



关于芜湖悠派护理用品科技股份有限公司
股票公开转让并挂牌申请文件的
第二轮审核问询函的回复

主办券商



北京市朝阳区建国门外大街 1 号国贸大厦 2 座 27 层及 28 层

目 录

问题1.关于实际控制人及股东大额借款。	2
问题2.关于前次挂牌。	21
问题3.关于销售情况。	36
其他	80

问题 1.关于实际控制人及股东大额借款。

根据申报文件及前次问询回复，（1）实际控制人长期对外进行大额借款，借款合计约1,715万元，报告期后无新增借款；（2）股东张萍2024年受让股权所支付1,880万元股权转让款来源于华芳集团及其实际控制人秦大乾的借款，借款事项未签署书面借款协议，亦未明确约定借款期限，双方确认上述借款系无息借款，截至目前张萍已向华芳集团偿还1,250万元。

请公司：（1）结合公司历史经营情况及实际控制人对公司的资金投入情况等，说明实际控制人长期存在大额借款的原因，相关借款是否与公司经营相关，借款用途是否具备合理性；实际控制人历次大额借款的协议签订情况、借款利率和借款期限约定情况，是否存在借款利率显著偏低或无固定偿还期限等特殊安排，如是，进一步说明相关出借主体的背景及提供借款的合理性，是否与实际控制人存在股权代持或利益输送等情形；截至目前实际控制人借款的偿还情况，包括但不限于还款资金来源、是否按期还款、预计偿还完毕时间，是否存在大额债务到期无法清偿的风险，是否影响担任公司实际控制人、董事、高级管理人员适格性；（2）结合张萍的基本情况、资信状况、与华芳集团及秦大乾的关系，说明张萍向其大额借款的原因、背景及合理性、必要性，截至目前相关借款尚未偿还完毕的原因、还款资金来源、预计偿还完毕时间；结合资金流水、支付凭证等客观证据及借款双方访谈确认情况，说明借款关系的真实性，是否存在委托持股或其他利益安排。

请主办券商、律师核查上述事项并发表明确意见，并说明事项（2）的核查手段是否充分有效。

回复：

一、结合公司历史经营情况及实际控制人对公司的资金投入情况等，说明实际控制人长期存在大额借款的原因，相关借款是否与公司经营相关，借款用途是否具备合理性；实际控制人历次大额借款的协议签订情况、借款利率和借款期限约定情况，是否存在借款利率显著偏低或无固定偿还期限等特殊安排，如是，进一步说明相关出借主体的背景及提供借款的合理性，是否与实际控制人存在股权代持或利益输送等情形；截至目前实际控制人借款的偿还情况，包括但不限于还款资金来源、是否按期还款、预计偿还完毕时间，是否存在大额债务到期无法清偿的风险，是否影响担任公司实际

控制人、董事、高级管理人员适格性

（一）结合公司历史经营情况及实际控制人对公司的资金投入情况等，说明实际控制人长期存在大额借款的原因，相关借款是否与公司经营相关，借款用途是否具备合理性；

1、公司历史经营情况及实际控制人对公司的资金投入情况

公司实际控制人对公司的资金投入主要为出资及借款，上述投入情况及公司经营情况如下：

（1）自公司成立以来，实际控制人程岗直接及间接对公司出资情况如下：

时间（注）	事件	股东出资金额（万元）	备注
2006年7月	公司设立，芜湖沃德认缴50万元注册资本	50	当时程岗持有芜湖沃德46%股权
2007年10月	芜湖沃德认缴公司325万元新增注册资本，其中：	/	/
	芜湖沃德于2007年9月实缴出资65万元	65	当时程岗持有芜湖沃德46%股权
	芜湖沃德于2008年9月实缴出资153万元	153	当时程岗持有芜湖沃德93%股权
	芜湖沃德于2009年6月实缴出资107万元	107	
2011年8月	芜湖沃德认缴公司375万元新增注册资本	375	当时程岗持有芜湖沃德60%股权
2015年4月	福汇投资认缴公司新增注册资本400万元	1,800	程岗持有福汇投资0.75%财产份额（对应财产份额13.5万元）
2017年7月	程岗认购公司新三板挂牌期间定向增发的20万股股票	110.00	/
2022年12月	员工持股平台芜湖悠汇企业管理合伙企业（有限合伙）认缴公司新增注册资本56.80万元	482.80	程岗持有芜湖悠汇27.29%财产份额（对应财产份额131.75万元）

注：系所涉出资的工商变更登记完成时间。

（2）2013年以来，公司历史经营情况及实际控制人程岗对公司的借款情况如下：

单位：万元

年度	营业收入	净利润	当期借款金额	当期还款金额	期末资金拆借余额
2013年	8,829.38	-61.19	789.49	794.77	559.01
2014年	10,273.84	-10.89	778.75	886.97	450.79
2015年	16,252.98	728.72	-	450.79	-

年度	营业收入	净利润	当期借款金额	当期还款金额	期末资金拆借余额
2016 年	22,778.53	1,502.34	-	-	-
2017 年	23,054.09	638.63	430.00	430.00	-
2018 年	38,555.33	1,224.55	1,675.00	1,050.20	624.80
2019 年	54,363.63	1,387.64	-	624.80	-
2020 年	87,377.41	5,439.70	-	-	-
2021 年	81,827.20	-3,416.47	-	-	-
2022 年	92,989.60	-1,827.80	-	-	-
2023 年	96,399.55	6,099.09	-	-	-
2024 年 1-8 月	68,136.50	3,909.27	-	-	-

注：上表中 2020-2021 年财务数据未经审计，其他期间财务数据已经审计。

根据公司前次挂牌公开转让说明书披露，截至 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 4 月 30 日，公司应付实际控制人程岗借款分别为 559.01 万元、450.79 万元和 37.23 万元。根据公司 2015 年年度报告披露，上述借款已于 2015 年 12 月 31 日全部还清。前述借款发生的主要原因是公司因经营临时周转向关联方借款等。

2017 年度，公司新建子公司芜湖福派卫生用品有限公司属于筹建期，需缴纳土地使用税等税费，U-play USA,LLC 属于筹建期和设备调试运营期，需缴纳房产税等税费；同时，当期大力拓展宣传国内外市场，积极参加国内外各项展会，各项销售渠道推广等销售费用有较大增加。2017 年度，实际控制人程岗向公司提供借款 430.00 万元，截止 2017 年 12 月 31 日公司已归还借款及利息。

2018-2019 年度，公司持续建设子公司福派、美国工厂的生产线。2018 年初，公司账面货币资金余额仅为 2,155.81 万元，基于公司经营发展的考虑，公司实际控制人程岗自 2018 年 2 月起，陆续向公司提供借款 1,675.00 万元用于厂房建设及资金周转，截至 2018 年 12 月 31 日，公司应付实际控制人借款余额为 624.80 万元，截至 2019 年 12 月 31 日，公司已向实际控制人偿还全部借款。

2、实际控制人长期存在大额借款的原因，相关借款是否与公司经营相关，借款用途是否具备合理性；

实际控制人大额借款的原因主要包括：1) 向公司提供借款；2) 实控人个人大额开销。经访谈实控人，其近十年个人大额开销主要包括：子女及家庭开销、履约支出、

股票投资、购置资产、借款利息支出等，本息合计约 1,500 万元，因此存在通过借款满足资金周转的需求，相关借款用途具备合理性。我国民间融资领域普遍存在“亲友互助型”融资模式，其本质系依托熟人社会网络实现资金流转，相较于银行等金融机构，民间借贷较为快捷，可免于抵押担保及繁琐审批程序。因此，实控人主要采取民间借贷的方式筹措资金符合我国民间融资惯例，具有现实合理性。

(1) 大额借款情况汇总

截至本回复出具日，实际控制人历次大额借款的情况汇总如下：

序号	初始借款时间	姓名	借款本金（万元）	关联关系	借款原因	实际用途	协议签订情况			还款情况						
							是否签署协议	约定借款利率	借款期限约定情况	已还款本金（万元）	未还款本金余额（万元）	未还款利息（万元）	未还款本息合计（万元）	还款资金来源	是否按期还款	预计偿还完毕时间
1	2013、14年	吴荣英夫妇	140	朋友	公司资金周转	公司资金周转	是	年化5%	2024.1.1-2025.1.1	-	140	2.59	142.59	尚未偿还本金	已协商续期	2-3年内
2	2016年	杜平	200	朋友，福汇投资合伙人	公司资金周转	公司资金周转	是	年化5%	2024.2.1-2027.1.31	-	200	20	220	自有资金	-	2-3年内
3	2016年	吴臻荣	115	朋友	公司资金周转	公司资金周转	是	年化7%、5%	2024.2.6-2025.2.5	-	115	10.10	125.10	尚未偿还本息	已协商续期	2-3年内
4	2016年	周思杨	13.5	朋友	家庭支出	家庭支出	否	年化12%（口头约定）	-	13.5	-	-	-	自有资金	是	已还清
5	2018年	焦春华	80	朋友	借款还债	借款还债	是	年化10%、6%	2018.3.22-2026.9.30	20	60	48.65	108.65	自有资金	已协商续期	2-3年内
6	2019年	丁洁	40	朋友	家庭支出	家庭支出	否	-	-	40	-	-	-	自有资金	是	已还清
7	2019年	葛广芝[注4]	100	朋友母亲	借款还债	借款还债	是	年化6%	2023.11.6-2024.11.6到期双方协商续借	-	100	3.12	103.12	尚未偿还本息	已协商续期	2-3年内
8	2020年	陶大慧	100	朋友，福汇投资合伙人	借款还债	借款还债	是	年化12%	2020.9.2-2022.12.31	100	-	-	-	自有资金	是	已还清
9	2021年	金学军	105	朋友	借款还债	借款还债	是	年化10%	2021.1.15-2024.1.15到期双方无异议可	105	-	-	-	自有资金	是	已还清

序号	初始借款时间	姓名	借款本金（万元）	关联关系	借款原因	实际用途	协议签订情况			还款情况						
							是否签署协议	约定借款利率	借款期限约定情况	已还款本金（万元）	未还款本金余额（万元）	未还款利息（万元）	未还款本息合计（万元）	还款资金来源	是否按期还款	预计偿还完毕时间
									续借一年							
10	2023 年	买蓁蓁	50	朋友，福汇投资合伙人	借款还债	借款还债	是	年化 3.5%	2023.6.27-2023.12.26	50	-	-	-	自有资金	是	已还清
11	2024 年	路琦	125	朋友，公司董事	借款还债	借款还债	是	年化 6%	款到之日起 1 年	125	-	-	-	自有资金	是	已还清
12	2024 年	王钧	40	朋友，公司创始股东，公司董事	家庭支出	家庭支出	是	未约定	2024 年 5 月 1 日开始计算，5 年内还款	-	40	-	-	尚未偿还本息	-	2-3 年内
合计借款本金										1,108.50 万元						
报告期内新增借款本金										215.00 万元						
报告期内还款本金和利息										683.07 万元						
报告期后还款本金和利息										250.87 万元						
尚未偿还借款本金										655.00 万元						

注 1：部分借款方的出借资金存在到期后续借或者新增借款、偿还部分款项的情况，上表的借款本金系根据最新签署的借款协议约定填写。

注 2：部分借款协议到期后已协商续期，且买蓁蓁、陶大慧、路琦的借款已于期后偿还全部本金和利息。

注 3：上述第 5 项借款中，周志津代焦春华收还款；2018 年 3 月 22 日至 2023 年 12 月 31 日的借款利息为年化 10%；2024 年 1 月 1 日至 2026 年 9 月 30 日的借款利息为年化 6%。

注 4：上述第 7 项借款的原借款人为江琦，系实控人朋友及福汇投资合伙人。2023 年，江琦与程岗、葛广芝（江琦母亲）约定将江琦对程岗 100 万元的借款债权转让给葛广芝。

注 5：上述未还款利息计算至 2025 年 5 月 16 日。

由上表可知，实控人历次大额借款本金共计 1,108.50 万元，其中报告期内借款本金为 215.00 万元，均与公司无关。报告期后偿还本金 225 万元、利息 25.87 万元，还款资金来源主要为公司分红。（公司于 2025 年 5 月 7 日召开股东大会，决议分红 1,469.70 万元）。

