

上述发展计划与公司现有业务存在紧密联系，是现有业务的延续和发展，计划实施完成后，公司的研发设计能力将进一步提升，业务规模将得到持续扩大，市场份额将得以提高，市场结构将得到优化，品牌影响力将进一步提升，公司整体盈利能力和竞争力得到加强，真正实现公司的可持续发展，公司在行业中的领先地位也将更为突出。

四、公司拟订发展计划的假设条件和实施困难

（一）假设条件

1、公司各项经营业务所遵循的国家及地方法律、法规无重大变化，国家宏观经济、政治、社会环境处于正常发展状态，并没有对公司发展将会产生重大影响的不可抗力的现象发生；

2、国家产业政策不会有重大改变，并被较好地执行；

3、公司所在行业及上下游领域处于正常的发展状态，没有出现重大的市场突变情形；

4、本次股票发行按预期完成，发行的募集资金及时到位，募集资金投入项目能按计划组织实施并如期完工；

5、公司现有的生产经营状况、管理层、管理政策和制度无重大变化；原材料价格在公司所预计的正常范围内波动；

6、无其他人力不可抗拒或不可预见因素对经营成果造成重大影响。

（二）实施困难

1、业务高速扩张将产生对设计研发、经营管理、市场营销等方面中高端人才的迫切需求。实施上述计划的主要困难是人才短缺，特别是大批高层次人才，包括具有行业背景的管理、技术、营销、财务等方面专业人才和复合型人才的短缺，以及这些人才的聘用、持续服务和培养问题。若不能及时有效的突破人才需求瓶颈，将会影响到公司业务持续、快速、稳定地发展。

2、若本次公开发行和募投项目实施成功，公司在市场开拓、业务规模等方面将迈上新的台阶，公司在市场开发、订单管理、财务管理、科研管理、内部控制等和国际化开拓方面将面临新的挑战。

五、确保战略目标和发展计划的措施

为确保公司发展计划的顺利实施，需要建立健全的战略实施管理机制，科学分解战略目标，实施动态调整和监管，以保障计划目标和任务的顺利实施和完成。

1、强化战略执行力。定期召开会议指导集团战略实施工作，培养企业内部各级管理者对战略理解、领悟、组织和贯彻能力，密切结合公司内部实际经营管理状况，全面提高公司战略执行水平。

2、细化部门分工。董事会是公司的最高决策机构；在董事会中设立战略决策委员会，由其作为决策咨询机构，为董事会决策提供专业支持，负责指导公司发展规划的具体实施；总经理是最高层次的经营团队领导，是规划实施的组织者与倡导者；董事会办公室作为战略管理部门，负责具体组织管理推进战略规划实施；其他各职能部门和业务部门共同努力，实现计划目标。

3、分解计划目标任务。将公司的发展计划按照年度划分，每一阶段分别完成相应的年度目标，并成为下一阶段发展的基础，保障计划目标有清晰的实现路径。

4、建立激励约束机制。建立健全对计划实施的激励约束机制，通过对各阶段计划目标进行公正、公平、公开的量化性评估，将计划实施情况与各部门及员工的绩效考核挂钩。

5、建立评估反馈机制。评估反馈机制作为对前段工作的思考与总结和后期

工作调整的参考依据，由公司董事会办公室在董事会领导下，对战略实施情况进行动态跟踪，听取各职能部门和业务部门对战略实施的反馈意见，定期和不定期地对战略实施结果进行评估。

6、建立动态调整机制。在对战略实施进行科学评估的基础上，结合评估反馈结果，在客观经营环境出现重大变化时，或当实际经营结果与计划目标产生重大差异时，由董事会对计划目标及其指标做出及时调整，并根据调整的内容，指导经营层制订下一年度的经营计划。

第十三节 募集资金运用

一、募集资金运用计划及概况

（一）预计本次发行募集资金规模

公司本次拟向社会公开发行人民币普通股（A 股）不超过 2,000 万股，占发行后总股本的比例不超过 25%，预计本次发行募集资金 51,001.63 万元，并将根据向投资者询价情况确定募集资金具体数额。本次发行的人民币普通股均为新股，不安排老股发售。

（二）募集资金投资项目基本情况

本次发行募集资金投向经公司第一届董事会第三次会议、2016 年第三次临时股东大会审议通过，由董事会负责实施。募集资金将按照轻重缓急顺序投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资金额	拟用募集资金投入金额
1	年产 6.72 亿支牙刷项目	46,606.47	40,397.68
2	年产 14 亿片湿巾项目	5,177.62	5,177.62
3	研发中心建设项目	1,952.94	1,776.09
4	补充流动资金项目	3,650.24	3,650.24
合　计		**57,387.27**	**51,001.63**

上述项目拟使用募集资金投入 51,001.63 万元。若募集资金不够满足上述项目所需资金，缺口部分将通过自筹资金解决；若募集资金超过上述项目所需资金，超出部分将用于补充流动资金或偿还银行借款。

在本次公开发行股票募集资金到位前，公司可根据项目进度的实际情况，通过自筹资金先行投入，待本次发行股票募集资金到位后，再予以置换。

（三）募集资金年度使用计划

单位：万元

序号	项目名称	T+12	T+24	合计

1	年产 6.72 亿支牙刷项目	40,397.68	-	**40,397.68**
2	年产 14 亿片湿巾项目	-	5,177.62	**5,177.62**
3	研发中心建设项目	-	1,776.09	**1,776.09**
4	补充流动资金项目	3,650.24	-	**3,650.24**
合　计		**44,047.92**	**6,953.71**	**51,001.63**

注 1、募集资金年度使用计划中，“T+12”指项目募集资金到位后 12 个月，以此类推。
注 2、上述募集资金运用计划仅是对拟投资项目的安排，其实际投入时间将根据募集资金实际到位时间和项目进展情况作适当调整。

（四）募集资金投资项目履行的批复或备案情况

本次募集资金投资项目已经分别取得了有权部门的批复或备案，具体情况如下：

序号	项目名称	项目备案单位	项目备案文号
1	年产 6.72 亿支牙刷项目	扬州市发展和改革委员会	扬发改许发[2016]764 号
2	年产 14 亿片湿巾项目	扬州市发展和改革委员会	扬发改许发[2016]763 号
3	研发中心建设项目	扬州市发展和改革委员会	扬发改许发[2016]771 号
4	补充流动资金项目	不适用	

（五）专户存储安排

根据公司《募集资金管理制度》，公司募集资金实行专户存储制度，本公司募集资金存放于董事会决定的专户集中管理，做到专款专用。募集资金专户不得存放非募集资金或用作其它用途。公司在募集资金到位后与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议。

（六）董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

1、公司已经具备实施募集资金投资项目所需的人员、技术、市场储备

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

在人员储备方面，公司凝聚了一支致力于口腔清洁护理用品和一次性卫生用品行业发展、富有丰富经验、具有高度责任心和进取心的管理团队，并建立了有竞争力的人才引进、培养、激励、晋升发展体系，不断从外部引入人才，从内部培养员工，激发员工主动性和自我潜能，保障公司拥有充足的人才储备，为健康

发展打下了基础。

在研发技术方面，公司注重自主创新和研发，针对品牌客户产品需求、消费者使用需求和喜好，不断追求和提升产品的功能性、舒适性和安全性，以市场为导向的研发能力日益强大。公司拥有丰富的技术积累，并拥有一支经验丰富的专职研发团队，未来还将进一步加大专业化研发的力度。

在市场渠道方面，公司采取 ODM 和自主品牌相结合的销售模式，建立和不断拓展销售渠道，覆盖了欧美、亚洲主要发达国家和地区，以及全国绝大部分省区，与主要客户保持长期紧密的合作关系，为新增产能和未来增长奠定了良好的基础。

2、本次发行募集资金投资项目与公司经营规模、财务状况和管理能力相适应

得益于口腔清洁护理用品市场和一次性卫生用品市场规模的持续增长和公司产品结构的逐步优化，报告期内，公司实现主营业务收入 44,582.12 万元、47,061.40 万元、62,394.98 万元及 31,414.16 万元，2014 至 2016 年度公司整体毛利率持续提升，整体财务状况良好。为了适应经营规模的快速发展，公司持续加强对内外部的管理，建立科学的管理制度和激励机制，保证管理人才的招聘与培养，运营管理水平得到大幅提升。因此，公司董事会认为，本次募集资金投资项目与公司的经营规模、财务状况和管理能力相适应，相关项目的经济效益较好，盈利能力较强，从经济效益分析和社会效益分析来看，该等项目具有可行性。

二、募集资金投资与现有业务的关系

本次募集资金投资的项目是为扩大公司现有产能和提升研发能力而设计的。募集资金项目建设符合公司的发展战略，为公司未来业务的持续发展提供了坚实的保障。

具体而言，募集资金投资项目与公司现有业务的关系如下：

“年产 6.72 亿支牙刷项目”是对公司现有牙刷生产线的全面升级项目，包括对牙刷产品的产能提升和自动化改造。公司通过本项目的建设，将扩大生产场

地，增加新的生产线，增添自动化设备和检测设备，改变目前牙刷产品两地制造的局面，使牙刷生产线进一步集中化，并通过“机器换人”、信息化升级和仓储自动化，进一步减少一线生产及辅助人员，将使公司牙刷产品的产能和生产效率得到较大提高，品质的稳定性和可靠性得到进一步提升，从而大大加强公司牙刷产品的综合竞争能力。

“年产 14 亿片湿巾项目”是对公司现有主要湿巾产品的产能提升和设备升级改造项目。公司通过本项目的建设，将扩大湿巾产品的生产场地，优化生产区域布局，增加硬表面杀菌类等更高品质的新产品生产线，增添进口生产设备和检测设备，提升生产线的自动化、智能化水平，减少一线员工数量，进一步提升生产区域的洁净度，使公司湿巾产品的产能得到较大提升，产品种类进一步丰富，产品品质进一步提高，从而提升公司湿巾产品的综合竞争优势。

“研发中心建设项目”是对公司现有研发的开发、试验、检测、分析能力进行提升。通过本项目的建设，公司将建立口腔清洁护理用品和一次性卫生用品高规格实验室，引进行业先进的研发与检测设备，优化研发环境，吸引优秀技术人才，建立与公司发展战略、发展规模相适应的技术平台，探索口腔清洁护理用品和一次性卫生用品的新材料、新技术的运用，为公司产品持续创新发展提供技术保障。

三、募集资金投资项目的具体情况

（一）年产 6.72 亿支牙刷项目

1、项目概况

本项目是公司现有牙刷生产线的搬迁扩建及升级改造，通过整合公司现有分散于宿迁及本部厂区两地的牙刷生产布局，在原制造规模基础上扩大至 6.72 亿支，并对生产线进行自动化改造、优化生产工序、配套建立智能化立体仓库等，从而进一步提高生产效率和仓储空间利用率、降低单位生产成本、提升产品品质的稳定性和可靠性。

本项目建设期为 1 年，预计项目达产年为运营期第 4 年。项目达产后，可实

现年产牙刷 6.72 亿支。

2、项目实施的背景及必要性

（1）扩大公司牙刷制造规模，提升牙刷生产自动化水平，提高仓储智能化管理，为公司业务快速发展提供有力保障

牙刷产品属于生活必需品，随着人们收入水平的提升和生活质量的提高，牙刷的使用频次以及更换频次也不断提高，并且人们对牙刷的质量、功能、外观等方面的要求也越来越高。从全球范围看，牙刷市场总体呈现持续增长态势。根据世界银行的数据统计，2016 年全球人口总量达到 74.42 亿人，其中 15-64 岁人口占比为 65.5%，约为 48.36 亿人。根据原国家卫生部制定的《中国居民口腔健康指南》，一般应每 3 个月左右更换一把牙刷。因此，每人每年应使用 4 支牙刷。按照15-64岁人口数据进行保守计算，全球牙刷的理论年消费总量为193.44亿支。

公司是国内较早进入口腔护理产品领域并拥有较强竞争力的制造商之一，经营规模逐年扩大，2014 至 2016 年度，公司牙刷产品销售收入从 30,560.46 万元增长至 45,163.22 万，年均复合增长 21.57%。在业务高速增长的同时，公司牙刷制造规模因受场地限制，现有生产能力逐步接近满负荷状态。尽管公司可通过流程优化、技术改造和空间挖潜等措施，牙刷类产品自有年产能 2016 年已达到 4 亿支。

实施本项目，公司将按照未来业务增长的实际需求，打造设施自动化水平更高、流程更优化、布局更科学、管理更完善、更具国际化水准的口腔护理产品生产基地，不仅将购置新的牙刷生产线，还将对现有生产线进行自动化改造，并配套建设自动化、智能化立体仓库、优化生产工序，从而进一步提高生产效率、降低生产成本、提升产品品质的稳定性和可靠性。