截至本回复出具日，实控人尚未偿还借款本金共计 655.00 万元，实际控制人承诺将于 2027 年 12 月 31 日前将前述债务全部偿还完毕。

（2）借款对象与公司报告期内业务往来情况

经核查，存在以下借款对象与公司报告期内发生过业务往来：

序号	姓名	借款人身份	类型
1	吴荣英	马鞍山极邦人力资源有限公司法定代表人	劳务供应商
2	金学军	安徽智洋国际物流有限公司法定代表人	物流供应商
3	路琦	上海致一网络科技有限公司股东	居间服务供应商
4	王钧	THREE R CORP.JAPAN 实控人	贸易商客户

上述公司与悠派股份报告期内的交易情况如下：

① 马鞍山极邦人力资源有限公司

公司部分非关键性业务环节（如包装等辅助性业务环节）采用劳务外包或劳务派遣形式，报告期内共有 10 余家劳务外包与劳务派遣供应商。公司与马鞍山极邦人力资源有限公司报告期各期交易金额分别为 367.11 万元、515.27 万元、440.82 万元，占公司当期劳务外包及劳务派遣费用总额的比例分别为 31.38%、55.13%、61.00%。公司对其采购价格参考公司内部对应岗位人员工资或生产产品对应的标准人工成本，并参考市场价格，定价公允合理，与其他劳务外包及劳务派遣供应商相比不存在明显差异，不存在损害公司和其他股东利益的情形。

此外，马鞍山极邦人力资源有限公司成立于 2021 年，实控人与其法定代表人吴荣英女士借款的时间为 2013 年及 2014 年，早于与公司业务往来的时间。吴荣英夫妇早年从事贸易业务，与实控人系多年朋友，其向实控人提供借款，主要为赚取一定的利息收益。自 2013 年借款至今，实控人依据约定向其支付借款利息，并曾归还本金 50 万元，后由于资金紧张，再次借款 50 万元，故截至目前借款本金余额仍为 140 万元。

②安徽智洋国际物流有限公司

安徽智洋国际物流有限公司成立于 2022 年，成立时间晚于实控人向其法定代表人金学军借款时间（2021 年）。报告期内，由于公司境外销售业务需求，公司向其采购出口相关物流运输服务，报告期各期与其交易金额分别为 0.75 万元、136.68 万元及 103.62 万元，占公司当期同类物流运输服务费用的比例分别为 0.03%、7.39%和 4.45%。公司对其采购价格以市场价格为依据，定价公允合理，不存在损害公司和其他股东利益的情形。此外，实控人已于 2024 年 7 月向金学军偿还全部借款本金及利息。

③上海致一网络科技有限公司

报告期内，公司通过上海致一与交通银行股份有限公司太平洋信用卡中心开展业务合作，上海致一作为居间商向公司收取销售佣金，报告期各期交易金额分别为 440.07 万元、270.47 万元、173.52 万元，占同类交易的比例分别为 91.34%、89.23%和 82.90%。

上海致一主营业务为提供信创基础设施综合服务、大数据与人工智能解决方案，下游客户涵盖建设银行、交通银行、邮储银行、浦发银行、兴业银行、光大银行、太平洋保险、中国银联等大型金融机构，拥有广泛的客户资源。公司与上海致一自 2020 年开始合作，上海致一为交行信用卡中心积分商城招商介绍合作伙伴，协助悠派入驻交行积分商城。

根据上海致一与公司签署的协议，双方约定合作的产品种类、每种产品的积分商城结算价格以及与公司的结算价格，并赚取其中价差作为居间商佣金，即佣金=积分商城价格-悠派与上海致一约定的结算价格。公司与上海致一每月根据交行信用卡商城系统导出的销售明细进行结算对账。报告期各期，交行积分商城销售收入及对应成本、佣金金额、交行积分商城平台费用如下：

单位：万元			
项目	2024年1-8月	2023年度	2022年度
对应交行积分商城收入	1,195.65	1,681.43	2,115.46
对应销售成本	*	*	*
销售毛利率	*	*	*
居间商佣金	173.52	270.47	440.07
居间商佣金比率	14.51%	16.09%	20.80%
交行积分商城平台费用	81.32	71.39	87.49

项目	2024年1-8月	2023年度	2022年度
交行积分商城平台费用率	6.80%	4.25%	4.14%
利润	*	*	*
净利率	*	*	*

毛利率方面：【豁免披露】。

费用率方面：交行业务平台费用率为 4.14%、4.25%、6.80%，佣金费用率为 20.80%、16.09%、14.51%，其中 2022 年佣金比例约为 20%，2023 年及 2024 年 1-8 月佣金比例为 14%-16%，主要原因系，公司 2022 年中因原材料价格上涨原因，与上海致一协商降低了结算价格。对于其他线上直销平台，例如淘宝平台，推广服务费用率、平台服务费率合计占比约为 20%-25%，与交行业务费用率基本持平。

扣除上述成本费用后，公司在交通银行信用卡中心业务取得了合理的利润。因此上述佣金定价具有公允性。

公司向居间商支付居间商费用系基于其向公司提供居间服务，为公司带来客户订单，不存在通过居间商进行商业贿赂的情形。截至本回复出具日，实控人已向路琦偿还借款本金及利息。

④THREE R CORP.JAPAN

报告期内，公司向 Three R CORP. JAPAN 主要销售口罩产品，报告期各期交易金额分别为 288.51 万元、117.02 万元和 24.41 万元，占公司营业收入的比例较小。公司对其产品销售价格以市场价格为依据，定价公允合理，不存在损害公司和其他股东利益的情形。

（二）实际控制人历次大额借款的协议签订情况、借款利率和借款期限约定情况，是否存在借款利率显著偏低或无固定偿还期限等特殊安排，如是，进一步说明相关出借主体的背景及提供借款的合理性，是否与实际控制人存在股权代持或利益输送等情形

1、实际控制人历次大额借款的协议签订情况、借款利率和借款期限约定情况

实际控制人历次大额借款的协议签订情况、借款利率和借款期限约定情况如前述表格所示。

2、是否存在借款利率显著偏低或无固定偿还期限等特殊安排，如是，进一步说明相关出借主体的背景及提供借款的合理性，是否与实际控制人存在股权代持或利益输送等情形；

实际控制人历次大额借款中，仅丁洁、周思杨、王钧未约定借款利率或借款期限，其中公司实际控制人向丁洁还款，并已按年化约 12%（口头约定利率）向周思杨支付本金及借款利息。除前述 3 位借款方外，其他借款方均与公司实际控制人约定了借款利率、期限，约定的利率在 3.5%至 12%之间，不存在借款利率显著偏低或无固定偿还期限的情形。前述 3 项未约定借款利率或偿还期限的相关借款背景、合理性具体如下：

（1）丁洁，是实控人的多年朋友，实控人于 2019 年对其 40 万元借款已于 2022 年 12 月偿还完毕，借款金额相对较小，双方借款系微信沟通，未签署借款协议，未约定借款利率、期限。主办券商及律师已获取微信聊天记录，并访谈双方确认借款及还款情况。

（2）周思杨，是实控人的朋友，实控人于 2016 年对其 13.5 万元借款已于 2024 年 1 月偿还本息，借款金额较小，双方系微信沟通，仅口头约定借款利率，未签署借款协议，未约定借款期限。主办券商及律师已获取微信聊天记录，并访谈双方确认借款及还款情况。

（3）王钧，是实控人朋友及公司股东，与实控人系多年朋友，双方借款已签署借款协议，并约定了还款期限，未约定利息具有合理性。

经访谈及查阅借款协议、借还款流水等资料确认，上述借款事项双方借款及还款真实，且具有合理性，出借人与实际控制人不存在股权代持或利益输送等情形。

（三）截至目前实际控制人借款的偿还情况，包括但不限于还款资金来源、是否按期还款、预计偿还完毕时间，是否存在大额债务到期无法清偿的风险，是否影响担任公司实际控制人、董事、高级管理人员适格性

1、截至目前实际控制人借款的偿还情况，包括但不限于还款资金来源、是否按期还款、预计偿还完毕时间，是否存在大额债务到期无法清偿的风险

截至本回复出具日，实际控制人对上述借款的偿还情况如前述表格所示，尚未偿还本金余额为 655 万元。报告期后无新增借款事项，实控人已于收到公司分红款后，偿还路琦、买蓁蓁、陶大慧借款，合计偿还本金 225 万元。

针对尚未偿还的 655 万元借款本金，主办券商已取得实控人相关借款协议、聊天记录截图、债权人声明/访谈等底稿资料。基于多年信任关系，相关借款协议虽然约定了还款期限，但实际中存在到期后滚动签署借款协议或者协商续期的情形，相关债权关系及债务余额清晰，不存在债务纠纷。

此外，实控人已承诺上述借款将于 2027 年 12 月 31 日前全部清偿完毕。实控人在上海拥有多处房产，工资奖金及分红收入稳定，具备清偿债务的经济条件，不存在大额债务到期无法清偿的风险。

2、是否影响担任公司实际控制人、董事、高级管理人员适格性

（1）相关负债事项不影响董事、高级管理人员任职资格

根据《中华人民共和国公司法》第一百七十八条第一款之规定，“有下列情形之一的，不得担任公司的董事、监事、高级管理人员：（一）无民事行为能力或者限制民事行为能力；（二）因贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序，被判处刑罚，或者因犯罪被剥夺政治权利，执行期满未逾五年，被宣告缓刑的，自缓刑考验期满之日起未逾二年；（三）担任破产清算的公司、企业的董事或者厂长、经理，对该公司、企业的破产负有个人责任的，自该公司、企业破产清算完结之日起未逾三年；（四）担任因违法被吊销营业执照、责令关闭的公司、企业的法定代表人，并负有个人责任的，自该公司、企业被吊销营业执照、责令关闭之日起未逾三年；（五）个人因所负数额较大债务到期未清偿被人民法院列为失信被执行人”。

截至目前，实控人不存在逾期还款等行为，相关债权关系及债务余额清晰，不存在债务纠纷，不属于上述影响董事、高级管理人员任职资格的情况。

（2）相关负债事项不影响实际控制人适格性及公司挂牌条件

根据《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》（简称“《挂牌规则》”）第十六条规定，申请挂牌公司及相关主体不存在以下情形：（一）最近 24 个月以内，申请挂牌公司或其控股股东、实际控制人、重要控股子公司因贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序行为被司法机关作出有罪判决，或刑事处罚未执行完毕；（二）最近 24 个月以内，申请挂牌公司或其控股股东、实际控制人、重要控股子公司存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为；（三）最近 12 个月以内，申

请挂牌公司或其控股股东、实际控制人、重要控股子公司、董事、监事、高级管理人员被中国证监会及其派出机构采取行政处罚；（四）申请挂牌公司或其控股股东、实际控制人、重要控股子公司、董事、监事、高级管理人员因涉嫌犯罪正被司法机关立案侦查或涉嫌违法违规正被中国证监会及其派出机构立案调查，尚未有明确结论意见；（五）申请挂牌公司或其控股股东、实际控制人、重要控股子公司、董事、监事、高级管理人员被列为失信联合惩戒对象且尚未消除；（六）申请挂牌公司董事、监事、高级管理人员被中国证监会及其派出机构采取证券市场禁入措施，或被全国股转公司认定其不适合担任公司董事、监事、高级管理人员，且市场禁入措施或不适格情形尚未消除；（七）中国证监会和全国股转公司规定的其他情形。

截至目前，公司实控人不存在逾期还款等行为，相关债权债务关系及债务余额清晰，不存在债务纠纷，不涉及《挂牌规则》第十六条项下可能会影响公司实控人适格性、挂牌实质条件的情形。

综上，公司实控人相关负债不影响其担任公司实际控制人、董事、高级管理人员适格性。

（四）请主办券商、律师核查上述事项并发表明确意见

就事项（1），主办券商、律师采取的核查程序如下：

（1）获取并核查了实控人名下银行卡报告期内全部流水及报告期后主要银行卡流水，并通过云闪付查询结果及账户交叉核对验证流水完整性。对实控人报告期内与自然人的大额流水往来进行核查。其中相关借款流水摘录如下：

序号	交易对方姓名	交易时间	流入/流出	金额（万元）	交易原因
1	丁洁	2022/12/22	流出	40.00	还借款本金
2	杜平	2022/6/16-17	流出	20.00	还借款利息
		2022/9/26	流出	20.00	还借款利息
		2023/3/10	流出	15.00	还借款利息
		2023/8/4	流出	10.00	还借款利息
		2024/3/26	流出	5.00	还借款利息
		2024/6/18	流出	10.00	还借款利息
3	江琦	2022/9/27	流出	10.00	还借款利息
4	金学军	2024/7/26	流出	140.37	还借款本息

序号	交易对方姓名	交易时间	流入\流出	金额（万元）	交易原因
5	吴荣英	2022/1/31	流出	6.50	还借款利息
6	吴臻荣	2022/9/16	流出	130.00	还借款本息
		2022/9/26	流出	50.00	还借款本息
		2022/11/6	流出	100.00	还借款本息
		2023/1/20	流出	16.20	还借款本息
7	周思杨	2024/1/25	流出	26.00	还借款本金
8	周志津	2022/9/26	流出	20.00	还借款本金
9	陶大慧	2022/9/26	流出	14.00	还借款本息
		2022/12/27	流出	50.00	还借款本息
10	买蓁蓁	2023/6/27	流入	50.00	借款
11	路琦	2024/1/25	流入	26.00	借款
		2024/6/25	流入	99.00	借款
12	王钧	2024/5/1-2	流入	40.00	借款

(2) 与实控人、借款相关自然人访谈确认借款背景、用途，并获得借款协议、微信聊天记录、实控人报告期前收到借款的转账记录、访谈纪要等相关底稿，交叉比对验证确认流水性质、债务余额，获取的具体核查底稿情况如下：

序号	出借人姓名	核查底稿
1	丁洁	聊天记录截图、报告期前借款转账记录、访谈记录、还款流水记录
2	杜平	借款协议、聊天记录、报告期前借款转账记录、访谈记录
3	江琦	借款协议、报告期前借款转账记录
4	金学军	借款协议、报告期前借款转账记录、访谈记录
5	吴荣英	访谈记录、聊天记录截图、前期偿还利息的转账记录
6	吴臻荣	聊天记录截图、借款协议、访谈记录
7	周思杨	聊天记录截图、访谈记录
8	焦春华	聊天记录截图、报告期前借款转账记录、访谈记录
9	陶大慧	借条及聊天记录截图、报告期前借款转账记录、报告期后还款凭证
10	买蓁蓁	借款协议、报告期后还款凭证
11	路琦	借款协议、借款聊天记录截图、报告期后还款凭证
12	王钧	借款协议

(3) 查阅公司前次挂牌的公开转让说明书、2015年-2019年年度报告；

(4) 获取公司2020年、2021年管理层财务报表，2022年-2024年1-8月审计报告；

(5) 获取公司及实际控制人出具的2020-2021年期间双方不存在资金拆借的确认函。

(6) 查阅公司前次挂牌期间的公告，获取公司2023年及2024年分红的决议，了解相关分红款项去向，并与已获取的控股股东、实际控制人的流水进行核对。

(7) 获取报告期内实际控制人的薪酬明细表。

(8) 获取实际控制人出具的大额债务偿还计划及承诺。

(9) 查阅公司与马鞍山极邦人力资源有限公司、安徽智洋国际物流有限公司、上海致一网络科技有限公司、THREE R CORP.JAPAN的交易合同、结算单、发票、银行回单、记账凭证，查阅马鞍山极邦人力资源有限公司提供服务相关的劳务人员明细、安徽智洋国际物流有限公司物流承运记录、交通银行信用卡中心与公司的销售结算单及上海致一网络科技有限公司与公司的对账记录、公司向THREE R CORP.JAPAN销售的发货及签收记录等交易记录，验证交易真实性，并与可比交易对比定价公允性。

经核查，主办券商及律师认为：

实际控制人长期存在大额借款的原因主要为个人资金需求及早期公司资金紧张时为公司筹措周转资金，借款用途具备合理性；实际控制人历次大额借款均签署书面协议或留存微信聊天记录，仅少部分借款未约定借款利率或借款期限，已说明相关出借主体的背景及提供借款的合理性，其他借款均约定了借款利率、期限，不存在借款利率显著偏低或无固定偿还期限的情形。出借人与实际控制人不存在股权代持或利益输送等情形，出借人控制或任职的公司与悠派股份的业务往来具有必要性和合理性，相关交易定价公允。截至目前，实际控制人的借款均按期偿还或已展期，已还款资金来源主要为个人自有资金、公司分红等，并已承诺2027年12月31日前偿还完毕，不存在大额债务到期无法清偿的风险，不影响担任公司实际控制人、董事、高级管理人员适格性。

二、结合张萍的基本情况、资信状况、与华芳集团及秦大乾的关系，说明张萍向其大额借款的原因、背景及合理性、必要性，截至目前相关借款尚未偿还完毕的原因、还款资金来源、预计偿还完毕时间；结合资金流水、支付凭证等客观证据及借款双方访谈确认情况，说明借款关系的真实性，是否存在委托持股或其他利益安排

（一）结合张萍的基本情况、资信状况、与华芳集团及秦大乾的关系，说明张萍向其大额借款的原因、背景及合理性、必要性，截至目前相关借款尚未偿还完毕的原因、还款资金来源、预计偿还完毕时间；

1、张萍的基本情况、资信状况、与华芳集团及秦大乾的关系

张萍出生于1966年9月，江苏省张家港人，1988年7月毕业于江苏广播电视大学经济管理专业，本科学历，1988年8月至1995年2月担任张家港市物资局塘桥供应站职员，1995年3月至今任职于华芳集团，目前担任董事，并持有华芳集团约1.64%股权。

根据张萍确认、对张萍的访谈并经公开检索天眼查、企查查、中国执行信息公开网等网站，张萍拥有二十多项对外投资，其不存在被列为被执行人或失信被执行人的情况。除华芳集团和悠派股份外，张萍的其他主要对外投资情况如下：

序号	被投资公司/企业名称	被投资公司/企业注册资本 (万元)	持股比例
1	安徽安孚能源科技有限公司	296,727.27	1.69%
2	上海乾霸创业投资合伙企业（有限合伙）	12,800	7.81%
3	上海荣乾企业管理中心（有限合伙）	5,000	20.00%
4	苏州市乾霸创业投资合伙企业（有限合伙）	18,800	5.31%
5	深圳市架桥富凯二十三号投资合伙企业（有限合伙）	10,201	7.84%
6	福建晋江十月棣华股权投资合伙企业（有限合伙）	25,050	2.50%
7	横琴架桥创新二号股权投资基金（有限合伙）	35,401	1.69%
8	福建晋江十月华隆股权投资合伙企业（有限合伙）	20,000	3.00%
9	深圳市架桥富凯二十五号投资合伙企业（有限合伙）	4,000	13.20%
10	宁波九格山田股权投资合伙企业（有限合伙）	11,000	4.55%
11	珠海乾霸投资中心（有限合伙）	24,400	2.05%
12	苏州市乾霸贰号创业投资合伙企业（有限合伙）	13,600	3.68%

序号	被投资公司/企业名称	被投资公司/企业注册资本 (万元)	持股比例
13	福建晋江十月海畅股权投资合伙企业 (有限合伙)	20,000	2.50%
14	宁波十月拾庭创业投资合伙企业(有 限合伙)	30,000	1.00%
15	福建晋江十月乾元股权投资合伙企业 (有限合伙)	30,000	1.00%
16	苏州华富典当有限公司	5,000	5.00%
17	苏州元晰六号创业投资合伙企业(有 限合伙)	11,400.1	1.75%
18	湖州元晰七号创业投资合伙企业(有 限合伙)	1,501	13.32%
19	青岛乾沛投资合伙企业(有限合伙)	1,010	19.80%
20	青岛架桥富凯十五创业投资基金合伙 企业(有限合伙)	5,000	4.00%
21	宁波金通九格企业管理合伙企业(有 限合伙)	2,000	6.00%
22	深圳市架桥富凯十六号创业投资企业 (有限合伙)	3,410	2.93%
23	芜湖隆华汇创业投资基金合伙企业 (有限合伙)	5,100	19.61%
24	苏州云智星河网络科技股份有限公司	13,338.2749	3.00%
25	苏州众捷汽车零部件股份有限公司	9,120	3.84%

注：上述对外投资的持股比例因四舍五入原因可能存在误差。上述投资项目中，秦大乾作为股东/合伙人亦参与了第2-9、14、15、17-20、22-23项所述公司/企业的投资。

秦大乾持有华芳集团约19.75%股权，系华芳集团实际控制人，并担任华芳集团董事长，张萍与秦大乾系多年同事关系。

2、说明张萍向其大额借款的原因、背景及合理性、必要性

根据对张萍、秦大乾的访谈，公司原股东安徽高新金通安益股权投资基金（有限合伙）（简称“金通安益”）因基金到期清算存在退出需求，华芳集团系金通安益间接合伙人，且张萍和秦大乾均为华芳集团的股东和管理人员，据此知悉该次交易机会，因看好公司发展前景入股公司。

本次股份转让交易由张萍主导，并由其受让大部分的老股份额（张萍受让5,408,976股，占公司总股本的4.42%，海南大辰创业投资有限公司（简称“海南大辰”）受让2,457,760股，占公司总股本的2.01%，秦大乾、秦妤（秦大乾女儿）分别持有海南大辰70%、30%的股权）。根据张萍、海南大辰与金通安益及其他相关方于2024年2月28日签署生效的《股份转让协议》，受让方应于协议生效后5个工作日内足额支付股份

转让款，张萍需支付股份转让款为2,200.775万元，股份转让款支付期限较短。

张萍虽然拥有多笔对外投资，但前述金融资产无法立即变现，短时间内仅可从自有账户支取约320万元流动资金，因此需对外借款周转。基于张萍在华芳集团工作二十年的信任关系，以及出借人对张萍还款能力的信任，华芳集团及其董事长秦大乾个人向张萍提供了借款，其中，华芳集团提供借款1,600万元，秦大乾个人提供借款280万元，借款具有合理性和必要性。

3、截至目前相关借款尚未偿还完毕的原因、还款资金来源、预计偿还完毕时间

截至目前，张萍已于2024年3月、2024年7月、2024年11月、2025年2月、2025年4月分别向华芳集团偿还600万元、200万元、300万元、150万元和350万元，于2025年4月向秦大乾偿还280万元，上述张萍对华芳集团和秦大乾的借款已偿还完毕，并已提供还款凭证。前述还款的资金来源为近亲属转账、理财产品赎回款、处置其认购的私募基金财产份额的转让款、房产出售款、对外投资分红收益和家庭累积的自有资金。

（二）结合资金流水、支付凭证等客观证据及借款双方访谈确认情况，说明借款关系的真实性，是否存在委托持股或其他利益安排

对于张萍向华芳集团的借款，张萍已提供其已履行华芳集团内部用款申请程序对应的用款申请单，且借款电子回单中已备注是“借款”。截至目前，张萍已向华芳集团偿还1,600万元，已向秦大乾偿还280万元，借款已偿还完毕，并已提供还款凭证。同时，秦大乾作为华芳集团董事长，经访谈确认张萍向华芳集团借款真实。前述借款电子回单（备注“借款”）、用款申请单等书面材料和实际还款行为、还款凭证可佐证上述借款的真实性。

对于张萍向秦大乾的借款，因张萍与秦大乾系多年同事，均在华芳集团任职并持有华芳集团股权，借款事项系二人口头沟通，未签署书面借款协议。秦大乾通过专项访谈确认，基于多年信任关系以及对张萍还款能力的信任，其愿意向张萍提供借款，前述280万元借款真实。

秦大乾通过专项访谈确认，张萍在华芳集团多年分管投资，项目来源渠道较多，其会将项目投资机会告知秦大乾，秦大乾会筛选其认为较好的项目进行跟投，其与张萍、华芳集团均为独立投资主体，不存在如下情况：（1）秦大乾、海南大辰、华芳集团或秦大乾控制的其他主体委托张萍向悠派股份出资；（2）秦大乾、海南大辰、华芳