实施本项目将优化牙刷生产线总图布置以及生产工序之间衔接，使工艺流程更加顺畅，有利于厂区内原料、半成品的输送、存储、分配，有效提高生产效率，有利于减少工序和产品单耗。新厂区的建成和投入使用将进一步提升牙刷生产线的卫生洁净程度，突破场地空间制约，优化生产环境。

（2）实施本项目有助于进一步提高生产效率和降低生产成本

本项目实施之前，公司现有牙刷生产线分别位于公司总部厂区和宿迁厂区，其中宿迁厂区系公司租赁厂房，两个厂区相距较远。公司目前亟待新建生产线提升产能以满足市场需求，而原有厂房空间已充分利用，继续通过厂房租赁的方式难以达到多条生产线的整理布局科学规划。

根据公司未来业务增长趋势，公司亟需突破现有场地对于公司制造规模的制约，通过本项目的实施，公司将整合现有分散于宿迁及本部厂区两地的牙刷生产布局，在原制造规模基础上扩大至 6.72 亿支，使产能瓶颈在中长期内得到充分缓解，进而为业务高速增长提供坚实保障。

本项目实施后，公司将形成集中化生产的牙刷生产线布局，同时通过生产设备自动化改造和生产流程的进一步优化，达到提高生产效率和降低生产成本。因此，公司自建生产基地可大大降低经营费用。

（3）实施本项目有助于进一步提高核心业务竞争能力、提高市场占有率，提升行业地位和品牌影响力

公司核心业务的规模和优势是生产能力的重要指标，公司在口腔护理行业尤其在牙刷制造方面具有综合竞争力优势。公司专注于口腔护理产品先进制造技术多年，积累了丰富的牙刷外观结构设计与模具开发经验，建立了完善的检验检测流程；通过国内外广泛的营销渠道建设，与行业内知名口腔护理品牌商与渠道商建立了互信互助的战略合作关系，使公司产品不断通过营销渠道延伸至终端用户，从而推动公司产品销售持续快速增长。

实施本项目将充分利用公司在口腔护理产品领域的先进技术优势和产品的良好口碑，巩固公司原有的竞争优势，扩大产品生产规模，实现产品销售规模的持续增长，进一步扩大市场影响力，提高国内外市场占有率、行业地位和品牌影响力，提升公司在口腔护理行业的竞争能力，成为公司加快口腔护理行业战略布局、培育可持续综合竞争力与提升股东回报的重要保障。

3、项目市场前景及新增产能消化

（1）市场供需情况、市场容量及行业发展趋势

牙刷市场规模大并且需求稳定，作为生活必需品，价值相对较低，需求弹性较小，具有刚性需求，且与人口增长正相关，市场需求较为稳定。此外，牙刷市场需求增长仍具有较大潜力。根据口腔护理专家的建议，牙刷一般需要 3 个月换一次。随着人们生活水平的提高及口腔护理保健意识的增强，人们更换牙刷的频次也将实现增长，牙刷市场发展潜力巨大。根据中国轻工业联合会的统计，2007 年至 2015 年，我国牙刷产量从 43.25 亿支增长至 74.02 亿支，年均增长 6.9%。

关于项目市场供需情况、市场容量及行业发展趋势情况具体参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业的基本情况”之“（一）口腔清洁护理用品行业基本情况”部分内容。

（2）产能分析

报告期内，公司牙刷产品产能及其利用情况如下：

单位：万支

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
产能[注 1]	40,000.00	40,000.00	37,000.00	33,000.00
产量	18,558.31	40,585.68	32,433.81	31,691.34
其中：自主生产	18,008.08	38,006.25	32,188.90	29,920.16
外协生产	550.23	2,579.42	244.92	1,771.18
销量	18,935.31	40,011.41	33,289.87	29,544.22
产能利用率[注 2]	45.02%	95.02%	87.00%	90.67%
产销率	102.03%	98.59%	102.64%	93.22%

注：
1、2017 年 1-6 月数据系全年度产能；
2、牙刷产能利用率=牙刷自主生产产量÷牙刷产能

目前，公司牙刷类产品生产经营场地空间日趋局促，产能无法满足快速增长的市场需求，产能利用率已接近饱和。尽管公司可通过流程优化、技术改造和空间挖潜等措施，牙刷类产品自有年产能 2016 年已达到 4 亿支，但根据公司未来业务增长趋势，将遭遇严重的产能瓶颈和场地空间制约。尤其是部分生产线存在着建设时间较早、生产线自动化程度低等问题，已越来越难以适应工艺水平的提升和产能的大规模扩张。本次募集资金投资项目建成实施完成后，公司将整合现有分散于宿迁及本部厂区两地的牙刷生产布局，在原制造规模基础上扩大至 6.72 亿支，使产能瓶颈在中长期内得到充分缓解，进而为业务高速增长提供坚实保障。

（3）产能消化

① 牙刷行业市场规模逐年增长，下游市场空间广阔

根据中国轻工业联合会的统计，2015 年，我国牙刷产量达到 74.02 亿支。根据《中国口腔清洁护理用品行业“十三五”发展规划》，“十三五”期间，我国牙刷产量将增长 20%。据测算，到 2020 年，我国牙刷产量将达到 88.82 亿支。

根据智研咨询的统计，2007 年至 2015 年，我国的牙刷消费量从 10.8 亿支增长至 31.57 亿支，年均增长 14.3%。预计未来我国牙刷消费市场规模呈稳定增长态势。目前，公司牙刷产品市场增长潜力和市场空间巨大。

② 居民收入水平持续提升，消费者口腔健康意识不断增强

我国城乡居民可支配收入不断增加，消费能力日益增强，为日用消费品支出持续增加提供了良好基础。2016 年城镇居民人均可支配收入达到 33,616 元，同比增长 7.76%。

口腔清洁护理用品的消费与人们的收入水平存在正相关关系。近年来，人们的收入水平不断提升，由于口腔清洁护理用品价格相对较低，人们的使用频次也相应有所提升。居民收入水平的显著提升，社会健康意识的提高以及国家鼓励消费，产业政策扶持等因素，均为口腔清洁护理用品行业的快速发展提供了良好的环境和巨大的市场空间。此外，从国外市场看，在一些中低收入国家，伴随着人们收入的增长，对口腔健康也越来越重视，例如在类似委内瑞拉这样的新兴市场，牙刷领域的渗透力非常高，很多消费者已经开始每天刷牙。随着更多低收入人群有经济能力频繁购买这些产品，口腔清洁护理用品行业迅速发展。

③ 主要客户合作稳定，ODM 销售规模逐年增长，自主品牌销售稳定

公司牙刷产品主要分为 ODM 与自主品牌销售，其中以 ODM 模式为主。

2014 至 2016 年度，公司牙刷产品 ODM 销售收入由 23,498.06 万元增长至 37,172.95 万元，年均复合增长 25.78%；牙刷产品 ODM 销售数量由 2.31 亿支增长至 3.21 亿支，年均复合增长 17.87%。公司与 ODM 客户合作稳定，ODM 销售收入和销售数量均逐年增长。预计未来公司 ODM 销售规模仍将继续增长。

2014 至 2016 年度，公司自主品牌牙刷销售收入由 7,062.40 万元增长至 7,990.27 万元，年均复合增长 6.37%；自主品牌牙刷销售数量由 0.65 亿支增长至 0.79 亿支，年均复合增长 10.87%。公司自主品牌牙刷主要通过经销模式进行销售，公司与主要经销商保持良好稳定合作关系，报告期内公司自主品牌牙刷销售收入和销售数量均保持稳定，并有小幅增长。预计未来公司自主品牌牙刷销售规模仍将继续稳定增长。

4、项目投资概算

（1）投资主要内容

本项目投资预算总额为人民币 46,606.47 万元，其中建安工程费 10,316.64 万元，设备购置费 29,045.70 万元，工程建设其他费用 2,317.93 万元，预备费 1,773.57 万元，铺底流动资金 3,152.63 万元。具体投资情况如下：

单位：万元

序号	项　目	投资金额	占项目总投资比例
1	**建安工程费**	**10,316.64**	**22.14%**
1.1	建筑工程	8,794.84	
1.2	安装工程费	1,021.81	
1.3	室外配套工程费	500.00	
2	**设备及系统购置费**	**29,045.70**	**62.32%**
2.1	新增生产设备	21,521.10	
2.2	原有设备	5,043.60	
2.3	仓储设备及系统	2,481.00	
3	**工程建设其他费用**	**2,317.93**	**4.97%**
3.1	土地购置费（分摊）	1,165.19	
3.2	与生产相关的其它费（含搬迁费）	100.00	
3.3	与工程相关的其它费	1,052.73	
4	**预备费**	**1,773.57**	**3.81%**
5	**铺底流动资金**	**3,152.63**	**6.76%**
6	**合计**	**46,606.47**	**100.00%**
其中：募集资金投入		**40,397.68**	**86.68%**

本项目投资预算总额为人民币 46,606.47 万元，其中 6,208.80 万元为公司已投入的资金，包括土地购置费分摊费用 1,165.19 万元和原有设备净值 5,043.60 万元，其余 40,397.68 万元通过本次发行募集资金投入。若实际募集资金不能满

足本项目投资需要，资金缺口部分公司通过自筹解决。

（2）建安工程

本项目建安工程费用包括厂房、综合楼、仓库等建筑工程费用，合计为10,316.64万元。建安工程费具体内容如下：

单位：万元

序号	项　目	投资金额	占建安工程投资比例
1	**建筑工程**	**8,794.84**	**85.25%**
1.1	厂房	5,200.00	
1.2	综合楼	1,662.50	
1.3	仓库	1,932.34	
2	**安装工程费**	**1,021.81**	**9.90%**
2.1	给排水工程	204.36	
2.2	电气工程	272.48	
2.3	消防工程	408.72	
2.4	弱电工程	136.24	
3	**室外配套工程费（注）**	**500.00**	**4.85%**
4	**合计**	**10,316.64**	**100.00%**

注：室外配套工程包括道路、照明、绿化、室外管道、消防水池、门卫、围墙等。

（3）设备购置

本项目设备购置费包括新增生产设备21,521.10万元、原有设备净值5,043.60万元、仓储设备及系统2,481.00万元等，共计29,045.70万元。其中，原有设备为公司原牙刷生产线已投入设备且本项目可继续使用部分，该等设备预计截至2017年末的净值预计为5,043.60万元。本项目设备购置具体如下：

单位：万元

序号	设备名称	设备数量	单价	金额	占设备购置投资比例
1	**新增生产设备**	**—**	**—**	**21,521.10**	**74.09%**
1.1	植磨烫一体机（自配植毛机）	63	56.00	3,528.00	
1.2	机器人一体化设备	66	40.88	2,698.00	
1.3	植磨烫一体机	37	71.00	2,627.00	
1.4	装托盘机	63	30.00	1,890.00	
1.5	注塑注胶模具	111	15.00	1,665.00	
1.6	自动包装线	13	115.00	1,495.00	
1.7	模具	97	15.00	1,455.00	

1.8	装托盘机	37	30.00	1,110.00	
1.9	牙刷托盘	33	30.00	990.00	
1.10	烫字烫花一体机	48	20.00	960.00	
1.11	注塑机	46	20.00	920.00	
1.12	托盘小车	8,385	0.10	838.50	
1.13	双色注胶机	32	15.00	480.00	
1.14	植毛单机	19	15.00	285.00	
1.15	磨毛烫一体机	4	60.00	240.00	
1.16	三轴机械手	14	10.00	140.00	
1.17	一拖二吸料机	43	1.50	64.50	
1.18	一拖一吸料机	63	0.50	31.50	
1.19	单色注胶机	2	15.00	30.00	
1.20	枕式包装机	2	6.00	12.00	
1.21	喷码机	2	5.00	10.00	
1.22	水塔	5	2.00	10.00	
1.23	移印烘干线	3	3.00	9.00	
1.24	移印机	3	3.00	9.00	
1.25	拌料机	6	1.00	6.00	
1.26	粉料机	7	0.80	5.60	
1.27	吹灰机	1	5.00	5.00	
1.28	收缩机	1	2.00	2.00	
1.29	自动捆扎机	2	1.00	2.00	
1.30	分页机	2	1.00	2.00	
1.31	除湿干燥箱	1	1.00	1.00	
2	**原有设备**	**—**	**—**	**5,043.60**	**17.36%**
3	**仓储设备及系统**	**—**	**—**	**2,481.00**	**8.54%**
3.1	巷道堆垛机	1	686.00	686.00	
3.2	钢结构货价	1	513.00	513.00	
3.3	托盘	1	400.00	400.00	
3.4	入出库输送机系统	1	350.00	350.00	
3.5	码垛机器人	1	270.00	270.00	
3.6	机器人控制系统	1	120.00	120.00	
3.7	计算机管理控制系统	1	110.00	110.00	
3.8	提升机系统	1	32.00	32.00	
4	**合计**	**—**	**—**	**29,045.70**	**100.00%**