集团或秦大乾控制的其他主体委托自然人、机构向悠派股份出资；（3）秦大乾、海南大辰、华芳集团或秦大乾控制的其他主体受张萍或其他主体委托向悠派股份出资；（4）秦大乾或海南大辰与张萍之间就持有公司股份事宜未签署任何一致行动协议或存在一致行动安排，就持有公司股份事宜不存在其他特殊利益安排。

张萍通过访谈确认，其所持公司股份为自身真实持有，且不存在受托持股、信托、代持或其他方式代他人持有公司股份的情形，也不存在以委托持股、信托、代持或其他方式通过他人持有公司的股份的情形。

综上，张萍向秦大乾、华芳集团借款具备真实性，不存在委托持股或其他利益安排。

（三）请主办券商、律师核查上述事项并发表明确意见，并说明事项（2）的核查手段是否充分有效。

就事项（2），主办券商和律师采取了如下核查手段：

（1）查阅了张萍入股时股份受让的交易文件、支付凭证；

（2）取得并核查张萍入股前后 6 个月相关出资流水，并就相关借款情况进一步与张萍和秦大乾进行专项资金流水访谈核实；

（3）访谈金通安益、张萍、海南大辰，核查其股份转让交易的背景、价格、交易真实性等情况；

（4）核查张萍还款的主要资金来源，包括取得其处置对外投资的合伙企业财产份额转让协议、理财产品赎回交易记录、近亲属出具的关于资金来源和不存在代持及特殊利益安排的《确认函》、房产出售合同等文件；

（5）访谈张萍并取得其填写的调查表，了解张萍的基本情况、职业经历、投资经历等情况；

（6）公开检索核查华芳集团的基本情况、企业信用信息公示报告；

（7）公开检索核查公开披露的张萍对外投资情况、任职情况、张萍和秦大乾共同投资的项目情况；

（8）公开检索核查张萍是否存在被列为被执行人或失信被执行人的情况。

经核查，张萍向秦大乾、华芳集团借款具备真实性、合理性和必要性，不存在委托持股或其他利益安排。截至本回复出具日，相关借款已全部偿还完毕。上述核查手段充分、有效。

问题 2.关于前次挂牌。

根据申报文件及前次问询回复，前次挂牌期间公司存在未披露的特殊投资条款。

请公司：（1）以列表形说明前次挂牌期间签署但未披露的特殊投资条款，逐条说明是否符合《全国中小企业股份转让系统股票定向发行业务规则适用指引第1号》要求，是否涉及禁止性情形；（2）说明前述特殊投资条款是否存在触发情形，公司是否作为义务承担主体并履行义务，如是，是否存在损害公司利益及其他股东合法权益的情形；（3）说明公司时任董事、监事、高级管理人员是否知晓相关情况，相关知情人员是否告知时任中介机构相关情况。

请主办券商、律师核查上述事项，并发表明确意见。

回复：

一、以列表形式说明前次挂牌期间签署但未披露的特殊投资条款，逐条说明是否符合《全国中小企业股份转让系统股票定向发行业务规则适用指引第 1 号》要求，是否涉及禁止性情形

根据股转公司出具的股转系统函[2015]6667号《关于同意芜湖悠派护理用品科技股份有限公司股票在全国中小企业股转系统挂牌的函》及股转系统函[2020]3527号《关于同意芜湖悠派护理用品科技股份有限公司股票终止在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》，公司前次挂牌期间为2015年10月9日至2020年11月18日。

根据挂牌期间适用的《挂牌公司股票发行常见问题解答（三）——募集资金管理、认购协议中特殊条款、特殊类型挂牌公司融资》（2016年8月8日发布，以下简称“《问题解答（三）》”）规定，“认购协议不存在以下情形：1.挂牌公司作为特殊条款的义务承担主体。2.限制挂牌公司未来股票发行融资的价格。3.强制要求挂牌公司进行权益分派，或不能进行权益分派。4.挂牌公司未来再融资时，如果新投资方与挂牌公司约定了优于本次发行的条款，则相关条款自动适用于本次发行认购方。5.发行认购方有权不经挂牌公司内部决策程序直接向挂牌公司派驻董事或者派驻的董事对挂牌公司经营决策享有一票否决权。6.不符合相关法律法规规定的优先清算权条款。7.其他损害挂牌公司或者挂牌公司股东合法权益的特殊条款。”

根据2021年11月12日发布、2023年2月17日修订的《全国中小企业股份转让系统股票定向发行业务规则适用指引第1号》（以下简称“《适用指引第1号》”）规定，

“发行对象参与发行人股票定向发行时约定的特殊投资条款，不得存在以下情形：（1）发行人作为特殊投资条款的义务承担主体或签署方，但在发行对象以非现金资产认购等情形中，发行人享有权益的除外；（2）限制发行人未来股票发行融资的价格或发行对象；（3）强制要求发行人进行权益分派，或者不能进行权益分派；（4）发行人未来再融资时，如果新投资方与发行人约定了优于本次发行的条款，则相关条款自动适用于本次发行的发行对象；（5）发行对象有权不经发行人内部决策程序直接向发行人派驻董事，或者派驻的董事对发行人经营决策享有一票否决权；（6）不符合法律法规关于剩余财产分配、查阅、知情等相关权利的规定；（7）触发条件与发行人市值挂钩；（8）中国证监会或全国股转公司认定的其他情形。”

公司前次挂牌期间签署但未披露的特殊投资条款及其是否符合《适用指引第1号》要求、是否涉及禁止性情形等情况具体如下：

（一）悠派股份、程岗、芜湖沃德与原股东金通安益之间曾存在的特殊投资条款

2016年12月20日，悠派股份、程岗、芜湖沃德与金通安益签署了《投资协议》及《附属协议》，约定了知情权、业绩目标及补偿、反稀释、优先购买权、共同出售权、回购权、清算优先权、并购合作、问询权、控制权稳定及投资人权益保障等特殊投资条款。根据前述各方于2024年3月15日、2024年6月3日签署的《解除协议》及《解除协议之补充协议》，该等特殊投资条款已于2024年3月（自《解除协议》生效并金通安益收到全部股份转让款之日）彻底解除。

前述曾存在的特殊投资条款及其是否符合《适用指引第1号》要求、是否涉及禁止性情形等情况如下表所示：

序号	特殊投资条款名称	义务方	特殊条款主要内容	是否符合《适用指引第1号》要求	是否涉及禁止性情形	是否存在触发情形	公司是否作为义务承担主体并履行义务
1	公司财务知情权	悠派股份、程岗	1、投资人应享有投资者的知情权，投资人成为公司股东后，公司、实际控制人应确保公司向投资人提供： （1）在每半年结束后的 60 日内、每季度结束后的 30 日内及每年度结束后的 120 日内提供公司及其下属公司（下属公司指公司的分公司及持股比例达到或超过 51%的控股子公司，下同）的财务报表，并确保该等财务报表所记载的信息的真实性及完整性；公司提供的年度财务报表记载的财务信息以经具有中国证券从业资格的会计师事务所审计确定的数据为准。 （2）在年度股东大会审议批准下一年度合并预算方案后的30 日内提供该下一年度合并预算方案； （3）与拟议中的公司 IPO 计划有关的信息。 （4）投资人要求的其它有关公司经营的相关信息、统计数据、交易和财务数据等。 2、投资人作为公司的股东，有权查阅和复制公司章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告。	挂牌期间实质符合当时适用的《问题解答（三）》要求，公司仅为该特殊知情权条款的义务承担主体，不涉及经济性义务，且当时适用的《问题解答（三）》未明确要求不得存在“不符合法律法规关于剩余财产分配、查阅、知情等相关权利的规定”情形；该条款已于2024年3月彻底解除，符合《适用指引第1号》要求。	如左述情况，实质不涉及禁止性情形。	公司在该条款有效期内曾依约向投资人定期提供财务报表等相关资料。	公司仅作为该特殊知情权条款的义务承担主体并履行了定期提供财务报表等义务，不涉及经济性义务。
2	业绩目标及补偿	悠派股份、程岗、芜湖沃德、公司管理层	1、实际控制人、控股股东承诺：公司2016年度、2017年度、2018年度实现的扣除非经常性损益的税后净利润分别不低于人民币1,400万元、2,500万元、3,500万元（“目标净利润”）。为免疑义，本协议所称“净利润”是指经投资人和公司双方共同认可的具有证券从业资格的会计师事务所审计并出具标准无保留意见的审计报告中扣除非经常性损益及 2016 年公布之拟实施股票期权激励（300 万股期权）所产生相应年度应分摊之股份支付费用后归属于母公司所有者的税后净利润。公司有义务尽力实现和完成最佳的经营业绩，公司管理层有义务尽职管理公司，确保公司实现其经营目标。 2、公司控股股东、实际控制人保证，若公司2016年度、2017年度、2018年度实际完成扣除非经常性损益及2016 年公布之拟实施股票期权激励（300万股期权）所产生相应年度应分摊之股份支付费用后的	挂牌期间实质符合当时适用的《问题解答（三）》及目前适用的《适用指引第1号》要求，该条款的业绩承诺方及补偿义务主体为公司实际控制人、控股股东；关于“公司有义务尽力实现和完成最佳的经营业绩”的约定属于倡导性要求，而非具有	如左述情况，实质不涉及禁止性情形。	是，公司2016年至2018年实现的扣除非经常性损益的税后净利润低于承诺的目标净利润，未完成业绩承诺目标，但投资人未要求公司控股股东、实际控制人进行现	关于“公司有义务尽力实现和完成最佳的经营业绩”的约定属于倡导性要求，而非强制性义务，未涉及公司具体补偿或回购责任，且投资

序号	特殊投资条款名称	义务方	特殊条款主要内容	是否符合《适用指引第1号》要求	是否涉及禁止性情形	是否存在触发情形	公司是否作为义务承担主体并履行义务
			税后净利润分别低于人民币1,400万元、2,500万元、3,500万元，则投资人有权要求公司控股股东、实际控制人就差额部分进行现金补偿或者股份划拨补偿（具体补偿方式以届时投资人向公司控股股东、实际控制人发出的书面通知为准），公司控股股东、实际控制人对该等补偿承担无限连带责任。	强制约束力的对赌承诺，该义务未涉及公司具体补偿或回购责任； 该条款已于2024年3月彻底解除，符合《适用指引第1号》要求。		金或股份补偿。	人未要求进行补偿。
3	反稀释条款	程岗	1、投资人成为公司股东后，如果公司增加股本，认购新增股本的新股东认购新增股本之前对公司的估值不应低于本次投资完成后的公司初始估值（即1.8亿元），且其认购公司新增股本的每股对价不得低于投资人取得公司股份的每股价格（即每股对价5.0847元人民币），以确保投资人在公司的权益价值不被稀释。如公司发生派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项的，则新增投资者认购新增股本的每股最低价格将作相应调整。公司为实施股权激励而增加股本，由其董事、高级管理人员、核心人员认购，不受前述估值价格的限制。 2、如果公司增加股本，认购新增股本的股东认购新增股本之前对公司的估值低于公司估值（即1.8亿元）或其认购公司新增股本每股对价低于投资人取得公司股份的价格（即每股对价5.0847元人民币），投资人有权调整其在公司的权益比例，以保证其在公司的权益价值不被稀释，前述权益比例的调整应通过实际控制人向投资人以法律允许的最低价格转让公司股份的方式或者实际控制人向投资人补偿现金的方式进行，以保证投资人对其持有的公司所有股份权益所支付的平均对价相当于认购新增股本的新股东支付的对价。	挂牌期间不符合当时适用的《问题解答（三）》，涉及限制公司未来股票发行融资的价格，但投资人权益价值被稀释的补偿义务方为公司实际控制人，不涉及公司； 该条款已于2024年3月彻底解除，符合《适用指引第1号》要求。	挂牌期涉及禁止性情形；该条款已于2024年3月彻底解除，不涉及禁止性情形。	否，本次投资后，除2020年因实施的股权激励计划而进行的增资外，公司历次增资的估值及价格均不低于本次投资的估值及价格。	否
4	优先购买权	程岗、芜湖沃德	如果实际控制人、公司控股股东向现有股东之外的第三方（经投资人认可的由实际控制人、公司控股股东直接或间接控制并且与公司不存在同业竞争关系的第三方（“关联第三方”）、经投资人认可的重组行为中向公司股东发行股份购买资产的上市公司及经投资人认可的	符合挂牌期间适用的《问题解答（三）》及目前适用的《适用指引第1号》要求，公	不涉及禁止性情形。	是，公司实际控制人存在向现有股东之外的第三方出售	否

序号	特殊投资条款名称	义务方	特殊条款主要内容	是否符合《适用指引第1号》要求	是否涉及禁止性情形	是否存在触发情形	公司是否作为义务承担主体并履行义务
			公司的股权激励方案中作为激励对象的公司管理层及核心技术人员除外）出售全部或部分公司股份，投资人有权在同等条件下行使优先购买权。	司不承担义务或责任，且该条款已于2024年3月彻底解除。		股份的情形，但投资人未行使优先购买权。	
5	共同出售权	程岗	实际控制人、公司控股股东拟向第三方出售部分或所有公司股份时，如果投资人未就实际控制人、公司控股股东拟转让的股份行使其优先购买权，则其有权按照和拟受让方为购买股份而提出的条件相同的条件，以投资人持有公司的股份为上限，与实际控制人、公司控股股东就其向第三方所出售的股份数与其所持公司股份数的比例相同的比例一同向拟受让方转让其持有的股份。	符合挂牌期间适用的《问题解答（三）》及目前适用的《适用指引第1号》要求，公司不承担义务或责任，且该条款已于2024年3月彻底解除。	不涉及禁止性情形。	是，公司实际控制人存在向现有股东之外的第三方出售股份的情形，但投资人未行使共同出售权。	否
6	投资人回购权	程岗、芜湖沃德	1、若出现以下情形之一时，投资人有权要求公司控股股东、实际控制人或其指定的第三方（此第三方需经投资人书面认可）回购投资人所持公司股份，公司控股股东、实际控制人就回购义务承担连带责任： （1）2018年12月31日（含）之前，公司未向中国证券监督管理委员会/上海证券交易所/深圳证券交易所申报IPO材料，如果因证监会暂停新股发行审批，则该期限约定相应地顺延； （2）2020年12月31日（含）之前，公司未在上海证券交易所或深圳证券交易所上市，如果因证监会暂停新股发行审批，则该期限约定相应地顺延； （3）公司被政府部门处罚并无法取得处罚部门出具的无重大违规证明； （4）公司发生安全生产方面的重大事故（“安全生产方面的重大事故”是指造成2人以上死亡，或者5人以上重伤，或者500万元以上直接经济损失的生产安全事故）； （5）公司发生环保方面的重大事故（“环保方面的重大事故”是指	符合挂牌期间适用的《问题解答（三）》及目前适用的《适用指引第1号》要求，公司不承担义务或责任，且该条款已于2024年3月彻底解除，各方已签署《解除协议之补充协议》确认公司或其子公司在任何情况下都不承担股份回购义务。	不涉及禁止性情形。	是，公司未在承诺时间内申报IPO材料、完成上市，未实现对赌净利润承诺，且业绩承诺期内存在公司经营业绩相比上一会计年度出现下滑比例达30%以上的情形，但投资人未要求进行股份回购。	否

序号	特殊投资条款名称	义务方	特殊条款主要内容	是否符合《适用指引第1号》要求	是否涉及禁止性情形	是否存在触发情形	公司是否作为义务承担主体并履行义务
			造成重大污染，被环保部门行政处罚）； （6）公司经营业绩（指营业收入或营业利润）相比上一会计年度出现大幅下滑（指下滑比例达 30%以上）； （7）公司未实现上述对赌净利润承诺； （8）公司出现投资人不知情的帐外现金销售收入、未经投资人同意，以公司资金对外担保、挪用资金、侵占公司资金等；或实际控制人出现被刑事检控或其他重大违法情形，或丧失民事行为能力的重大不利情形。 2、投资人根据约定行使回购权的,可以选择实际控制人及/或公司控股股东任何一方或多方共同连带的回购其股份，实际控制人、公司控股股东应在收到投资人要求其回购股份的书面通知之日起 60 日内支付全部股份回购价款。				
7	清算优先权	程岗、芜湖沃德	如果公司发生任何清算、解散或终止情形，在公司依法支付了税费、薪金负债和其他分配后，在中国法律允许的范围内，实际控制人、公司控股股东应确保投资人有权优先于公司的实际控制人、公司控股股东取得相当于投资款的金额。	挂牌期间实质符合当时适用的《问题解答（三）》要求，该优先清算权利系在法律允许范围内的优先分配权利，且公司不承担义务或责任，不属于“不符合相关法律法规规定的优先清算权条款”；此外，该条款已于2024年3月彻底解除，符合《适用指引第1号》要求。	如左述情况，实质不涉及禁止性情形。	否，公司未发生清算、解散或终止情形。	否
8	并购合作	悠派股份、程岗、芜湖	如果公司连续三年未能实现经营目标或上市目标，在条件合理和价值公允的情况下，公司实际控制人同意与壹号基金（即金通安益）合	挂牌期间实质符合当时适用的《问题解答	如左述情况，	公司连续三年未能实现经营	公司仅作为并购合作的

序号	特殊投资条款名称	义务方	特殊条款主要内容	是否符合《适用指引第1号》要求	是否涉及禁止性情形	是否存在触发情形	公司是否作为义务承担主体并履行义务
		沃德	作，寻求借壳上市或被上市公司或其他主体收购，各方应予以积极配合。	（三）》要求，公司仅为并购合作的配合方，而非具有强制约束力的具体义务承担主体。 该条款已于2024年3月彻底解除，符合《适用指引第1号》要求。	实 质 不 涉 及 禁 止 性 情 形。	目标或上市目标，但投资人未要求进行并购合作。	配合主体，并非主要义务承担主体，且各方未实际进行并购合作，不涉及公司履行相关配合义务。
9	问询权	悠派股份、程岗、芜湖沃德	在不违背转股及监管部门要求的前提下，投资人有权在经提前5个工作日的通知后对公司的经营情况进行了解及询问，公司应根据投资人的要求安排管理层在专门的时间进行接待并回答询问，该等问询原则上每月度一次。如现场当面问询的，则问询地点为公司或其子公司住所地。	挂牌期间实质符合当时适用的《问题解答（三）》要求，公司仅为该特殊知情权条款的义务承担主体，不涉及经济性义务，且当时适用的《问题解答（三）》未明确要求不得存在“不符合法律法规关于剩余财产分配、查阅、知情等相关权利的规定”情形； 该条款已于2024年3月彻底解除，符合《适用指引第1号》要求。	如 左 述 情 况 ， 实 质 不 涉 及 禁 止 性 情 形。	投资人存在不时向公司了解及问询经营情况的情形，未要求安排进专门接待。	公司作为配合股东行使知情、问询的义务承担主体，并已履行相关询问回复义务，不涉及经济性义务。
10	控制权稳定及投资人	程岗、芜湖沃德	1、实际控制人同意，自投资人工商登记为公司股东之日起至少 36 个月内未经投资人事先书面允许，不会直接或间接转让其所持有的公司股份（指在目标公司的股本出资，下同）；无论如何，在该等期限	挂牌期间不符合当时适用的《问题解答（三）》要求，存在	涉 及 禁 止 性 情 形。	是，本次投资后公司实际控制人存在向第	否

序号	特殊投资条款名称	义务方	特殊条款主要内容	是否符合《适用指引第1号》要求	是否涉及禁止性情形	是否存在触发情形	公司是否作为义务承担主体并履行义务
	权益保障		内，公司的实际控制人不得发生变更（依据届时有效的国内主板、中小板和创业板 IPO 规定来认定）。 2、实际控制人、公司控股股东共同承诺：如果经投资人同意，实际控制人、公司控股股东向第三方出售部分或所有公司股份的，在投资人仍持有公司股份的情况下，实际控制人、公司控股股东应确保受让公司股份的第三方应承继实际控制人、公司控股股东在本协议项下的各项义务，确保投资人继续享有依据《投资协议》及本协议约定的、在法律允许范围内的各项权利，包括但不限于业绩目标保证及补偿、优先购买权、共同出售权等权利。 3、如果其他经投资人同意后续新增入股的公司股东拥有比投资人更优惠的股东权利，则实际控制人应确保投资人自该股东享有该等优惠的股东权利之日起也自动享有该等优惠的股东权利。 4、本协议第2条（业绩目标及补偿）、第6条（投资人回购权）等投资人权利保护条款在公司拟在中国境内证券交易所上市时为了满足中国证监会相关规则要求的需要，可在公司向中国证监会提交相关文件时自动中止，但经中国证监会审核不通过的情况下，应自动恢复生效。	“挂牌公司未来再融资时，如果新投资方与挂牌公司约定了优于本次发行的条款，则相关条款自动适用于本次发行认购方”的情形； 该条款已于2024年3月彻底解除，符合《适用指引第1号》要求。		三方出售部分公司股份，存在增资引入新投资者情形，且存在与本次投资不同的特殊股东权利。	

（二）悠派股份、程岗、芜湖沃德与芜湖风投之间曾存在的特殊投资条款

2018年6月22日，悠派股份、芜湖风投签署了《股票认购协议》；2018年7月18日，悠派股份、程岗、芜湖风投签署了《股票认购协议之补充协议》，约定了公司上市承诺、业绩承诺、反稀释条款、优先分配权、股份回购请求权、优先购买权、共同出售权、特殊知情权等特殊投资条款。2024年12月17日，悠派股份、程岗、芜湖风投签署了《股票认购协议之补充协议二》，约定前述特殊投资条款自该协议签署之日起不可撤销并不附带任何效力恢复条件地终止，且自始无效。前述曾存在的特殊投资条款及其是否符合《适用指

引第1号》要求、是否涉及禁止性情形等情况如下表所示：

序号	特殊投资条款名称	义务方	特殊条款主要内容	是否符合《适用指引第1号》要求	是否涉及禁止性情形	是否存在触发情形	公司是否作为义务承担主体并履行义务
1	上市及业绩承诺、股份回购请求权	程岗	1、2019 年底前，公司达到 IPO（指“公司在国内 A 股市场（上海主板、深圳主板、中小板、创业板）首次公开发行”，下同）标准，并于2020年6月30日前向中国证监会正式提交IPO 申请材料。 2、业绩承诺。公司2018 年经审计的扣非净利润不低于人民币 2000 万元、2019 年经审计的扣非净利润不低于人民币 3000 万元。 3、在下列任一条件满足或任一情况出现时，芜湖风投均有权要求公司实际控制人回购芜湖风投持有的全部或部分公司的股份，公司实际控制人应付芜湖风投股份回购款： （1）公司未实现本协议第一条第（一）款的上市承诺； （2）公司经审计的 2018年扣非后的净利润低于2000万元； （3）公司经审计的 2019年扣非后的净利润低于3000万元； （4）公司与关联方进行有损于芜湖风投或公司的交易或担保行为，但经芜湖风投书面同意的除外； （5）公司实际控制人发生变更，经芜湖风投书面同意的除外； （6）公司的主要管理人员发生重大变化（指公司主要管理人员发生30%以上的的人事变动，且自其离职之日起九十（90）天内，公司未能聘任经董事会批准的替代该离职人员职位的合适人选。为免疑义，经董事会批准的替代该离职人员的人士将自动替换主管管理团队的名单）； （7）公司被托管或进入破产程序；出现重大诚信问题，出现大量的投资方不知情的账外现金收入或支出；出现重大诉讼或仲裁、受到重大行政处罚，公司存在重大违法行为而导致公司无法实现上市目标或下轮融资；公司严重违反《股票认购协议》以及本协议中的有关约定。	符合挂牌期间适用的《问题解答（三）》及目前适用的《适用指引第1号》，公司不承担义务或责任，且该条款已彻底终止，并自始无效。	不 涉 及 禁 止 性 情形。	是，公司2018、2019年实现的经审计扣非净利润低于承诺金额，未完成业绩承诺目标，但投资人未要求公司实际控制人进行股份回购。	否