5、产品的质量标准、生产工艺和核心技术

本项目是公司现有产品生产线的搬迁扩建及升级改造，不涉及新产品或新的质量标准、生产工艺和核心技术。

本项目产品的质量标准、生产工艺和核心技术的详细情况参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务情况”部分内容。

6、主要原材料、辅助材料及能源的供应情况

本项目生产所需的主要原辅材料为包装材料、塑料粒子、刷丝、胶料、PVC/PET 片材、化学品原料等。上述材料国内、国际供应较充足，企业公司与主要供应商建立了相对稳定的业务关系，能保证上述原辅材料供应数量、质量和及时性。

本项目生产所需的主要能源为电力等，市场供应充足稳定。

7、项目环保情况

本项目已经取得扬州市广陵区环境保护局出具的《关于倍加洁集团股份有限公司年产 6.72 亿支牙刷项目环境影响报告表的批复》（扬广环审[2016]90 号）。

8、项目选址

本项目选址位于江苏省扬州市广陵区杭集工业园全资子公司江苏明星现有土地。

9、项目组织方式

本项目土建工程部分由全资子公司江苏明星实施，土建工程所需资金，由公司以募集资金增资和借款相结合的形式提供。厂房建设完成后，由江苏明星以租赁方式供公司使用。本项目的设备购置、安装及生产组织由公司自行完成。

10、项目实施计划

本项目实施包括前期准备和项目实施两个阶段，总工期为 12 个月。项目准备阶段：包括前期调研、可行性研究、场地规划设计、施工图设计、施工招标等工作，预计 2 个月完成。项目实施阶段：建安工程、设备购置及安装、人员招聘及培训、系统调试及验证、试运行等各项工作，预计 10 个月内完成。项目实施计划如下表所示：

时间（月）	T+12

	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	11-12
可行性研究						
初步设计						
建安工程						
设备购置及安装						
人员招聘及培训						
系统调试及验证						
试运行						

11、项目经济效益分析

本项目计算期（包括建设期 1 年，运营期 10 年）为 11 年。项目在运营期第 4 年达产，达产年预计销售收入为 79,313.01 万元，运营期年均利润总额为 11,010.68 万元。本项目的税后静态投资回收期（含建设期 1 年）为 5.79 年，税后内部收益率为 18.7%，经济效益良好。

（二）年产 14 亿片湿巾项目

1、项目概况

本项目是公司现有产品的扩建，建设在公司现有厂区内。公司拟引进智能化、自动化的先进生产线设备，扩大公司湿巾产品的生产能力。

本项目建设期为 1 年，预计项目达产年为运营期第 3 年。项目达产后，可实现年产湿巾 14 亿片。

2、项目实施的背景及必要性

（1）我国一次性卫生用品行业发展空间广阔，湿巾处于高速增长前的需求酝酿期，近年来已呈现加快发展势头

经过 30 多年的发展，我国一次性卫生用品行业产品种类不断丰富、功能不断完善、普及程度不断提升，已成为与人民生活密切相关的重要行业。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，2016 年我国一次性卫生用品市场规模（市场总销售额）达到 867.9 亿元，比 2015 年增长 4.3%，我国一次性卫生用品行业发展空间广阔。

近年来，伴随着消费者卫生习惯养成和生活质量提高，湿巾的功能逐步由非必需品向生活必需品转化，其用途与应用领域均获得较大拓展。从全球范围看，湿巾消费市场总体呈现逐年增长态势。根据智研咨询的统计，2014 年全球湿巾消费市场规模达到 134.2 亿美元，2009-2014 年年均增长率达 5.5%。中国所在的亚太市场是湿巾消费增长最快、潜力空间最大的市场，2014 年市场规模达 24.0 亿美元，占全球的比重为 17.9%，2009-2014 年年均增速为 10%。湿巾是 2000 年前后才进入中国的“舶来品”，尽管国内市场湿巾普及率相对较低，尚处于高速增长前的需求酝酿期，但近年来已呈现加快发展势头。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，2011 年至 2016 年，我国湿巾产量从 256.0 亿片增加到 591.9 亿片，年均复合增长率达到 18.25%；我国湿巾工厂销量从 251.0 亿片增加到 536.2 亿片，年均复合增长率达到 16.39%，其中我国湿巾出口销量从 111.7 亿片增加至 156.1 亿片，年均复合增长率为 6.92%，未来湿巾市场规模还将进一步快速增长。

（2）实施本项目有助于公司做大做强湿巾业务，实现口腔护理和个人护理“双轮驱动”，满足业务快速发展的需要

公司 2004 年进入湿巾产品领域，经过多年发展，经营规模逐年扩大，成为该领域具有较强竞争力的制造商之一。报告期内，公司湿巾产品销售收入分别为 10,745.47 万元、7,800.08 万元、13,036.36 万元及 6,256.26 万元。在业务增长的同时，公司湿巾产品的生产能力逐步接近满负荷状态。尽管通过流程优化、技术改造和空间挖潜等措施，湿巾类产品自有年产能目前已达到约 16.8 亿片，但根据公司未来业务增长趋势，将遭遇严重的产能瓶颈和场地空间制约，已越来越难以适应工艺水平的提升和产能的大规模扩张。由此可见，产能不足的矛盾将在短期内尖锐化。

实施本项目，公司将在江苏省扬州市生态科技新城杭集工业园内公司现有场地扩建湿巾生产线，新增湿巾年产产能 14 亿片，将湿巾的年产能规模从当前的约 16.8 亿片扩大至约 30.8 亿片。公司将按照未来业务增长的实际需求，打造设施自动化水平更高、流程更优化、布局更科学、管理更完善、更具国际化水准的湿巾产品生产基地，使生产能力和场地空间的瓶颈在中长期内得到充分缓解，进

而为业务高速增长提供坚实保障，实现口腔护理和个人护理“双轮驱动”。

3、项目市场前景及新增产能消化

（1）市场供需情况、市场容量及行业发展趋势

过去几年，湿巾应用从个人清洁到家居清洁，再到特种清洁全面延伸发展，医疗清洁消毒、病患护理、婴幼儿护理、个人日常清洁等湿巾消费稳定增长。根据智研咨询的统计，2009 年至 2014 年，全球湿巾消费市场规模由 102.9 亿美元增长值 134.2 亿美元。根据 Technavio 咨询机构的预测，全球湿巾和擦拭巾市场 2015 年至 2019 年间的市场复合年均增长率将接近 6%，据此测算，2019 年全球湿巾市场规模将达到约 170 亿美元。

湿巾作为 2000 年前后才进入中国的“舶来品”，尽管国内市场湿巾普及率相对较低，尚处于高速增长前的需求酝酿期，但近年来已呈现加快发展势头。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，2014 年我国湿巾市场规模达 24.3 亿元人民币，约合 4 亿美元，占全球的比重约为 2.9%，比 2011 年提高了 1 个百分点[5]。

我国居民收入逐年提高，中产阶级和年轻一族、白领一族群体不断壮大，生活方式实现重大转变，消费结构由生存型消费向发展型消费、由传统消费向新型消费升级，健康理念、清洁意识随之增强，这成为我国湿巾市场快速增长的重要宏观基础。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，2011 年至 2016 年，我国湿巾市场规模从 13.7 亿元增长至 38.5 亿元，年均复合增长率达到 22.96%。

关于项目市场供需情况、市场容量及行业发展趋势情况具体参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业的基本情况”之“（二）一次性卫生用品行业基本情况”部分内容。

（2）产能分析

报告期内，公司湿巾产品产能及其利用情况如下：

[5] 中国湿巾市场规模人民币折合美元数据，系根据国家统计局公布的当年人民币对美元平均汇率换算，其中 2014 年人民币对美元平均汇率为 100 美元对人民币 614.28 元；2009 年人民币对美元平均汇率 100 美元对人民币 683.10 元。

单位：万片

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
产能	168,000.00	168,000.00	154,000.00	154,000.00
产量	72,019.28	154,655.57	102,211.04	116,671.93
销量	75,847.53	156,498.15	96,855.99	110,733.21
产能利用率	42.87%	92.06%	66.37%	75.76%
产销率	105.32%	101.19%	94.76%	94.91%

报告期内，公司湿巾产品的生产能力逐步接近满负荷状态。2016 年度，公司湿巾产品的产销率达到 101.19%，湿巾产品订单需求旺盛。本次募集资金投资项目达产后，公司湿巾产品将每年新增产能 14 亿片，将大大缓解公司湿巾产品的生产能力负荷，满足公司日益增长的销售需求。

（3）产能消化

① 全球湿巾行业市场规模逐年增长，下游市场空间广阔

根据智研咨询的统计，2009 年至 2014 年，全球湿巾消费市场规模由 102.9 亿美元增长至 134.2 亿美元，年复合增长率为 5.46%。根据 Technavio 咨询机构的预测，全球湿巾和擦拭巾市场 2015 年至 2019 年间的市场复合年均增长率将接近 6%，据此测算，2019 年全球湿巾市场规模将达到约 170 亿美元。

欧美市场是全球湿巾消费的主力市场，这一格局在短期内不会发生根本性改变。根据智研咨询的统计，2014 年，北美市场湿巾消费规模为 57.4 亿美元，占比为 42.8%，西欧地区湿巾市场规模为 43.5 亿美元，占比为 32.4%。两者合计占全球消费市场的比重达 75.2%。

公司湿巾产品主要销往欧美市场，全球湿巾市场尤其是欧美市场的稳定增长，为本项目产能消化提供了较大的保障。

② 消费者健康清洁意识增强，我国湿巾消费市场快速成长

随着我国居民收入逐年提高，中产阶级和年轻一族、白领一族群体不断壮大，生活方式实现重大转变，消费结构由生存型消费向发展型消费、由传统消费向新型消费升级，健康理念、清洁意识随之增强，这成为我国湿巾市场快速增长的重要宏观基础。因此，预计未来中国湿巾市场规模增速继续处于全球前列，湿巾市

场规模占全球比重预计也将逐年提升。

根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，2011 年至 2016 年，我国湿巾市场规模从 13.7 亿元增长至 38.5 亿元，年均复合增长率达到 22.96%。其中，2014 年我国湿巾市场规模达 24.3 亿元人民币，约合 4 亿美元，占全球的比重约为 2.9%，比 2011 年提高了 1 个百分点。

4、项目投资概算

（1）投资主要内容

本项目投资预算总额为人民币 5,177.62 万元，其中建安工程费 945.00 万元，设备购置费 2,471.00 万元，工程建设其他费用 1,063.70 万元，预备费 223.99 万元，铺底流动资金 473.93 万元。具体投资情况如下：

单位：万元

序号	项　目	投资金额	占项目总投资比例
1	**建安工程费**	**945.00**	**18.25%**
1.1	厂房洁净化改造费	945.00	
2	**设备购置费**	**2,471.00**	**47.72%**
3	**工程建设其他费用**	**1,063.70**	**20.54%**
3.1	厂房租赁费	807.50	
3.2	与生产相关的其它费	100.00	
3.3	与工程相关的其它费	156.20	
4	**预备费**	**223.99**	**4.33%**
5	**铺底流动资金**	**473.93**	**9.15%**
6	**合计**	**5,177.62**	**100.00%**

本项目投资预算总额为人民币 5,177.62 万元，拟全部元通过本次发行募集资金投入。若实际募集资金不能满足本项目投资需要，资金缺口部分公司通过自筹解决。

（2）建安工程

本项目建安工程费用共计 945.00 万元，为本项目需要对现有厂房进行洁净化改造费用。

（3）设备购置

本项目设备购置费共计 2,471.00 万元，全部为生产及产线配套设备。本项目设备购置具体如下：

单位：万元

序号	设备名称	设备数量	单价	金额	占设备购置投资比例
1	**生产及产线配套设备**	**-**	**-**	**2,471.00**	**100.00%**
1.1	全自动湿巾生产线（进口）	1	1,200.00	1,200.00	
1.2	全自动湿巾生产线（国产）	2	280.00	560.00	
1.3	全自动装箱生产线	2	150.00	300.00	
1.4	高速全自动贴盖机	2	80.00	160.00	
1.5	全自动湿巾生产线（国产）	1	120.00	120.00	
1.6	EDI 纯化水系统	1	80.00	80.00	
1.7	乳化装置	2	10.00	20.00	
1.8	配液装置（2T）	2	8.00	16.00	
1.9	配液装置（5T）	1	15.00	15.00	
2	**合计**	**-**	**-**	**2,471.00**	**100.00%**

5、产品的质量标准、生产工艺和核心技术

本项目是公司现有产品的扩建及升级改造，不涉及新产品或新的质量标准、生产工艺和核心技术。

本项目产品的质量标准、生产工艺和核心技术的详细情况参见招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务情况”部分内容。