序号	特殊投资条款名称	义务方	特殊条款主要内容	是否符合《适用指引第1号》要求	是否涉及禁止性情形	是否存在触发情形	公司是否作为义务承担主体并履行义务
2	反稀释条款	程岗	芜湖风投本次认购公司股份后至公司上市之前，公司要增发股份（含可转债）或引入新股东时，如增资的价格低于本次芜湖风投增资的价格，公司实际控制人需要按照新一轮增资的定价对芜湖风投进行股权比例调整或者以芜湖风投认可的其他方式进行补偿。补偿方式如下： （本轮增资价格－新一轮增资价格）×芜湖风投本轮认购公司的股份数	符合挂牌期间适用的《问题解答（三）》及目前适用的《适用指引第1号》，公司不承担义务或责任，且该条款已彻底终止，并自始无效。	不涉及禁止性情形。	除2020年因实施股权激励计划而进行的增资价格低于本次投资价格外，公司后续增资价格均不低于本次增资价格。	否
3	优先分配权	程岗	在上市之前，如公司发生任何清算、解散或终止情形，在公司支付了依法必须优先支付的税费、薪金、负债和其他分配后，对公司归属于芜湖风投的资产，公司实际控制人应保证芜湖风投优先获得相当于芜湖风投本次增资支付的认购价格 100%的金额以及已累积的红利或已宣布但未分配的红利（“优先额”），公司实际控制人同意首先按照优先额标准向芜湖风投进行补偿后再行获得清算分配。 致使公司实际控制人发生变更的公司兼并或合并、或对公司全部或绝大部分资产的出售均应被视为公司的清算、解散或终止。	符合挂牌期间适用的《问题解答（三）》及目前适用的《适用指引第1号》，公司不承担义务或责任，且该条款已彻底终止，并自始无效。	不涉及禁止性情形。	否，公司未发生清算、解散或终止情形。	否
4	优先购买权	程岗	芜湖风投本次认购公司股份交易完成后，若公司实际控制人提议向第三方（“第三方”不包括公司管理层及核心技术人员，下同）出售其直接或间接持有的公司股份，芜湖风投有权以和拟受让方同等的条件优先购买该等股份。	符合挂牌期间适用的《问题解答（三）》及目前适用的《适用指引第1号》，公司不承担义务或责任，且该条款已彻底终止，并自始无效。	不涉及禁止性情形。	是，本次投资后公司实际控制人存在向第三方出售部分公司股份的情形，但投资人未要求履行优先购买权。	否

序号	特殊投资条款名称	义务方	特殊条款主要内容	是否符合《适用指引第1号》要求	是否涉及禁止性情形	是否存在触发情形	公司是否作为义务承担主体并履行义务
5	共同出售权	程岗	芜湖风投本次认购芜湖悠派股份交易完成后，若公司实际控制人提议向第三方出售其直接或间接持有的公司，芜湖风投不行使上述优先购买权时芜湖风投有权以和拟受让方为购买该等股份而提出的同等条件按认缴比例向拟受让方（或其他第三方）出售芜湖风投持有的公司股份。	符合挂牌期间适用的《问题解答（三）》及目前适用的《适用指引第1号》，公司不承担义务或责任，且该条款已彻底终止，并自始无效。	不涉及禁止性情形。	是，本次投资后公司实际控制人存在向第三方出售部分公司股份的情形，但投资人未要求履行共同出售权。	否
6	知情权	公司	芜湖风投本次认购公司股份交易完成后，芜湖风投有权实时了解公司及其境内外控股子公司经营方面的各种信息及相关材料，并有权对公司的管理提出一定的建议。当芜湖风投提出需求，公司需向芜湖风投提供包括但不限于如下信息及材料： （1）月度的资产负债表、利润表、现金流量表； （2）每一期间结束后 30 天内提供经财务总监确认的季度和半年的资产负债表、利润表、现金流量表、财务状况说明书及其它附表等财务会计报表； （3）每一财年结束后 45 天内提供本财年的财务报表； （4）3 个月内提供经审计的本财年财务报表； （5）每一财年结束前 60 日内提供下一财年的年度预算及经营计划； （6）会议后 10 天内向丙方提供股东大会会议纪要。	挂牌期间实质符合当时适用的《问题解答（三）》要求，公司仅为该特殊知情权条款的义务承担主体，不涉及经济性义务，且当时适用的《问题解答（三）》未明确要求不得存在“不符合法律法规关于剩余财产分配、查阅、知情等相关权利的规定”情形；该条款已彻底终止，并自始无效，现符合《适用指引第1号》要求。	如左述情况，实质不涉及禁止性情形。	芜湖风投通常要求公司提供年度及半年度财务报表等资料。	公司为义务承担主体，且已按投资人要求履行相应义务，不涉及经济性义务。

二、说明前述特殊投资条款是否存在触发情形，公司是否作为义务承担主体并履行义务，如是，是否存在损害公司利益及其他股东合法权益的情形；

经核查，前述特殊投资条款的触发情形及公司作为义务承担主体并履行义务等情况如下：

（一）悠派股份、程岗、芜湖沃德与原股东金通安益之间曾存在的特殊投资条款相关情况

1、关于特殊投资条款的触发情形

公司、程岗、芜湖沃德与原股东金通安益之间曾存在的特殊投资条款中，公司财务知情权、业绩目标及补偿、优先购买权、共同出售权、投资人回购权、并购合作、问询权、控制权稳定及投资人权益保障等条款存在触发情形，具体情况详见本题回复“一、以列表形式说明前次挂牌期间签署但未披露的特殊投资条款，逐条说明是否符合《全国中小企业股份转让系统股票定向发行业务规则适用指引第1号》要求，是否涉及禁止性情形”。

2、公司作为义务承担主体并履行义务的情况，及是否存在损害公司利益及其他股东合法权益的情形

公司、程岗、芜湖沃德与原股东金通安益之间曾存在的特殊投资条款中，仅公司财务知情权、业绩目标及补偿、并购合作及问询权条款涉及公司作为义务承担主体，其中：（1）公司财务知情权条款，公司仅为该特殊知情权条款的义务承担主体，且已履行了定期提供财务报表等义务，不涉及经济性义务；（2）业绩目标及补偿条款，关于“公司有义务尽力实现和完成最佳的经营业绩”的约定属于倡导性要求，而非强制性义务，未涉及公司具体补偿或回购责任，且投资人金通安益未要求进行补偿；（3）并购合作条款，公司仅作为并购合作的配合主体，并非主要业务承担主体，且各方未实际进行合作并购，不涉及公司履行配合义务；（4）问询权条款，公司作为配合股东行使知情、问询权的义务承担主体，并已履行相关询问回复义务，不涉及经济性义务。该等条款及其履行过程中均不存在损害公司利益及其他股东合法权益的情形。具体情况详见本题回复“一、以列表形式说明前次挂牌期间签署但未披露的特殊投资条款，逐条说明是否符合《全国中小企业股份转让系统股票定向发行业务规则适用指引第1号》要求，是否涉及禁止性情形”。

（二）悠派股份、程岗、芜湖沃德与芜湖风投之间曾存在的特殊投资条款相关情况

1、关于特殊投资条款的触发情形

公司、程岗、芜湖沃德与原股东芜湖风投之间的特殊投资条款中，上市及业绩承诺、股份回购请求权、反稀释条款、优先购买权、共同出售权、知情权等条款存在触发情形，具体情况详见本题回复“一、以列表形式说明前次挂牌期间签署但未披露的特殊投资条款，逐条说明是否符合《全国中小企业股份转让系统股票定向发行业务规则适用指引第1号》要求，是否涉及禁止性情形”。

2、公司作为义务承担主体并履行义务的情况，及是否存在损害公司利益及其他股东合法权益的情形

公司、程岗、芜湖沃德与原股东芜湖风投之间曾存在的特殊投资条款中，仅知情权条款涉及公司作为义务承担主体，且公司已在该条款有效期内按投资人要求履行相应义务，该条款及其履行过程中均不存在损害公司利益及其他股东合法权益的情形。具体情况详见本题回复“一、以列表形式说明前次挂牌期间签署但未披露的特殊投资条款，逐条说明是否符合《全国中小企业股份转让系统股票定向发行业务规则适用指引第1号》要求，是否涉及禁止性情形”。

三、说明公司时任董事、监事、高级管理人员是否知晓相关情况，相关知情人员是否告知时任中介机构相关情况。

根据公司实际控制人及时任董事会秘书出具的说明并经公司确认，公司前次挂牌期间，公司实际控制人和时任董事会秘书知悉特殊投资条款相关情况，但其因对相关特殊投资条款的认定不准确，对相关情况信息披露要求认知不足，亦未将相关情况告知前次申报期间的主办券商等中介机构，导致未能及时披露。除实际控制人和时任董事会秘书知悉该等特殊投资条款外，公司其他时任董事、监事和高级管理人员不知悉相关情况。

四、请主办券商、律师核查上述事项，并发表明确意见。

（一）事项（1）的核查程序及核查意见

就事项（1），主办券商、律师采取的核查程序如下：

1、查阅股转公司出具的《关于同意芜湖悠派护理用品科技股份有限公司股票在全国中小企业股转系统挂牌的函》及《关于同意芜湖悠派护理用品科技股份有限公司股票终止在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》；

2、查阅前次挂牌期间公司在股转系统披露的股票定向发行相关公告文件；

3、查阅公司前次挂牌期间的含有特殊投资条款的协议及解除协议；

4、查阅《适用指引第1号》中关于特殊投资条款的规范性要求及禁止性情形。

经核查，主办券商及律师认为：

公司已以列表形式说明前次挂牌期间签署但未披露的特殊投资条款，并已逐条说明相关条款是否符合《全国中小企业股份转让系统股票定向发行业务规则适用指引第1号》要求，以及涉及禁止性的情形。

（二）事项（2）的核查程序及核查意见

就事项（2），主办券商、律师采取的核查程序如下：

1、与公司实际控制人及时任董事会秘书了解前次挂牌期间关于特殊投资条款的信息披露情况、实际触发情况、履行情况并取得其出具的说明函；

2、查阅前次挂牌期间公司在股转系统披露的年度报告等公告文件，确认相关特殊投资条款的触发情况、实际履行情况。

经核查，主办券商及律师认为：

公司已说明前述特殊投资条款存在的触发情形，及公司作为义务承担主体并履行义务情况，相关特殊投资条款及其履行过程中不存在损害公司利益及其他股东合法权益的情形。

（三）事项（3）的核查程序及核查意见

就事项（3），主办券商、律师采取的核查程序如下：

与公司实际控制人及时任董事会秘书了解前次挂牌期间关于特殊投资条款未披露相关原因、知情人情况及是否告知时任主办券商等中介机构，并取得其出具的说明函。

经核查，主办券商及律师认为：

公司前次挂牌期间，公司实际控制人和时任董事会秘书知悉特殊投资条款相关情

况，公司其他时任董事、监事和高级管理人员不知悉相关情况。公司实际控制人和时任董事会秘书因对相关特殊投资条款的认定不准确，对相关情况信息披露要求认知不足，未将相关情况告知前次申报期间的主办券商等中介机构。

问题 3.关于销售情况。

根据申报文件及前次问询回复，（1）报告期内，公司销售模式以向电商平台直接销售、线上直销和线下OEM为主，主要以境外销售为主，2023年净利润大幅上涨且由亏转盈，毛利率变动明显且高于同行业可比公司；（2）公司主要客户包括亚马逊、京东集团；（3）报告期内，公司存在同时向Unicharm Corporation采购高分子材料和销售产品的情况。

请公司：（1）结合公司主营业务，说明公司业务模式与同行业可比公司相比是否存在明显差异，是否符合行业惯例；收入确认时点是否准确，是否符合行业惯例，是否存在收入跨期的情形，是否符合《企业会计准则》的相关规定；说明报告期内公司口罩产线利用率情况、固定资产减值损失计提情况、依据及准确性，存货跌价损失计提情况、依据及准确性；结合报告期内资产减值损失计提明细、毛利率变动原因、期间费用等利润表波动情况，说明公司净利润大幅上涨的原因及合理性，是否存在跨期调节成本或利润的情形；（2）结合公司向主要电商平台直接销售的具体合同内容，说明公司与各电商平台交易收入确认的具体时点及合理性，是否为买断式销售及原因、合理性，是否符合《企业会计准则》的相关规定；（3）说明公司向Unicharm Corporation采购高分子材料是否由客户指定，采购材料是否仅用于向Unicharm Corporation销售产品的加工，客商重合中采用总额法或净额法确认收入的依据，是否符合《企业会计准则》的相关规定。