6、主要原材料、辅助材料及能源的供应情况

本项目生产所需的主要原辅材料为无纺布、包装材料、化学品原料等。上述材料国内、国际供应充足，公司与主要供应商建立了相对稳定的业务关系，能保证上述原辅材料供应数量、质量和及时性。

本项目生产所需的主要能源为电和水等，市场供应充足稳定。

7、项目环保情况

本项目已经取得扬州市广陵区环境保护局出具的《关于扬州倍加洁日化有限公司年产 14 亿片湿巾项目环境影响报告表的批复》（扬广环审[2016]87 号）。

8、项目选址

本项目选址位于江苏省扬州市生态科技新城杭集工业园本公司现有厂区内。

9、项目组织方式

本项目由公司全资子公司倍加洁日化负责实施，由公司以募集资金增资的形式提供。

10、项目实施计划

本项目实施地点为公司现有厂房，因此需等到公司“年产 6.72 亿支牙刷项目”搬迁完毕后，才启动本项目的实施。

本项目实施包括前期准备和项目实施两个阶段，总工期为 12 个月。项目准备阶段：包括前期调研、可行性研究、场地规划设计、施工图设计、施工招标等工作，预计 2 个月完成。项目实施阶段：包括建安工程、设备购置及安装、人员招聘及培训、系统调试及验证、试运行等各项工作，预计 10 个月内完成。项目实施计划如下表所示：

时间（月）	建设期					
	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	11-12
可行性研究						
初步设计						
建安工程						
设备购置及安装						
人员招聘及培训						
系统调试及验证						
试运行						

11、项目经济效益分析

本项目计算期（包括建设期 1 年，运营期 10 年）为 11 年。项目在运营期第 3 年达产，达产年后预计新增销售收入 11,200 万元，运营期年均利润总额为 1,139.44 万元。本项目的税后静态投资回收期（含建设期 1 年）为 5.12 年，税后内部收益率为 22.6%，经济效益良好。

（三）研发中心建设项目

1、项目概况

本项目为研发中心建设，将对公司现有研发中心的开发、试验、检测、分析能力进行一体化提升。公司拟升级改造模具研发加工中心、研发试样验证中心、牙刷研发检测中心、湿巾产品研究室、口腔护理产品研究室、包装开发实验室、分析测试研究室等高规格实验室，引进行业先进的研发与检测设备，优化研发环境，吸引优秀技术人才，建立与公司发展战略、发展规模相适应的技术平台，探索口腔清洁护理用品和一次性卫生用品的新材料、新技术的运用，为公司产品持续创新发展提供技术保障。

2、项目实施的背景及必要性

（1）满足公司未来发展需要，建立与未来发展高度适应的现代化研发环境，持续保持产品及制造工艺先进性

根据未来发展战略规划，公司业务仍将保持快速增长势头，需要全面提升技术创新能力，这对为之服务的研发环境提出了更高要求，而公司目前的研发环境与这一要求相去较远：一是研发和检测设备欠缺。为进一步提升前沿技术研发能力，亟须引进各类先进设施设备与仪器仪表。二是研发组织架构有待完善。目前，公司的模具开发、牙刷、其他口腔清洁护理用品、湿巾的设计研发以及检验检测等功能分属不同部门，亟需进行整合提升。三是人才储备不足。与业内其他领先企业相比，公司目前研发人员数量占比较小，在激烈的创新竞争中需要进一步加大专业人才的储备与培育力度，特别需要加强高端人才的引进力度。

为此，公司拟将现有研发资源进行整合，建设新的研发中心。一方面进一步传承公司的创新文化，引进先进设施设备，整合拓展研发功能，提升研发等级，加强产学研合作，力争打造国家级工程技术研究中心；另一方面吸引和培养一批创新专业人才，完善公司研发团队的梯度结构，夯实公司可持续发展的人才基础，为公司业务持续高速增长提供保障。

（2）有利于持续满足不同用户对产品的个性化需求

公司口腔清洁护理用品和一次性卫生用品主要采用 ODM 模式，不同客户对于产品材料、品质、包装及生产工艺要求等都存在差异化需求。上述特点决定了

制造商需要根据用户的个性化需求提供全面的产品解决方案。

本项目的建设，将提升公司在口腔清洁护理用品和一次性卫生用品生产工艺、材料应用、产品配方、生产工艺方面的研发能力，满足客户个性化需求。

（3）研发和储备产品开发所需的技术创新，提升公司核心竞争力

随着新材料、新工艺的快速发展，公司口腔清洁护理用品和一次性卫生用品产品也面临升级换代。生产设备数字化、智能化的发展趋势，环保、可降解材料等对健康有益的材料应用将呈持续发展态势，对企业提出了较大的挑战。企业势必通过先进技术提高产品的附加值，从而持续保持市场竞争力。本项目的建设将为公司的发展提供强大的技术支撑和可持续的产品储备，并为公司未来发展储备技术人才，有利于提升公司核心竞争力。公司也将在大力提高技术研发能力和行业知名度的基础上，及时跟踪和掌握国外先进技术动态，进一步强化与国内外知名科研机构的合作，大力开展行业前瞻性技术研发，积极参与行业标准与国家规范的制定，通过示范效应，引领行业技术进步。

3、项目投资概算

（1）投资主要内容

本项目投资预算总额为人民币 1,952.94 万元，其中建安工程费 669.05 万元，设备购置费 1,106.43 万元，工程建设其他费用 92.88 万元，预备费 84.58 万元。具体投资情况如下：

单位：万元

序号	项　目	投资金额	占项目总投资比例
1	**建安工程费**	**669.05**	**34.26%**
1.1	建筑工程（分摊）	133.97	
1.2	安装工程费	535.08	
2	**设备购置费**	**1,106.43**	**56.65%**
2.1	模具研发设备	419.00	
2.2	牙刷研发设备	216.00	
2.3	湿巾研发设备	150.00	
2.4	口腔清洁护理产品研发设备	62.43	
2.5	检验检测设备	259.00	
3	**工程建设其他费用**	**92.88**	

3.1	土地购置费（分摊）	42.88	
3.2	办公器具费	50.00	
4	**预备费**	**84.58**	**4.33%**
5	**合计**	**1,952.94**	**100.00%**
其中：募集资金投入		**1,776.09**	**90.94%**

本项目投资预算总额为人民币 1,952.94 万元，其中 176.85 万元为公司已投入的资金，包括建筑工程分摊费用 133.97 万元和土地购置费分摊费用 42.88 万元，其余 1,776.09 万元通过本次发行募集资金投入。若实际募集资金不能满足本项目投资需要，资金缺口部分公司通过自筹解决。

（2）建安工程

本项目建安工程费用共计 669.05 万元，包括公司现有厂区已建成厂房、仓库的建筑工程费分摊费用，分摊费用合计为 133.97 万元；另外，本项目需要对现有厂房依据各实验室要求进行改造，共需 535.08 万元。

（3）设备购置

本项目设备购置费共计 1,106.43 万元，设备购置具体如下：

单位：万元

序号	设备名称	设备数量	单价	金额	占设备购置投资比例
1	**模具研发设备**	**—**	**—**	**419.00**	**37.87%**
1.1	火花机	2	80.00	160.00	
1.2	数控立式加工中心	1	90.00	90.00	
1.3	慢丝加工机	1	75.00	75.00	
1.4	精雕机	1	20.00	20.00	
1.5	电脑车床	1	18.00	18.00	
1.6	铣床	1	18.00	18.00	
1.7	磨床	1	18.00	18.00	
1.8	铣床	2	7.00	14.00	
1.9	磨床	1	6.00	6.00	
2	**牙刷研发设备**	**—**	**—**	**216.00**	**19.52%**
2.1	3D 塑模打印机	1	50.00	50.00	
2.2	注塑机（160T）	1	40.00	40.00	
2.3	注塑机（200T）	1	20.00	20.00	
2.4	注胶机	1	18.00	18.00	

2.5	高光无痕模温机	1	15.00	15.00	
2.6	两拼机	1	15.00	15.00	
2.7	高清相机	1	15.00	15.00	
2.8	旋转转台三色植毛机	1	15.00	15.00	
2.9	热合机	1	15.00	15.00	
210	中盒模切机	1	10.00	10.00	
2.11	烫金机	1	1.00	1.00	
2.12	纸张光度仪	1	1.00	1.00	
2.13	显微镜	1	1.00	1.00	
3	**湿巾研发设备**	**—**	**—**	**150.00**	**13.56%**
3.1	液相色谱-质谱联用仪	1	50.00	50.00	
3.2	气相色谱-质谱联用仪	1	50.00	50.00	
3.3	小型配液釜及纯水装置	1	30.00	30.00	
3.4	小型湿巾生产线	1	20.00	20.00	
4	**湿巾及口腔护理研发设备**	**—**	**—**	**62.43**	**5.64%**
4.1	小型泡腾片生产线	1	50.00	50.00	
4.2	实验室制膏釜	1	12.00	12.00	
4.3	无级调速电动搅拌机	2	0.15	0.30	
4.4	电热磁力搅拌机	1	0.13	0.13	
5	**检验检测设备**	**—**	**—**	**259.00**	**23.41%**
5.1	LIMS 实验室信息管理系统	1	60.00	60.00	
5.2	尺寸规格测量设备	18	2.19	39.50	
5.3	安全测试设备	5	7.74	38.70	
5.4	可靠性测试设备	11	1.98	21.80	
5.5	电动牙刷测试设备	17	1.07	18.20	
5.6	ISO/IEC17025 检测校准实验室	1	15.00	15.00	
5.7	受力测试设备	6	1.32	7.90	
5.8	包装测试设备	4	1.28	5.10	
5.9	原料物性检测设备	9	0.36	3.20	
5.10	红外光谱义	1	10.00	10.00	
5.11	卡氏水份测定仪	1	8.00	8.00	
5.12	摄影生物显微镜	1	6.00	6.00	
5.13	流变性测试仪	1	5.00	5.00	
5.14	紫外可见分光光度计	1	3.00	3.00	
5.15	常压干燥烘箱	2	1.00	2.00	
5.16	电子天平（0.1mg）	1	2.00	2.00	
5.17	电子天平（0.01mg）	1	2.00	2.00	
5.18	白度计	1	1.00	1.00	
5.19	织物厚度测试仪	1	1.00	1.00	

5.20	透气性测试仪	1	1.00	1.00	
5.21	透湿性测试仪	1	1.00	1.00	
5.22	真空干燥烘箱	1	1.00	1.00	
5.23	实验室均质器	1	1.00	1.00	
5.24	数显式自动旋光仪	1	1.00	1.00	
5.25	熔点测定仪	1	0.80	0.80	
5.26	电子天平（1mg）	1	0.50	0.50	
5.27	密封性测试仪	1	0.50	0.50	
5.28	高速离心沉淀器	1	0.50	0.50	
5.29	马福炉	1	0.50	0.50	
5.30	实验室冰箱	1	0.50	0.50	
5.31	超声波清洗机	1	0.40	0.40	
5.32	旋转蒸发器	1	0.40	0.40	
5.33	酸度计	1	0.30	0.30	
5.34	阿贝折射仪	1	0.20	0.20	
6	**合计**	**—**	**—**	**1,106.43**	**100.00%**

4、项目建设的具体内容

本项目拟新建模具研发加工中心、研发试样验证中心、牙刷研发检测中心、湿巾研究室、口腔护理产品研究室、包装开发实验室、分析测试研究室等高规则实验室，进一步提高公司的技术研发设备水平。

（1）模具研发加工中心

将重新组合模具研发设计团队的力量，增强团队的技术实力；根据国内外市场的需求变化来及时设计满足客户需求的产品，同时不间断的自主创新与研发，开制实验模具，新的模具研发中心将以多方位的技术人才、设备组建更新/配套的试模验证设备与人员来保证模具的品质、交期和开发能力。

（2）研发试样验证中心

用于牙刷产品研发快速测试验证使用，将牙刷注塑注胶工序和植磨烫工序的开发场地集中在一起便于关联工艺的及时验证、发现问题及时测试改善，新的牙刷研发试样中心更高的提升研发的效率和质量，也可用于小批量试产供货给客户测试。

（3）牙刷研发检测中心

牙刷研发检测中心将参照国际标准进行规划与建设，在产品量产前与量产中根据不同的需求提供全方位的检测能力，检测中心将配置模拟刷牙机、包材物料物理测试设备、牙刷板抗弯力测试机、刷毛拉力机、刷毛磨圆率测试机、抗老化测试仪等能够满足牙刷整套产品的测试需求。

（4）湿巾产品研究室

配备个人和家居环境清洁、护理、消毒化学消费品领域的专业研发人员，以及常规的日化产品实验仪器和小型的乳化釜、液体搅拌釜、湿巾生产机等湿巾中试设备，按市场需求的功能设计配方工艺、制备样品，并进行验证。

（5）口腔清洁护理产品研究室

配备牙膏、牙线、口腔用具清洁泡腾片等口腔护理品领域的专业研发人员，以及常规的日化产品实验仪器和小型的压片机、制膏机等中试设备，按市场需求的功能设计配方工艺、制备样品，并进行验证。

（6）包装开发实验室

主要是针对产品包装进行热合的验证与包装材质的分析中心，该实验室配置热合包装设备、包装模具，配备纸包装、注塑包装、吹塑包装、吸塑包装、复合膜包装等领域的专业研发人员，每一款产品均需要进行测试验证以保证产品的稳定生产；同时对吸塑片材、吸塑泡壳、纸卡等包装辅料可以综合测试其材质质量，对密封性测试仪、透湿性测试仪、透气性测试仪、光老化试验仪、剥离强度测试仪、断裂强度测试仪等包装专业仪器，按最终产品的储存、运输要求设计包装物的技术参数，并对包装物样品进行测试验证。

（7）分析测试研究室

配备化学分析、仪器分析等方面的专业人员，以及气相色谱、液相色谱、液相色谱-质谱联用、气相色谱-质谱联用、红外光谱等成分分析仪器，和化妆品美白、保湿、抗皱等产品功效测试仪器，对公司内部研发的新产品以及市场上销售的同类进行成分和性能检测。

5、研究方向和研究内容

本项目建成后，公司拟作以下研究：

序号	研究方向	研究内容
1	电动牙刷项目	该电动牙刷涉及旋转型、震动型与声波型，其清洁效果更彻底全面并可以及时有效收集每一次的刷牙的清洁效果。
2	低碳环保秸秆材料牙刷	该品种主要是根据目前市场上的同类型产品的植毛拉力和抗弯力较小，对消费者使用存在一定的安全风险来重新开发改善相关的性能指标，研发成果将达到国标要求。
3	双色牙线盒体注塑产品	此产品类型与传统的分体式注塑后再人工组装的产品外观效果要漂亮美观，传统的产品是镶嵌上去产品组装后已有缝隙会导致线的香味流失，新的产品设计开发克服了此缺陷，整个产品是二次注塑一体结合成型，产品缝隙没有可以更好的保留产品的功效作用。
4	牙刷烘干杀菌挂架	此产品的主要功能是将使用后的牙刷快速烘干残留在刷毛内的水质，让牙刷处于干燥的状态，同时伴有紫外线杀菌功能；现在的消费者都是讲使用后的牙刷放置在室内完全依靠室内环境自然晾干，牙刷处于这样的环境中不易将刷毛内的水份去除同时还会滋养细菌，此产品可使消费者使用更健康卫生的牙刷产品。
5	超细 4mil 磨尖丝产品	该产品是将刷丝做到最细，细软的刷丝对消费者的牙龈可以起到很好的保护和更彻底的清除牙缝内残留的牙垢和脏污，此产品需要较高的植磨设备和新的工艺产能实现。
6	超薄牙刷（刷头厚度≤2.8mm）	该产品的特点是刷头很薄，在刷牙时会让口腔觉得更加舒服，同时可以更深入的清洁最里边的牙齿。
7	尝试模具加工的曲面平面抛光无需手工抛光	改善手工抛光的效率与品质，手工抛光存在效率慢易将模具分型面抛出卷边，采用曲面平面抛光可以更好的包装品质。
8	牙刷注胶模具尝试一次性按图开制取消单穴模工艺	目前的注胶模具工艺都是先开制单穴，目的是防止白板收缩后变形与原图档不符，这样操作就是增加开发周期和注胶模具成本，在新的实验中心后将突破该项技术，提高开制的周期时间。
9	烫字烫批号移印自动输送刷板线	该设备工艺可以将传统的单独烫字、烫批号、移印最终人工将刷板放入植毛机上植毛的工艺改良，使之单独工序变成一体合成工序，此改进可以节约人工、降低成本、提高产品质量及缩短产品在线的停留提高成品交货期。
10	牙刷自动化工艺技术	目前已经推行了机器人自动化生产牙刷的工艺，此工艺适合大部分产品；剩余不能在机器人上生产的产品改为 5 轴直角机械手自动化取出刷板，剪切水口流道，然后产品定型冷却最终将合格的刷板装入周转箱进行注塑包胶。
11	牙刷注塑注胶+植磨烫+装箱一体机	该工艺的研发是将现在的一支牙刷的多工序生产环节合并成一个综合组合一体化设备，该设备具备牙刷从刷板生产到包装前的所有工序，该工艺研发将是牙刷行业的工艺革新，此种设备可以节约人工 200%以上，在节约人工的同时还能够最大化的提升产品的生产交期，可以让整个生产计划更加顺畅与准期。
12	牙刷包装自动化线+自动仓储	该工艺是引进德国自动包装线，该生产线同样是将传统的牙刷包装的多工序进行整合为一体机完成，在改设备的基础上我们又自行研发产品空门检测、在线喷码、条码扫描、自动跟机贴标及自动提出空门不良等功能，以上功能的添加可以将牙刷的产品质量保障提高数倍，同时减少人工自检与抽检

		的投入比例；目前公司正在与外协供应商开发立体仓库和包装产品自动输送到仓库、自动根据订单和产品的摆放方式进行机器人自动码垛功能，通过自动输送线和自动码垛的机器人的推行可以提高效率设备可以 24 小时运转。
13	包装机自动上刷板	此工艺主要目的是节约人员和植毛线进行连接，使其从注塑-植毛-包装三个工序进行整合成一体线，这样将提供产品质量、产品交期同时也是牙刷制造工艺上的工艺变革。
14	人体用湿巾生物功效检测	对人体用湿巾的美白、保湿、抗皱、祛痘、控油、敏感皮肤用、皮肤屏障功能修复、除臭、抑汗、抗头屑、育发、毛发修复等生物功能的检测方法进行研究，并建立检测条件。
15	湿巾无纺布及配方成分分析	对湿巾产品的无纺布及配方成分的分析方法进行研究，建立准确、有效的分析检测方法，实现对未知样品的成分分析。
16	湿巾塑料包装膜易撕孔开孔新工艺	湿巾产品大多采用复合塑料袋作为包装，对于内装多片、一袋产品可以使用多次的湿巾，目前生产时，大都采用机械刀具在塑料袋切出开孔、再用可反复使用的不干胶粘贴在开孔处，造成每一袋湿巾都必须粘贴一张不干胶的现实工艺。 本项目计划尝试激光定量切割等技术，在湿巾包装塑料袋厚度维度上进行部分切割，在膜上切出容易撕开的线条，但不切透膜、切孔部位仍具有密封性。此技术开发成功后，湿巾产品目前生产工艺中所必须粘贴的不干胶将可以去除，从而提高生产效率、并降低资源消耗。
17	功效型人体湿巾	研究开发具有美白、保湿、抗皱等生物功效的人体用湿巾，提高目前功效型化妆品使用的便捷性。
18	口腔护理化学品配方成分分析	对口腔护理化学品配方成分的分析方法进行研究，建立准确、有效的分析检测方法，实现对未知样品的成分分析。
19	泡腾片储存稳定性快速检测	稳定性是泡腾片这一剂型最脆弱的特性，受影响的因素非常多。每一批产品生产的温湿度条件、所用原材料的水分或相关杂质含量都有可能不同，因而不同批次的泡腾产品可能表现出不同的稳定。因而，仅仅通过在产品研发阶段对有效试验批次产品的稳定性考察，并不能保证批量生产时每一批产品的稳定性。本项目将对泡腾片稳定性的快速检测方法进行研究，力争建立适用于对每批产品进行例行检测的快速方法。
20	口腔护理类新剂型产品	研究开发安全可降解假牙粘接剂、稳定活性氧白牙贴等较为新颖的口腔护理产品

6、项目环保情况

2016 年 11 月 21 日，扬州市广陵区环境保护局已审批同意本项目的实施。

7、项目选址

本项目选址位于江苏省扬州市广陵区杭集工业园本公司现有厂区内。

8、项目组织方式

本公司为项目法人，负责项目的建设、实施、资金筹措，并在项目建成后负责项目建成后的运营、管理等工作。

9、项目实施计划

本项目实施地点为公司现有厂房，因此需等到公司“年产 6.72 亿支牙刷项目”搬迁完毕后，才启动本项目的实施。

本项目实施包括前期准备和项目实施两个阶段，总工期为 12 个月。项目准备阶段：包括前期调研、可行性研究、场地规划设计、施工图设计、施工招标等工作，预计 2 个月完成。项目实施阶段：建安工程、设备购置及安装、人员招聘及培训、系统调试及验证、试运行等各项工作，预计 10 个月内完成。项目实施计划如下表所示：

时间（月）	建设期					
	1-2	3-4	5-6	7-8	9-10	11-12
可行性研究						
初步设计						
建安工程						
设备购置及安装						
人员招聘及培训						
系统调试及验证						
试运行						

10、项目经济效益分析

本项目属于产品和技术的研究开发。项目完成后，不直接生产产品，而是进行产品和技术的研究开发，其“产品”的形式是科技成果。项目的效益主要是通过提升公司在技术研发、产品品质、产品品种等方面的核心竞争力，扩大公司的市场占有率及创造新的利润增长点，间接提高公司的盈利能力。本项目不单独核算经济效益。

（四）补充流动资金项目

1、项目概况

根据公司业务发展目标及营运资金需求，公司拟用本次募集资金共计 3,650.24 万元补充流动资金。

2、补充流动资金的必要性

公司的经营规模快速扩张，经营所需的营运资金规模也不断增大。近三年来，公司不断强化经营管理，提升运营效率，强化生产、采购管理，降低原材料库存；严格执行生产计划，减少库存商品；加强应收款项催收，及时回收货款，减少生产经营各环节对于运营资金的占用，营运能力和现金流量均保持了较好水平。但随着募投项目的建设和投产，公司的销售规模将跃升到新的水平，公司日常营运资金需求也将随之提升，从而使公司面临一定的营运资金压力。

3、补充流动资金的合理性

（1）2013 年-2015 年流动资金概况

单位：万元

项目	2015 年度/ 2015 年 12 月 31 日	2014 年度/ 2014 年 12 月 31 日	2013 年度/ 2013 年 12 月 31 日	占营业收入比例均值（P）
营业收入（R）	**47,197.66**	**44,694.64**	**35,215.66**	**—**
应收票据（A1）	319.00	214.09	885.08	1.12%
应收账款（A2）	5,966.55	4,928.73	4,101.63	11.80%
预付款项（A3）	778.78	783.55	1,094.21	2.09%
存货（A4）	7,591.22	8,952.28	5,743.01	17.53%
经营性资产（A=A1+A2+A3+A4）	**14,655.55**	**14,878.64**	**11,823.93**	**32.54%**
应付票据（B1）	1,834.66	2,686.53	2,017.40	5.14%
应付账款（B2）	4,890.06	5,134.83	3,871.13	10.93%
预收款项（B3）	945.40	844.59	777.70	2.02%
经营性负债（B=B1+B2+B3）	**7,670.12**	**8,665.95**	**6,666.23**	**18.10%**
流动资金占用额（C=A-B）	**6,985.42**	**6,212.69**	**5,157.71**	**14.44%**

注：各项经营性资产和经营性负债占营业收入的比例均值=过去三年该项经营性资产金额总和÷过去三年营业收入总和。

（2）2016 年-2018 年新增流动资金测算

① 报告期公司营业收入增长情况

2013 年、2014 年及 2015 年，公司营业收入分别为 35,215.66 万元、44,694.64 万元、47,197.66 万元，公司 2013 年至 2015 年营业收入年复合增长率为 15.77%。

② 2016 年-2018 年新增流动资金测算

根据公司发展战略目标，公司预测期主营业务收入增长率按 13%保守预测如

下：

单位：万元

项目	2016 年（预测）	2017 年（预测）	2018 年（预测）
营业收入	57,677.53	65,175.61	73,648.44
营业收入增长率	22.20%	13.00%	13.00%

注：报告期内，受到春节假期影响，各年度第一季度收入对全年收入贡献相对较低，公司呈现下半年度营业收入略高于上半年度的情况。因此，本处 2016 年度营业收入预测按照 2016 年 1-6 月营业收入简单年化计算。

根据未来三年营业收入预计值（R）与各项经营性资产负债占营业收入的比例（P），预计未来三年末各项经营性资产负债余额及流动资金占用额。

单位：万元

项目	2016 年度/ 2016 年 12 月 31 日（预测）	2017 年度/ 2017 年 12 月 31 日（预测）	2018 年度/ 2018 年 12 月 31 日（预测）	占营业收入比例均值（P）
营业收入（R）	**57,677.53**	**65,175.61**	**73,648.44**	**—**
应收票据（A1）	643.52	727.18	821.71	1.12%
应收账款（A2）	6,805.12	7,689.78	8,689.45	11.80%
预付款项（A3）	1,205.45	1,362.16	1,539.24	2.09%
存货（A4）	10,112.91	11,427.59	12,913.17	17.53%
经营性资产（A=A1+A2+A3+A4）	**18,767.00**	**21,206.71**	**23,963.58**	**32.54%**
应付票据（B1）	2,967.01	3,352.72	3,788.57	5.14%
应付账款（B2）	6,305.57	7,125.29	8,051.58	10.93%
预收款项（B3）	1,165.14	1,316.60	1,487.76	2.02%
经营性负债（B=B1+B2+B3）	**10,437.71**	**11,794.61**	**13,327.91**	18.10%
流动资金占用额（C=A-B）	**8,329.29**	**9,412.09**	**10,635.67**	**14.44%**