请主办券商、会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见；（2）说明对营业收入的函证回函比例较低的原因，采用的具体替代性措施和其他有效核查程序、核查内容和核查结论，是否能够确认营业收入的真实、准确、完整。

回复：

一、结合公司主营业务，说明公司业务模式与同行业可比公司相比是否存在明显差异，是否符合行业惯例；收入确认时点是否准确，是否符合行业惯例，是否存在收入跨期的情形，是否符合《企业会计准则》的相关规定；说明报告期内公司口罩产线利用率情况、固定资产减值损失计提情况、依据及准确性，存货跌价损失计提情况、依据及准确性；结合报告期内资产减值损失计提明细、毛利率变动原因、期间费用等利润表波动情况，说明公司净利润大幅上涨的原因及合理性，是否存在跨期调节成本

或利润的情形；

（一）结合公司主营业务，说明公司业务模式与同行业可比公司相比是否存在明显差异，是否符合行业惯例；

报告期内，公司主要从事一次性卫生用品的研发、生产与销售，主要产品包括宠物护理用品（包括宠物尿垫、宠物纸尿裤等）、成人护理用品（包括成人纸尿裤、成人护理垫、吸水巾等）和个人护理用品（洗脸巾、柔纸巾、湿厕纸、口罩等）。公司主要以自有品牌产品销售为主，销售方式主要为向电商平台直接销售、线上直销等，报告期各期自有品牌销售占比均超过 70%。公司主营业务收入区分境内境外、线上线下、不同销售模式列示如下：

单位：万元

分类			2024年1-8月		2023年度		2022年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内	线上	电商平台	4,360.75	6.44%	5,928.74	6.19%	7,289.97	8.11%
		线上直销	16,649.62	24.60%	25,460.73	26.56%	31,949.19	35.54%
		小计	21,010.37	31.04%	31,389.48	32.75%	39,239.16	43.65%
	线下	线下OEM	1,750.40	2.59%	2,261.81	2.36%	3,183.99	3.54%
		线下经销	28.50	0.04%	9.16	0.01%	-	-
		线下贸易	1,114.58	1.65%	1,740.75	1.82%	1,866.92	2.08%
		线下直销	1,185.48	1.75%	2,526.70	2.64%	2,184.15	2.43%
		小计	4,078.96	6.03%	6,538.43	6.82%	7,235.07	8.05%
	合计		25,089.34	37.07%	37,927.90	39.57%	46,474.23	51.70%
境外	线上	电商平台	23,112.34	34.15%	28,838.91	30.09%	18,427.85	20.50%
		线上直销	2,500.06	3.69%	1,844.55	1.92%	1,373.21	1.53%
		小计	25,612.40	37.84%	30,683.46	32.01%	19,801.07	22.03%
	线下	线下OEM	15,542.25	22.96%	24,999.36	26.08%	19,090.43	21.24%
		线下经销	-	-	-	-	-	-
		线下贸易	1,435.27	2.12%	2,238.11	2.33%	4,527.12	5.04%
		线下直	3.63	0.01%	6.03	0.01%	0.19	0.00%

分类		2024年1-8月		2023年度		2022年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
	销						
	小计	16,981.15	25.09%	27,243.51	28.42%	23,617.74	26.27%
	合计	42,593.55	62.93%	57,926.97	60.43%	43,418.81	48.30%
合计		67,682.89	100.00%	95,854.87	100.00%	89,893.04	100.00%

同行业可比公司业务模式如下：

1、依依股份

根据依依股份披露的 2024 年年度报告，依依股份主要从事一次性卫生护理用品及无纺布的研发、生产和销售，主要产品为宠物卫生护理用品及个人卫生护理用品，宠物一次性卫生护理用品占营业收入的 94.02%，其主要产品包括宠物垫、宠物尿裤、宠物清洁袋、宠物湿巾、宠物垃圾袋等。

目前，依依股份主营业务收入主要来源于境外市场，2023 年-2024 年，其境外收入占比均超过 90%，产品主要销往美国、日本、欧洲等国家和地区。在国外市场，依依股份主要采用 ODM/OEM 模式向大型宠物用品品牌运营商、商超和电商平台销售产品，少部分产品以自有品牌模式向商超和电商平台销售。

在国内市场，依依股份主要采用直销和经销的方式进行销售。国内宠物一次性卫生护理用品市场起步较晚，依依股份自有品牌“乐事宠（HUSHPET）”、“一坪花房”宠物尿垫、宠物尿裤、宠物清洁袋等主要通过经销商、京东自营、天猫、抖音等进行销售。随着国内宠物市场的快速发展，国内也迅速成长了一批知名的宠物品牌运营商，如耐威克·宠物品牌运营商上海耐威克宠物用品有限公司。这些宠物品牌运营商也主要依靠供应链采购，依依股份以 ODM/OEM 方式拓展上述国内宠物品牌运营商。依依股份自有品牌个人一次性卫生护理用品“多帮乐”、“爱梦园”护理垫，“依依”卫生巾和护垫等主要通过经销商、天猫、京东销售。同时，依依股份也以 ODM/OEM 方式向沃尔玛等商超销售个人一次性卫生护理产品。

2023-2024 年度，依依股份不同业务模式的销售收入及占比情况如下：

业务模式	2024 年度		2023 年度	
	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比
ODM\OEM	162,373.77	90.33%	122,091.58	91.29%

业务模式	2024 年度		2023 年度	
	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比
自有品牌	17,384.89	9.67%	11,644.73	8.71%
合计	179,758.66	100.00%	133,736.31	100.00%

2、可靠股份

可靠股份主要从事一次性卫生用品的设计、研发、生产和销售，产品包括成人失禁用品、女性卫生用品、婴儿护理用品和宠物卫生用品等。在业务构成上，公司的自主品牌业务以成人护理产品为核心，涵盖了多个满足不同消费者需求的产品线，ODM 业务则专注于婴儿系列产品和宠物系列产品。

对于自主品牌业务，公司采取了多元化的销售模式，包括经销商模式，通过与各地经销商的紧密合作，实现产品的广泛分销；直营零售模式，直接面向消费者，提供品牌体验和售后服务；KA 模式，与大型连锁超市、百货商场等重点客户建立长期合作关系，提升品牌形象和市场渗透率；以及线上销售模式，通过在天猫、京东、拼多多等电商平台上开设官方旗舰店或专营店向消费者销售商品，拓展电商分销体系；同时，积极拓展直播带货、社区团购、抖音、快手以及其他垂直平台等新兴渠道，进一步拓展营销渠道。

2023-2024 年度，可靠股份自有品牌及 ODM 模式的销售收入及占比情况如下：

业务模式	2024 年度		2023 年度	
	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比
ODM	56,759.33	53.70%	56,126.85	53.35%
自有品牌	48,932.83	46.30%	49,087.82	46.65%
合计	105,692.16	100.00%	105,214.67	100.00%

3、豪悦护理

豪悦护理主要从事妇、幼、成人卫生护理用品的研发、制造与销售业务，产品涵盖婴儿纸尿裤、成人纸尿裤、经期裤、卫生巾、湿巾等一次性卫生用品，主要有婴儿卫生用品、成人卫生用品及其他产品等。2024 年度，豪悦护理实现营业收入 29.29 亿元，其中婴儿卫生用品收入 20.60 亿元，占营业收入 70.32%；成人卫生用品收入 5.52 亿元，占营业收入 18.83%。豪悦护理 2024 年境内营业收入占比在 80%以上，豪悦护理上市后年报未披露区分销售模式的营业收入构成。根据其 2020 年 8 月披露的招股说

明书，公司 2017-2019 年不同业务模式的销售收入及占比情况如下：

业务模式	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
ODM	175,876.21	91.59%	126,861.98	89.70%	61,583.58	81.98%
自有品牌	16,153.52	8.41%	14,565.06	10.30%	13,541.22	18.02%
合计	192,029.73	100.00%	141,427.03	100.00%	75,124.79	100.00%

公司业务模式与依依股份、可靠护理及豪悦护理相比，自有品牌销售占比相对较高，符合行业惯例。

（二）收入确认时点是否准确，是否符合行业惯例，是否存在收入跨期的情形，是否符合《企业会计准则》的相关规定；

1、收入确认时点是否准确，是否符合行业惯例，是否存在收入跨期的情形

报告期内，公司针对不同的销售模式执行的收入确认时点、客户对控制权转移、收入确认依据具体情况如下：

区域	销售模式	主要客户/（平台）列举	客户对控制权转移的确认情况	收入确认时间	收入确认依据
境内	电商平台	境内电商平台，如京东	公司将产品送达客户指定地点交付给客户，并经客户签收确认后产品的控制权转移至客户	收到电商平台的确认清单核对无误后确认收入	通过客户的供应商管理系统查询结算清单确认
		境内电商平台，如天猫超市、交通银行信用卡中心、抖音超市	公司将产品送达客户指定地点交付给终端消费者，并经终端消费者签收确认后产品的控制权转移至客户		经客户确认的结算单
	线上直销	境内电商平台自营店铺面对终端消费者	终端消费者通过物流签收货物，产品的控制权转移至终端消费者	对于公司可获取终端消费者确认收货时间的，消费者收货后在电商平台点击“确认收货”或电商平台自动确认收货后公司确认收入；对于电商平台未提供终端消费者确认收货时间的，在满足无理由退货期限后公司确认收入	线上平台账单流水、回款流水

区域	销售模式	主要客户/（平台）列举	客户对控制权转移的确认情况	收入确认时间	收入确认依据
	线下直销/经销/贸易/境内OEM	杭州月半宠物用品有限公司、上海怡亲宠物用品有限公司	客户对货物进行签收确认，产品的控制权转移至客户	公司将商品销售给相关客户，商品已经发出并经相关客户签收后确认收入	发货签收记录
境外	电商平台	亚马逊（Vendor模式）、Chewy	公司将产品交付指定的承运人，产品的所有权和风险转移。	公司在商品发出并经电商平台客户签收或者交付给其委托的物流公司后确认收入	BOL签收单据
	线上直销	亚马逊（Seller模式）	终端消费者通过物流签收货物，产品的控制权转移至终端消费者	公司通过境外B2C平台对外销售，公司收到客户订单后发货，在系统默认签收或消费者确认签收的时点确认销售收入	平台账单流水、回款流水
	一般出口业务	FOB、CIF等交易方式出口	根据国际协定惯例以货物出口报关、提单确认控制权转移至客户	公司根据合同约定将货物发出并报关，在装运港口装运并取得已装船的货运提单时确认收入	出口报关单、货运提单
		工厂交货结算方式，主要为EXW	公司将产品交付指定的承运人，产品的所有权和风险转移。	公司在工厂或仓库将货物交付客户指定承运人时确认销售收入	发货签收记录
	境外本土线下直销/OEM	境外子公司客户	公司将产品送达客户指定地点交付给客户，并经客户签收确认后产品的控制权转移至客户	公司将商品销售给相关客户，商品已经发出并经相关客户签收后确认收入	客户签字确认的物流单或出库单

公司同行业可比公司收入确认政策情况如下：

序号	公司名称	收入确认政策
1	依依股份	本公司销售业务分为内销产品销售和外销产品销售。内销产品收入确认的具体方法为：公司按照订单的要求将产品运送至购货方，并于购货方对货物进行签收后确认收入。外销产品收入确认的具体方法为：外销产品在办理报关出口手续后，根据出口货物报关单注明的出口日期（即开船日期）确认收入。
2	可靠股份	（1）境内销售业务的收入确认方法 1）线下销售业务的收入确认方法 ①到货确认的客户：在公司已根据合同约定将产品交付给购货方，经客户签