注：（1）报告期内，受到春节假期影响，各年度第一季度收入对全年收入贡献相对较低，公司呈现下半年度营业收入略高于上半年度的情况。因此，本处 2016 年度营业收入预测按照 2016 年 1-6 月营业收入简单年化计算。2017 年至 2018 年各年营业收入以 2016 年度数为基准，按 13%的年增长率预计；（2）各项经营性资产负债余额＝当年营业收入（R）×过去三年该项目占营业收入比例均值（P）

现有业务 2016 年至 2018 年三年流动资金需求量＝2018 年末流动资金占用额－2015 年末流动资金占用额＝10,635.67－6,985.42＝3,650.24 万元。

根据以上测算，公司 2018 年末因收入增加需要的营运资金额为 10,635.67 万元，较 2015 年末营运资金增加了 3,650.24 万元，全部拟由公司通过本次发行股票募集筹措。若实际募集资金不能满足本项目投资需要，资金缺口部分公司通过自筹解决。

本次发行拟使用募集资金补充流动资金 3,650.24 万元，符合公司的实际经营需要，与公司的资产和经营规模相匹配。

4、补充流动资金的管理安排

公司将严格执行上海证券交易所、中国证监会有关募集资金使用的规定，并按照《募集资金管理制度》对营运资金进行管理。公司实行募集资金的专户存储制度，募集资金存放于董事会决定的专项账户集中管理。补充流动资金将严格用于公司主营业务。公司将紧紧围绕主营业务进行资金安排，预先做好资金预算，合理安排资金投放时间，提高资金使用效率，实现效益最大化。

四、募集资金固定资产投入与产出的匹配关系及其合理性分析

（一）固定资产投入与产出的匹配关系分析

与公司目前状况相比，募集资金投资生产性项目达产后预计实现的销售收入与固定资产（此处单指房屋建筑物和机器设备）的规模的比较如下：

单位：万元

类　别	2016 年度/ 2016 年 12 月 31 日	募集资金投资（完全达产）
房屋建筑物和机器设备的原值	18,650.37	42,886.08
营业收入	62,558.75	90,513.01
投入产出比	3.35	2.11

募集资金投资生产性项目达产后固定资产投入产出比为 2.11，较公司 2016 年底的固定资产投入产出有所下降，主要存在以下原因：

1、历史因素导致现有设备账面原值较低

公司前期投入主要依赖于股东注资和利润滚动，因此公司在发展初期出于成本考虑，选用了较多价格相对较低的设备，且购买时间较早，从而导致原值较低。

公司本次“年产 6.72 亿支牙刷项目”中，公司将现有牙刷生产线设备进行自动化改造。因此，该项目所购生产设备较公司现有生产设备价值更高。随着该项目实施完成后，公司牙刷生产线自动化水平将得到进一步提高，同时生产线生

产人员数量将得到减少，达到“机器换人”的效果。公司因设备升级增加的固定资产投入成本，将通过生产人员数量及薪酬下降得到抵消。

2、历史因素导致现有房屋及建筑物账面原值较低

公司现有生产车间及建筑物主要在 2006 年前后修建完成，修建时间较早，在发展初期，公司生产和经营的成本压力较大，出于成本考虑，生产车间的建造选择了造价成本较低的设计和构造方式，导致原值较低，生产车间原始设计的局限性也限制了公司生产规模的进一步扩大。

为提高公司生产过程的技术水平和规模优势，本次募集资金拟投资的厂房设计标准较高，此外近年来建材成本及人工成本都有了较大幅度的上涨，这也导致了本项的房屋建筑投资金额较大。

综上，公司募集资金投资生产性项目固定资产投入与产出相匹配。

（二）固定资产投入的必要性分析

1、突破产能瓶颈的需要

牙刷市场规模大并且需求稳定，作为生活必需品，价值相对较低，需求弹性较小，具有刚性需求，且与人口增长正相关，市场需求较为稳定。此外，牙刷市场需求增长仍具有较大潜力。根据口腔护理专家的建议，牙刷一般需要 3 个月换一次。随着人们生活水平的提高及口腔护理保健意识的增强，人们更换牙刷的频次也将实现增长，牙刷市场发展潜力巨大。根据中国轻工业联合会的统计，2007 年至 2015 年，我国牙刷产量从 43.25 亿支增长至 74.02 亿支，年均增长 6.9%。根据智研咨询的统计，2007 年至 2015 年，我国的牙刷消费量从 10.8 亿支增长至 31.57 亿支，年均增长 14.3%。预计未来我国牙刷消费市场规模呈稳定增长态势。

过去几年，湿巾应用从个人清洁到家居清洁，再到特种清洁全面延伸发展，医疗清洁消毒、病患护理、婴幼儿护理、个人日常清洁等湿巾消费稳定增长。随着我国居民收入逐年提高，中产阶级和年轻一族、白领一族群体不断壮大，生活方式实现重大转变，消费结构由生存型消费向发展型消费、由传统消费向新型消费升级，健康理念、清洁意识随之增强，这成为我国湿巾市场快速增长的重要宏

观基础。因此，预计未来中国湿巾市场规模增速继续处于全球前列，湿巾市场规模占全球比重预计也将逐年提升。

行业良好的发展前景和公司业务稳定的增长，要求公司进一步扩大产能规模。公司目前的产能利用率已经达到满负荷状态，生产能力已经不能满足现有的市场需求。因此，增加设备投入以扩大产品产能势在必行。

2、生产场地拥挤需要进一步扩充生产经营用地

公司现有厂房的生产场地狭小。首先，牙刷产品的生产线已经相当拥挤，生产过程中的原辅材料、半成品等堆放的空间相当有限。其次，湿巾生产线目前租赁公司的现有厂房，使得公司在现有生产场地已无法进一步投资设备，扩大产能。因此，需进一步扩充生产经营用地，对现有工厂进行改扩建。

3、新增研发和检测设备，完善研发平台可以为公司保持长期竞争力提供有力支撑

企业在行业内的地位和市场竞争力主要取决于技术储备和研发水平，为了保持公司技术先进性，要求公司具有良好的试验开发能力，不断增加先进的实验设备和测试设备投入并保持同步更新。公司此次购买的各类试验机器、检测仪器主要用于可靠性测试、生产工艺、质量测试以及制造工艺的研发，这些设备的运用将全面提升研发和质量控制水平，增强公司的自主创新能力，更好地满足用户的需求。

五、募集资金项目所面临的主要风险

公司募集资金项目所面临的主要风险如下：

（一）技术风险

本次募集资金主要投入年产 6.72 亿支牙刷项目、年产 14 亿片湿巾项目、研发中心建设项目以及补充流动资金项目，项目的实施会进一步提升生产能力，提升优势产品竞争力，提高公司自身研发技术水平。随着新材料、新工艺的快速发展，公司口腔清洁护理用品和一次性卫生用品产品也面临升级换代。生产设备数

字化、智能化的发展趋势，环保、可降解材料等对健康有益的材料应用将呈持续发展态势，对企业提出了较大的挑战。企业势必通过先进技术提高产品的附加值，从而持续保持市场竞争力。如果公司相应研发能力较弱，无法持续研发满足市场和客户需求的新产品，将可能导致公司募投资金投资项目达不到预期效果，募投项目的实施进度将会受到影响。

（二）市场拓展风险

本次募集资金投资项目完全达产后，公司将形成年产 6.72 亿支牙刷和年产 30.8 亿片湿巾的生产能力。公司综合考虑行业政策、下游市场需求及未来市场空间等因素对其募投产品的市场竞争力和产能消化情况进行了详尽分析，并筹划了相关市场营销拓展计划，为募集资金投资项目的实施提供了可靠的保障。但如果外部经济环境发生变动、市场需求发生重大变化或行业竞争加剧等情况发生，公司将面临新增产能不能被消化的风险。

（三）劳务采购风险

近年来口腔清洁护理用品行业生产自动化水平不断提升，但仍属于劳动密集型产业。本次年产 6.72 亿支牙刷项目是公司现有牙刷生产线的搬迁扩建及升级改造，通过整合公司现有分散于宿迁及本部厂区两地的牙刷生产布局，在原制造规模基础上扩大至 6.72 亿支，并对生产线进行自动化改造、优化生产工序、配套建立智能化立体仓库等。随着我国人工成本持续上升，部分地区出现劳动力短缺现象，公司募投项目将面临劳务采购风险。

六、募集资金运用对公司未来经营成果及财务状况的影响

（一）新增固定资产折旧对公司未来经营成果的影响

本次募集资金项目建设后，公司固定资产规模将大幅上升，新增固定资产折旧将对公司未来经营成果产生一定的影响。按照公司现行的折旧政策，本次募集资金投资新增资产按直线法计算折旧，房屋建筑物、机器设备的折旧年限分别为 20 年、10 年，预计房屋建筑物、机器设备残值率为 5%，达产后各募集资金投资项目新增年折旧费用如下：

单位：万元

项目名称	房屋建筑物		机器设备		合计	
	投资额	年折旧	投资额	年折旧	投资额	年折旧
年产 6.72 亿支牙刷项目	11,369.38	540.05	29,045.70	2,898.72	**40,415.08**	**3,438.76**
年产 14 亿片湿巾项目	-	-	2,471.00	234.75	**2,471.00**	**234.75**
研发中心建设项目	-	-	1,106.43	105.11	**1,106.43**	**105.11**
合计	**11,369.38**	**540.05**	**32,623.13**	**3,238.57**	**43,992.51**	**3,778.62**

募集资金项目实施后，达产年的固定资产折旧为 3,778.62 万元，其中新增固定资产折旧为 3,144.64 万元，原有设备折旧 633.98 万元。按照报告期内公司主营业务的平均毛利率 26.53%计算，只要投资项目新增产生 11,854.71 万元的主营业务收入，就可以消化此次新增固定资产投资而导致折旧费用的增加，确保公司利润不会因此下降。

即使不考虑研发中心扩建项目对整个公司产品收入的贡献，本次募集资金投资生产性项目达产后预计实现的销售收入 90,513.01 万元，每年增加的主营业务收入（较 2016 年度营业收入 62,558.75 万元相比）也将达到 27,954.26 万元，远大于 11,854.71 万元。因此随着本次募集资金项目顺利实施，新增固定资产折旧完全可以被消化，新增固定资产折旧不会对未来经营成果产生重大不利影响。

（二）研发支出对公司未来经营成果的影响

本次研发中心建设项目完成后，公司研发支出将大幅增加。从短期看，由于研发支出增加，对公司净利润将造成一定影响。但是从中长期看，随着公司研发实力的增强，公司的技术工艺水平、产品质量的提高及新产品的不断推出，将对公司的经济效益产生积极的影响。

（三）对净资产收益率和每股收益的影响

本次募集资金到位后，短期内净资产收益率会因财务摊薄而有所降低，每股收益将出现一定程度的下降。但从中长期来看，募集资金项目均具有良好的市场前景，项目运营期年均净利润 9,112.59 万元，大大提高公司的每股盈利能力，净资产收益率将逐渐回升。募集资金到位后，公司将加快建设进度，使募集资金投资项目尽快产生效益。

（四）对净资产和每股净资产的影响

本次股票发行后，公司净资产总额及每股净资产预计将大幅增加，公司股票的内在价值得到较大程度的提高，增强了公司持续融资能力和抗风险能力，从而进一步壮大公司整体实力，提高市场竞争力。

（五）对资产负债率和资本结构的影响

募集资金到位后，股本和资本公积增加导致净资产大幅提高，公司的资产负债率水平将降低。而本次股票溢价发行所增加的公司资本公积金，将使公司资本结构更加稳健，股本扩张能力进一步增强。

第十四节 股利分配政策

一、公司近三年股利分配政策

根据相关法律、法规和现行《公司章程》，公司的股利分配政策如下：

1、公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

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

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配。

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

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

2、公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

3、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。

二、公司近三年股利分配情况

报告期内，公司股利分配的具体实施情况如下：

实施主体	分配对象	决策程序	分配金额（万元）	所得税缴纳情况
2014年				
倍加洁日化	D.V.R.GROUP	2014年8月18日，倍加洁日化董事会审议通过股利分配方案	131.63	已缴纳
2015年				
美星口腔	HSS	2015年6月18日，美星口腔董事会审议通过股利分配方案	1,221.76	已缴纳
2016年				
倍加洁集团	张文生	2016年3月29日，明星牙刷股东会审议通过股利分配方案	4,500.00	已缴纳
美星口腔	HSS	2016年3月18日，美星口腔董事会审议通过股利分配方案	113.12	已缴纳
倍加洁日化	D.V.R.GROUP	2016年3月18日，倍加洁日化董事会审议通过股利分配方案	548.29	已缴纳
		2016年8月18日，倍加洁日化董事会审议通过股利分配方案	330.30	已缴纳
2017年1-6月				
倍加洁集团	张文生	2017年3月17日，倍加洁集团股东大会审议通过股利分配方案	505.75	已缴纳
	扬州竟成		60.21	已缴纳
	扬州和成		36.12	已缴纳

截至报告期末，上述现金股利均已支付完毕。

三、发行完成前滚存利润分配政策

根据公司 2016 年 11 月 18 日通过的 2016 年第三次临时股东大会决议：为维护新老股东的利益，本次公开发行股票完成后，公司本次公开发行股票前滚存的未分配利润由发行后的新老股东按持股比例共享。

四、发行后公司股利分配政策

（一）本次发行上市后的股利分配政策

根据公司于 2016 年 11 月 18 日召开的 2016 年第三次临时股东大会审议并通过的《公司章程（草案）》，本公司发行上市后的利润分配政策如下：

1、利润分配的原则

公司实行持续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应当注重对投资者的合理投资回报，并兼顾股东的即期利益和长远利益，保证公司的可持续发展；公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证应当充分考虑独立董事、监事和公众投资者的意见。

2、利润分配的形式、比例

公司利润分配可采取现金或股票股利方式，或者法律、法规允许的其他方式分配股利；在符合现金分红的条件下，公司应当优先采取现金分红的方式进行利润分配。

公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配：公司当年度实现盈利，在依法弥补亏损、提取法定公积金、任意公积金后有可分配利润的，则公司应当进行现金分红。

在满足现金分红条件时，原则上每年进行一次年度利润分配，公司每年度采取的利润分配方式中必须含有现金分配方式，公司每年度现金分红金额应不低于当年实现的可供分配利润的 10%，且公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。

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

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

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

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

3、利润分配的决策机制与程序：

公司董事会应结合公司具体经营数据、盈利规模、现金流量状况、发展阶段及当期资金需求，认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，在考虑对全体股东持续、稳定、科学的回报基础上，提出年度或中期利润分配方案。独立董事须对利润分配方案发表明确意见；监事会应对利润分配方案进行审核。公司独立董事和监事会未对利润分配方案提出异议的，利润分配方案将提交公司董事会审议，经全体董事过半数以上表决通过后提交股东大会审议，相关提案应当由出席股东大会的股东或股东代理人所持表决权的二分之一以上表决通过。股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

4、利润分配政策的调整机制

公司利润分配政策的制订和修改由公司董事会向公司股东大会提出，公司董事会在利润分配政策论证过程中，需与独立董事充分讨论，在考虑对股东持续、稳定、科学的回报基础上，形成利润分配政策。

公司的利润分配政策不得随意变更。如现行政策与公司生产经营情况、投资规划和长期发展的需要确实发生冲突的，可以调整利润分配政策。调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。调整利润分配政策的相关议案需经过详细论证后，分别经监事会和二分之一以上独立董事同意后提交董事会，董事会通过后，提交股东大会审议，并经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过，提交股东大会的相关提案中应详细说明修改利润分配政策的原因。股东大会审议调整利润分配政策相关事项的，公司应当通过网络投票等方式为中小股东参加股东大会提供便利。

5、重大投资计划或重大现金支出是指以下情形之一：

（1）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%；

（2）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

（二）公司发行上市后股东分红回报规划

根据公司 2016 年第三次临时股东大会审议通过的《关于制定<公司股东未来分红回报规划）>的议案》，公司未来三年分红回报规划如下：

公司上市后三年的利润分配应当坚持现金分红为主这一基本原则，公司在足额预留法定公积金、盈余公积金以后，在公司当年盈利且无重大资金支出安排的情况下，每年向股东以现金形式分配的利润不低于当年实现的可供分配利润的百分之十，在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票股利分配和公积金转增。

1、分红回报规划制定考虑因素

着眼于公司的长远和可持续发展，在综合考虑公司经营发展实际、股东要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等因素的基础上，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、发展阶段、当期资金需求、银行信贷等情况，建立对投资者持续、稳定、科学的回报机制，以保证公司利润分配政策的连续性和稳定性。

2、制定分红回报规划履行的决策程序

本规划的制定应符合相关法律法规及《公司章程》中有关利润分配的规定，充分考虑和听取独立董事、监事和社会公众股东的意见，重视对股东的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展，保持公司利润分配政策的连续性和稳定性，在具备现金分红条件时，优先采用现金分红的利润分配方式。

3、未来三年的具体分红回报计划

公司上市后三年的利润分配应当坚持现金分红为主这一基本原则，公司在足额预留法定公积金、盈余公积金以后，在公司当年盈利且无重大资金支出安排的

情况下，每年向股东以现金形式分配的利润不低于当年实现的可供分配利润的百分之十，在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票股利分配和公积金转增。

4、分红回报规划的制定周期和调整

公司至少每三年重新审阅一次分红回报规划，公司董事会根据股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见对分红回报规划进行适当且必要的调整。调整分红回报规划应以股东权益保护为出发点，不得与公司章程的相关规定相抵触。

分红回报规划的制定或修改由董事会向股东大会提出，并经股东大会表决通过后实施，独立董事应当对股东回报规划的制定或修改发表独立意见。

（三）保荐机构关于发行人上市后利润分配政策的核查意见

保荐机构认为：发行人的利润分配政策注重给予投资者稳定回报、有利于保护投资者合法权益；《公司章程（草案）》及招股说明书对利润分配事项的规定和信息披露符合有关法律、法规、规范性文件的规定；股利分配决策机制健全有效，有利于保护公众股东的合法权益。

第十五节 其他重要事项

一、发行人信息披露和投资者关系的相关组织安排

本公司设置董事会秘书职务，负责信息披露事务及投资者关系工作，包括与中国证监会、证券交易所、有关证券经营机构、新闻机构等联系，通过信息披露与交流，加强与投资者及潜在投资者之间的沟通，增进投资者对公司的了解和认同，提升公司治理水平。

联系人：王新余

联系电话：0514-87497666

传真：0514-87276903

网址：http://www.toothbrush.com.cn/

电子信箱：wangxinyu@oralstar.com

本公司公开发行股票并上市后，将严格按照《公司法》、《证券法》及其他法律法规对信息披露的相关规定和要求，认真履行公司的信息披露义务，及时公告公司在涉及重要生产经营、重大投资、重要财务决策等方面的事项。

二、重大商务合同

（一）销售合同

本节列举的销售合同，是指 2016 年度与倍加洁集团或其子公司间发生的销售金额超过人民币 500 万元的客户，其与倍加洁集团或其子公司签署的正在履行的销售框架协议，具体情况如下：

序号	合同主体	客户名称	合同金额	合同内容	合同有效期
1	倍加洁集团	广州薇美姿实业有限公司	合同系框架协议，金额依具体定单确定	销售牙刷产品	2017.01.01-2017.12.31
2	倍加洁集团	重庆登康口腔护理用品股份有限公司	合同系框架协议，金额依具体定单确定	销售牙刷产品	2017.01.01-2017.12.31

3	倍加洁日化	Owens & Minor Distribution, Inc	合同系框架协议，金额依具体定单确定	销售湿巾产品	2017.06.08-2018.06.07[注]
4	倍加洁集团	云南白药集团健康产品有限公司	合同系框架协议，金额依具体定单确定	销售牙刷产品	2017.01.01-2017.12.31
5	倍加洁日化	Cardinal Health Singapore 225 PTE LTD	合同系框架协议，金额依具体定单确定	销售湿巾产品	2017.07.01-2018.06.30[注]

注：根据合同双方约定，如无合同终止情形出现，则合同自动续期一年。

（二）采购合同

本节列举的采购合同，是指 2016 年度与倍加洁集团或其子公司间发生的采购金额超过人民币 500 万元的供应商，其与倍加洁集团或其全资子公司签署的正在履行的采购框架协议，具体情况如下：

序号	合同主体	供应商名称	合同金额	合同内容	合同有效期
1	倍加洁日化	安徽金春无纺布股份有限公司	合同系框架协议，金额依具体定单确定	采购无纺布	2017.01.01-2018.01.01
2	倍加洁集团	中国石化化工销售有限公司华东分公司	合同系框架协议，金额依具体定单确定	采购聚丙烯	2017.01.01-2017.12.31
3	倍加洁集团	南通普力马弹性体技术有限公司	合同系框架协议，金额依具体定单确定	采购 TPE 热塑性弹性体	2017.01.01-2018.01.01
4	倍加洁集团	扬州龙腾彩印包装有限公司	合同系框架协议，金额依具体定单确定	采购纸卡、中盒	2017.01.01-2018.01.01
5	倍加洁集团	上海汇旺贸易有限公司	合同系框架协议，金额依具体定单确定	采购塑料粒子	2017.01.01-2018.01.01
6	倍加洁集团	台州新大力印刷有限公司	合同系框架协议，金额依具体定单确定	采购纸卡、中盒	2017.01.01-2018.01.01
7	倍加洁集团	新协力包装制品（深圳)有限公司	合同系框架协议，金额依具体定单确定	采购 PET 盒	2017.01.01-2018.01.01
8	倍加洁集团	深圳市协达利印刷包装制品有限公司	合同系框架协议，金额依具体定单确定	采购 PET 胶盒	2017.01.01-2018.01.01
9	倍加洁日化	浙江金三发非织造布有限公司	合同系框架协议，金额依具体定单确定	采购无纺布	2017.01.01-2018.01.01
10	倍加洁集团	扬州富平新材料有限公司	合同系框架协议，金额依具体定单确定	采购 PVC、PET 片材	2017.01.01-2018.01.01
11	倍加洁集团	扬州三星塑胶有限公司	合同系框架协议，金额依具体定单确定	采购 PVC、PET 片材	2017.01.01-2018.01.01
12	倍加洁集团	扬州雅月包装材料有限公司	合同系框架协议，金额依具体定单确定	采购不干胶	2017.01.01-2018.01.01
13	倍加洁集团	扬州市华裕包装有限公司	合同系框架协议，金额依具体定单确定	采购包装膜、包装袋	2017.01.01-2018.01.01
14	倍加洁集团	扬州生威包装制品有限公司	合同系框架协议，金额依具体定单确定	采购纸箱、隔板	2017.01.01-2018.01.01
15	倍加洁日化	仙桃市鑫日防护用品有限公司	合同系框架协议，金额依具体定单确定	采购无纺布	2017.01.01-2018.01.01

（三）建设工程合同

截至招股说明书签署日，公司正在履行的标的金额超过 500 万元的建设工程设计合同如下：

1、2016 年 11 月 28 日，江苏明星牙刷与江苏江都建设集团有限公司签订《建设工程施工合同》，由江苏江都建设集团有限公司负责江苏明星牙刷位于扬州市生态科技新城杭集工业园的新厂区厂房建设，工程内容包括设计图纸中的土建工程及暂估的给排水、电气、消防、通风、暖通等工程，合同价款为 5,660 万元。

2、2017 年 4 月 2 日，江苏明星与扬州市第四建筑安装工程有限公司签订《消防安装工程施工合同》，合同约定由扬州市第四建筑安装工程有限公司承包江苏明星图纸范围内的给水工程、排水工程、电气工程（室内照明除外）、防雷工程、消火栓系统等设施、系统的安装、调试、检测、验收等，承包方式为包工包料。合同价款 660 万。

（四）借款合同

截至招股说明书签署日，发行人及其控股子公司正在履行的借款合同情况如下：

序号	借款方	贷款方	合同	借款金额（万元）	合同期限	签订日期	担保
1	发行人	扬州农商行杭集支行	《流动资金循环借款合同》（编号：（扬商银）流高借字[2017]第 0119601 号）	1,000	2017.01.19-2019.01.18	2017.01.19	保证
2	发行人	扬州农商行杭集支行	《流动资金循环借款合同》（编号：（扬商银）流高借字[2017]第 0302601 号）	1,000	2017.03.02-2019.03.01	2017.03.02	保证
3	发行人	农业银行扬州邗江支行	《流动资金循环借款合同》（编号：32010120170007673）	800	2017.05.27-2018.05.26	2017.05.27	抵押、保证
4	发行人	中国银行扬州生态科技新城支行	《流动资金借款合同》（编号：150124558D17061601）；《授信额度协议》（编号：150124558E20160302）	640	12 个月，自实际提款日起算	2017.06.21	抵押、保证
4	发行人	农业银行扬州邗江支行	《流动资金循环借款合同》（编号：32010120170007673）	800	2017.05.27-2018.05.26	2017.05.27	抵押、保证

5	倍加洁日化	中国工商银行扬州琼花支行	《小企业借款合同》（编号：2017 年琼借字 0018 号）	500	6 个月，自实际提款日起算	2017.08.08	保证
6	发行人	农业银行扬州邗江支行	《流动资金借款合同》（编号：32010120170012711）	500	2017.08.29-2018.08.28	2017.08.29	保证
7	发行人	中国银行扬州生态科技新城支行	《流动资金借款合同号》（编号：150124558D17101601）	560	12 个月，自实际提款日起算	2017.10.17	抵押、保证
8	发行人	农业银行扬州邗江支行	《流动资金借款合同》（编号：32010120170016148）	500	2017.11.03-2018.11.02	2017.11.03	保证
9	发行人	农业银行扬州邗江支行	《流动资金借款合同》（编号：32010120170016297）	500	2017.11.07-2018.11.06	2017.11.07	保证
10	发行人	农业银行扬州邗江支行	《流动资金借款合同》（编号：32010120170016304）	500	2017.11.07-2018.11.06	2017.11.07	抵押、保证
11	发行人	中国银行扬州生态科技新城支行	《流动资金借款合同》（编号：150124558D17112701）	800	12 个月，自实际提款日起算	2017.12.04	抵押、保证

（五）担保合同

截至招股说明书签署日，发行人及其控股子公司正在履行的担保合同情况如下：

（1）2016 年 3 月 11 日，发行人与中国银行股份有限公司扬州生态科技新城支行（以下简称“中国银行扬州生态科技新城支行”）签订《最高额抵押合同》（编号：150124558E20160302M），为发行人编号为 150124558E20160302 的《授信额度协议》及该协议项下的单项协议与其修订或补充提供最高额为 438 万元的抵押担保，抵押物为国有土地使用权（证号：苏 2017 扬州市不动产权第 0142312 号）。

上述《最高额抵押合同》对应的正在履行的借款合同为发行人与中国银行扬州生态科技新城支行于 2017 年 6 月 16 日签订的编号为 150124558E20160302《授信额度协议》及单项协议与其修订或补充项下的编号为 150124558D17061601《流动资金借款合同》，贷款金额为 640 万元，借款期限为自实际提款之日起 12 个月。

根据上述《最高额抵押合同》的约定，若债务人在主合同项下的任何正常还款日或提前还款日未按约定向抵押权人进行支付，抵押权人有权实现抵押权。

2016 年 3 月 11 日，张文生、扬州三星塑胶有限公司分别与中国银行扬州生

态科技新城支行签订《最高额保证合同》（编号：150124558E20160302G、150124558E20160302G-1），为发行人上述《授信额度协议》及该协议项下的单项协议与其修订或补充提供最高额为 600 万元、1,000 万元的保证担保。

2017 年 3 月 16 日，张文生、扬州三星塑胶、江苏晨洁日化分别与中国银行扬州生态科技新城支行签订《最高额保证合同》（编号：150124558E20160302G-4、150124558E20160302G-2、150124558E20160302G-3），为发行人上述《授信额度协议》及该协议项下的单项协议与其修订或补充提供最高额为 2,000 万元、800 万元、800 万元的保证担保。

上述《最高额保证合同》对应的正在履行的借款合同为发行人与中国银行扬州生态科技新城支行于 2017 年 6 月 16 日签订的编号为 150124558E20160302《授信额度协议》及单项协议与其修订或补充项下的编号为 150124558D17061601、150124558D17101601、150124558D17112701 的三笔《流动资金借款合同》，贷款金额分别为 640 万元、500 万元、500 万元，借款期限为自实际提款之日起 12 个月。

江苏晨洁日化有限公司的基本情况如下：

公司名称	江苏晨洁日化有限公司
统一社会信用代码	91321000754644208E
成立时间	2003 年 10 月 28 日
注册资本	1,750 万元
法定代表人	尤松
注册地址	扬州市杭集镇
经营范围	牙刷、梳子、牙膏、香皂、塑料制品、盥洗室器具制造、加工，化妆品、化妆用具、洗涤用品销售，经营本企业自产产品及技术的出口业务（国家限定企业经营和进出口的商品和技术除外），经营本企业生产、科研所需的原辅材料、仪器仪表、机械设备、零配件及技术的进出口业务，经营进料加工和三来一补业务。（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）
股东构成	周爱红；扬州劲松塑胶制品有限公司；扬州杭盛投资发展有限公司

报告期内，江苏晨洁日化有限公司不存在向公司及子公司收取担保费的情形。江苏晨洁日化有限公司及其主要股东与公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其关联方不存在关联关系。

（2）2016 年 8 月 3 日，张文生及扬州和成、扬州竟成与中国农业银行股份

有限公司扬州邗江支行（以下简称“农业银行扬州邗江支行”）签订《最高额保证合同》（编号：32100520160002991），为发行人自 2016 年 8 月 3 日至 2019 年 8 月 2 日期间所形成的债权提供最高额为 6,750 万元的保证担保。同日，倍加洁日化与农业银行扬州邗江支行签订《最高额保证合同》（编号：32100520160002993），为发行人在 2016 年 8 月 3 日至 2019 年 8 月 2 日期间所形成的债权提供最高额为 2,025 万元的保证担保。

上述《最高额保证合同》对应的正在履行的借款合同为发行人与农业银行扬州邗江支行分别于 2017 年 5 月 27 日、2017 年 8 月 29 日、2017 年 11 月 3 日、2017 年 11 月 7 日、2017 年 11 月 7 日签订《流动资金借款合同》（编号：32010120170007673、32010120170012711、32010120170016148、32010120170016297、32010120170016304），贷款金额分为 800 万元、500 万、500 万元、500 万元、500 万元，借款期限为自合同签订之日起 12 个月。

2017 年 6 月 21 日，发行人与农业银行扬州邗江支行签订《最高额抵押合同》（编号：32100620170004711），以其拥有的房地产（证号：苏 2017 扬州市不动产权第 0020983 号）为发行人在 2017 年 6 月 21 日至 2020 年 6 月 20 日期间形成的最高不超过 4,800 万元的债务提供担保。

上述《最高额抵押合同》对应的正在履行的借款合同为①发行人与农业银行扬州邗江支行于 2017 年 5 月 27 日签订编号为 32010120170007673 的《流动资金借款合同》，贷款金额为 800 万元，借款期限为自合同签订之日起 12 个月；②发行人与农业银行扬州邗江支行于 2017 年 6 月 21 日签订的《最高额用信合同》（编号：（90837）农银高信字（2017）第 0004 号），授信贷款金额为 4,800 万元，授信期限为 2017 年 6 月 21 日至 2020 年 6 月 20 日。

根据上述《最高额抵押合同》约定，发生下列情形之一，抵押权人有权实现抵押权：

① 任一主合同项下的债务履行期限届满，抵押权人未受清偿；

② 债务人、抵押人被撤销、吊销营业执照、责令关闭或出现其他解散事由；

③ 债务人、抵押人被人民法院受理破产申请或裁定和解；

④ 债务人、抵押人死亡、被宣告失踪或被宣告死亡；

⑤ 抵押物被查封、扣押、监管或采取其他限制措施；

⑥ 抵押物损毁、灭失或被征收、征用；

⑦抵押人未按抵押权人要求恢复抵押物的价值或提供相应的担保；

⑧ 抵押人违反本合同项下义务；

⑨ 其他严重影响抵押权实现的情形。

（3）2017 年 1 月 19 日，张文生、扬州三星塑胶有限公司与扬州农商行杭集支行签订“（扬商银）高保字[2017]第 0119601 号”《最高额保证合同》，为发行人与扬州农商行杭集支行签订的编号为（扬商银）流高借字[2017]第 0119601 号的《流动资金贷款合同》提供保证担保。

2017 年 3 月 2 日，张文生、倍加洁日化与扬州农商行杭集支行签订“（扬商银）高保字[2017]第 0302601 号”《最高额保证合同》，为发行人与扬州农商行杭集支行签订的编号为（扬商银）流高借字[2017]第 0302601 号的《流动资金循环借款合同》提供担保。

（4）2017 年 2 月 23 日，发行人与中国工商银行股份有限公司扬州琼花支行签订《最高额保证合同》（合同编号：2017 年琼保字第 0008 号），为倍加洁日化与中国工商银行股份有限公司扬州琼花支行在 2017 年 2 月 23 日至 2019 年 2 月 22 日期间签订的借款合同等提供最高额为 500 万元的保证担保。

上述《最高额保证合同》对应的正在履行的借款合同为发行人与中国工商银行股份有限公司扬州琼花支行于 2017 年 8 月 8 日签订的《小企业借款合同》（编号：2017 年琼借字第 0018 号），贷款金额为 500 万元，借款期限为自实际提款之日起 6 个月。

2017 年 2 月 23 日，张文生与中国工商银行股份有限公司扬州琼花支行签订《最高额保证合同》（合同编号：2017 年琼保字第 0009 号），为倍加洁日化与中国工商银行股份有限公司扬州琼花支行在 2017 年 2 月 23 日至 2019 年 2 月 22

日期间签订的借款合同等提供最高额为500万元的保证担保。

三、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在对合并范围外关联方提供担保的情况。

四、诉讼、仲裁情况

截至本招股说明书签署日，公司作为被告发生1件民事诉讼，涉诉标的金额较小。该等诉讼案件对发行人财务状况、经营成果、业务活动等不会产生重大影响，不会对本次发行构成障碍。具体情况如下：

根据扬州市广陵区人民法院应诉通知书（（2017）苏1002民初4627号）及民事起诉状，原告程鸣于2017年10月13日就其与倍加洁集团代理协议终止后剩余产品处置及返利和条码费事项向扬州市广陵区人民法院提起诉讼，诉讼请求：（1）倍加洁集团立即接收原告处剩余产品；（2）倍加洁集团立即支付原告销售返利28万元；（3）倍加洁集团立即支付原告条码费16.8万元。

扬州市广陵区人民法院已于2017年10月13日受理该案。截至本招股说明书签署日，该案已开庭审理，尚未判决。

除上述诉讼情况外，截至招股说明书签署日，本公司不存在对公司声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼和仲裁事项；本公司控股股东、实际控制人、公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员均不存在尚未了结的或可预见的作为一方当事人的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。

第十六节 有关声明

发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

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

全体董事签名：

张文生　　王新余　　嵇玉芳

丁冀平　　胡鸿高　　杨东涛

贾丽娜

全体监事签名：

徐　玲　　耿宜鹏　　蔡君鑫

全体高级管理人员签名：

张文生　　王新余　　姜　强

嵇玉芳

倍加洁集团股份有限公司

2017年12月20日

保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

因本公司为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐代表人签名：

顾培培　　吴广斌

项目协办人签名：

黄璐叶丹

保荐机构总经理签名：

林治海

保荐机构法定代表人签名：
（保荐机构董事长）

孙树明

广发证券股份有限公司

2017年12月29日

保荐机构董事长、总经理声明

本人已认真阅读倍加洁集团股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：

林治海

保荐机构董事长：

孙树明

广发证券股份有限公司

2017年12月8日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

经办律师： 宣伟华

孙芳尘

律师事务所负责人： 黄宁宁

国浩律师（上海）事务所

2017 年 12 月 20 日

会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、盈利预测审核报告（如有）、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、盈利预测审核报告（如有）、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师： 杜志强

吴文俊

会计师事务所负责人：朱建弟

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

2021年12月20日

验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师： 杜志强

吴文俊

验资机构负责人： 朱建弟

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

年 月 日

验资复核机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师： 杜志强

吴文俊

验资机构负责人： 朱建弟

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

2022年12月20日

资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册资产评估师签名：

谢瀚波 王睿

资产评估机构负责人签名：

梅惠民

银信资产评估有限公司

2017年 5月 20日

第十七节 备查文件

一、附录和备查文件

（一）发行保荐书；

（二）财务报表及审计报告；

（三）内部控制鉴证报告；

（四）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；

（五）法律意见书及律师工作报告；

（六）公司章程（草案）；

（七）中国证监会核准本次发行的文件；

（八）其他与本次发行有关的重要文件。

二、发行申请材料和备查文件查阅地点

投资者可以登录证券交易所指定网站，查阅《招股说明书》正文及相关附录，也可以在公司和保荐人的办公地点查阅整套发行资料和备查文件。

（一）发行人：倍加洁集团股份有限公司

联系地址：扬州市杭集工业园

电　　话：0514-87497666

传　　真：0514-87276903

联 系 人：王新余

（二）保荐人（主承销商）：广发证券股份有限公司

联系地址：广东省广州市天河北路 183-187 号大都会广场 43 楼

电　　话：020-87555888

传　　真：020-87553577

联 系 人：顾培培、吴广斌、黄璐叶丹、王旻辰、蓝博靖