序号	公司名称	收入确认政策
		收或对账时确认销售收入。 ②自提客户：在公司已根据合同约定将产品交付给客户委托的物流公司时确认销售收入。 ③委托存放的客户：在公司已根据合同约定将产品生产入库且经客户确认产品质量合格或与客户对账确认结算时确认销售收入。 2) 线上销售业务的收入确认方法 ①自营电商平台：在公司根据订单发出商品，客户收到货物或者系统默认收货、公司收到货款时确认销售收入。 ②电商超市：公司收到客户对账结算单且对账无误时确认销售收入。 ③线上分销平台：其中供销平台，在终端消费者确认收货、公司收到电商平台交付的消费者货款时确认销售收入；其他线上分销平台客户，在公司收到客户对账结算单且对账无误时确认销售收入。 (2) 境外销售业务的收入确认方法 1) 一般境外销售业务：公司已根据合同约定将产品报关，取得提单时确认销售收入。 2) 工厂交货（EXW）结算方式境外销售业务：以在工厂或仓库将货物交付客户指定承运人时确认销售收入。
3	豪悦护理	公司个人卫生用品销售业务属于在某一时点履行的履约义务，内销收入在公司根据合同约定将产品交付给购货方、已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认。外销收入在公司已根据合同约定将产品报关，取得提单，已收取货款或取得了收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认。

注：资料来源为同行业可比公司定期报告

综上所述，公司确认收入时，客户已经取得了商品和服务的控制权，满足收入确认条件，且与同行业可比公司的收入确认政策不存在明显差异，符合行业惯例。收入确认时点严格按照各类销售模式对应的收入确认依据和时点进行确认，不存在收入跨期的情形。

2、是否符合《企业会计准则》的相关规定

根据《企业会计准则第 14 号—收入》相关规定：“企业应当在履行了合同中的履约义务，即客户取得相关商品（或服务）控制权时确认收入。取得相关商品（或服务）控制权，是指能够主导该商品（或服务）的使用并从中获得几乎全部的经济利益。”公司的合同履约义务主要在于向客户提供产品交付，具体收入确认政策与《企业会计准则》相关规定对比分析如下：

序号	控制权转移迹象	公司实际情况	是否满足
1	企业就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务	公司已经提供产品交付，已经享有收款权利，客户支付义务已经产生	是

序号	控制权转移迹象	公司实际情况	是否满足
2	企业已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已经拥有该商品的法定所有权	公司已经完成了产品交付，客户已拥有产品的法定所有权，客户或客户指定的终端消费者已实物占有公司交付的产品	是
3	企业已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品		是
4	企业将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬	公司已经提供产品交付，企业将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬	是
5	客户已接受该商品	公司已经与客户就该产品交付达成一致，双方通过结算单或签收单确认了该项产品交付的完成情况	是

经逐条比照，公司收入确认政策符合《企业会计准则》的规定。

（三）说明报告期内公司口罩产线利用率情况、固定资产减值损失计提情况、依据及准确性，存货跌价损失计提情况、依据及准确性；

1、说明报告期内公司口罩产线利用率情况、固定资产减值损失计提情况、依据及准确性

（1）报告期内公司口罩产线利用率情况

报告期各期，公司口罩产品产能利用率如下：

期间	产线	年产量（万只）	年产能（万只）	产能利用率
2024年1-8月	3D口罩线	785.30	5,200.00	15.10%
	KN95口罩线	-	1,040.00	0.00%
	平面口罩线	1,529.48	4,160.00	36.77%
2023年	3D口罩线	3,329.05	7,800.00	42.68%
	KN95口罩线	176.66	1,560.00	11.32%
	平面口罩线	3,978.13	6,240.00	63.75%
2022年	3D口罩线	30,473.04	31,824.00	95.75%
	KN95口罩线	1,552.60	3,120.00	49.76%
	平面口罩线	7,664.30	14,976.00	51.18%
2021年	3D口罩线	35,605.84	31,824.00	112%
	KN95口罩线	161.24	3,120.00	5%（注）
	平面口罩线	11,291.36	14,976.00	75%

注：2021 年度，公司 KN95 口罩线产能利用率较低，主要原因系受宏观环境影响，KN95 口罩需求较大，公司临时用其他产线改造进行试生产，但改造效果不佳，故障频发，产能较低。2022 年，公司聘请外部专家重新改造后产量有一定提升。

由上表可知，2021-2022 年，公司口罩产线产能利用率相对较高。2023 年起，因宏观环境变化，口罩产品销量锐减，口罩设备存在闲置产能情况。

（2）固定资产减值计提情况、依据及准确性

根据《企业会计准则第8号—资产减值》和《以财务报告为目的的评估指南》的规定，资产减值测试应当估计其可收回金额，然后将所估计的资产可收回金额与其账面价值比较，以确定是否发生减值。资产可收回金额的估计，应当根据其公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。即按照成本法及收益法孰高原则确定固定资产价值，并据此评估减值金额。

同时，固定资产评估报告充分考虑公司在手订单情况及未来业务规划情况。鉴于疫情逐渐稳定，口罩需求逐渐降低，国内口罩市场饱和，存在较大的产能过剩。按照孰高原则，国内口罩产线选取收益法评估资产价值。

根据资产评估师评估结果，公司口罩产线减值计提情况如下：

单位：万元

项目	2023年末	2022年末	2021年末
账面价值（A）（注1）	2,261.51	2,582.77	2,781.82
预计未来现金流量现值（B）	913.00	541.00	2,697.00
评估减值(C=A-B)	1,348.51	2,041.77	84.82
评估减值增加额（D=C2-C1）	-（注2）	1,956.95	84.82
固定资产减值准备期末余额（E）	2,042.90	2,042.90（注3）	84.82
账面原值（G）	3,309.18	3,302.74	3,189.18
减值后累计折旧（H）	806.47	715.74	407.36
累计已计提减值准备金额占固定资产账面净值的比例（I=E/（G-H））	81.63%	78.97%	3.05%

注1：账面价值=固定资产原值-累计折旧的金额。

注2：根据2023年末口罩资产预计未来现金流量情况，2023年末评估减值小于2022年末，由于固定资产减值不可转回，故2023年口罩资产未发生进一步减值。

注3：公司根据各期末资产减值比例细分计算各明细资产减值，由于固定资产减值不可转回，存在下一期单项资产进一步补记减值的情况，故2022年减值准备余额（E）与评估减值（C）存在少量差额。

收益法中，自由现金流量现值由预测期营收情况及费用情况，结合营运资本支出、资产回收价值及对产线的折现率计算得到。口罩产线的主要设备购置于2020年，其经

济使用年限为10年，故本次评估未来现金流量现值计算自2022年至2029年。

由于评估报告实际出具时间为2024年9月，已知2022-2024年1-8月管理层财务报表情况，因此评估中2022-2023年收入数据为自制口罩业务实际数据，成本费用等系分摊测算结果（因不同评估基准日的固定资产原值不同，具体到相同年度折旧金额存在一定差异，导致相同年度成本费用金额存在少量差异）。

2024-2029年度利润表数据为预测数据（不包含外协加工产品收入）。2024年1-8月，公司口罩业务收入1,230.37万元、成本768.40万元，公司预计2024年全年口罩业务收入1,505.19万元、成本1,376.35万元，毛利率为8.56%。公司预计2025年口罩业务进一步萎缩，收入较2024年减少30%，2026年口罩业务收入较2025年进一步减少20%，毛利率为4%，并且后续年度口罩业务收入及毛利率将维持在2026年的水平不变，具有合理性。

此外，各预测期营运资金增加系根据公司历史期间资产周转率等数据测算得到，且根据资产评估的通常做法，假设第一年初营运资金为0。

2021年末，公司口罩产线自由现金流量现值为2,697.00万元，公司对于产线的收入预测情况及计算过程如下：

行次	项目/年度	2021年预测数据							
		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度
1	一、营业收入	15,621.68	4,220.51	1,505.19	1,053.63	842.91	842.91	842.91	842.91
2	减：营业成本	9,277.70	3,744.09	1,381.05	1,006.01	820.57	820.04	819.99	819.83
3	税金及附加	97.39	44.58	14.14	9.82	7.79	7.76	7.77	7.65
4	销售费用	2,553.96	619.99	136.37	92.79	74.00	74.43	74.86	75.22
5	管理费用	779.00	256.40	49.31	31.37	24.51	24.76	25.06	25.31
6	研发费用	349.53	118.14	41.50	28.46	22.68	22.78	22.87	22.96
7	二、利润总额	2,564.09	-562.68	-117.18	-114.82	-106.64	-106.86	-107.63	-108.06
8	减：所得税费用								
9	三、净利润	2,564.09	-562.68	-117.18	-114.82	-106.64	-106.86	-107.63	-108.06
10	加：折旧与摊销	309.46	309.46	309.46	309.46	296.73	288.44	288.44	288.44
11	减：资本性支出	0.00	0.00	0.00	119.24	0.00	0.00	0.00	0.00
12	减：营运资金增加	3,665.94	2,589.73	-715.90	-113.13	-52.28	0.71	0.06	0.04
13	加：最后一期资产处置								501.17
14	加：营运资金回收								195.71

行次	项目/年度	2021年预测数据							
		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度
15	三、自由现金流量	-792.40	2,336.51	908.18	188.53	242.37	180.87	180.75	877.23
16	折现率	12.50%	12.50%	12.50%	12.50%	12.50%	12.50%	12.50%	12.50%
17	年期	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	6.00	7.00	8.00
18	折现期（年中折现）	0.50	1.50	2.50	3.50	4.50	5.50	6.50	7.50
19	折现系数	0.9428	0.8381	0.7450	0.6623	0.5887	0.5233	0.4652	0.4135
20	四、自由现金流量现值	-747.10	1,958.22	676.60	124.85	142.68	94.65	84.08	362.73
21	减：初始投入营运资金								
22	五、累计自由现金流量现值（千位取整）								2,697.00

由于2022年口罩业务收入及利润较高，公司积累了一定的营运资金，而2023年起口罩业务收入锐减，导致公司未来期间尤其是2023年度营运资金需求较小，公司在2023年度自由现金流量现值为1,958.22万元，进而导致在2021年底口罩业务自由现金流量现值较大，为2,697.00万元。

2022年末，公司对于产线的收入预测情况及计算过程如下：

行次	项目/年度	2022年末预测数据						
		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度
1	一、营业收入	4,220.51	1,505.19	1,053.63	842.91	842.91	842.91	842.91
2	减：营业成本	3,726.49	1,378.41	1,004.29	819.31	818.86	818.32	818.34
3	税金及附加	44.58	14.11	9.87	7.78	7.78	7.74	7.56
4	销售费用	623.11	137.07	93.19	74.13	74.59	75.01	75.35
5	管理费用	251.52	48.40	31.03	24.16	24.38	24.60	24.89
6	研发费用	117.93	41.46	28.42	22.64	22.74	22.83	22.92
7	二、利润总额	-543.11	-114.27	-113.16	-105.11	-105.44	-105.59	-106.15
8	减：所得税费用							
9	三、净利润	-543.11	-114.27	-113.16	-105.11	-105.44	-105.59	-106.15
10	加：折旧与摊销	325.27	325.27	324.19	317.40	319.38	314.28	314.28
11	减：资本性支出	0.00	0.00	119.24	99.33	0.00	0.00	0.00
12	减：营运资金增加	897.46	-601.51	-94.03	-43.97	-0.14	0.44	0.05
13	加：最后一期资产处置							563.82
14	加：营运资金回收							158.30
15	三、自由现金流量	-1,115.31	812.51	185.82	156.92	214.08	208.26	930.20
16	折现率	12.46%	12.46%	12.46%	12.46%	12.46%	12.46%	12.46%

行次	项目/年度	2022年末预测数据						
		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度
17	年期	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	6.00	7.00
18	折现期（年中折现）	0.50	1.50	2.50	3.50	4.50	5.50	6.50
19	折现系数	0.9430	0.8385	0.7456	0.6630	0.5895	0.5242	0.4661
20	四、自由现金流量现值	-1,051.70	681.27	138.54	104.03	126.20	109.16	433.56
21	减：初始投入营运资金							
22	五、累计自由现金流量现值（千位取整）	541.00						

由于2023年起口罩业务收入锐减，但2023年度销售成本较高导致亏损543.11万元，且根据评估原理假设2023年初营运资金为0，导致公司在2023年度产生的自由现金流量现值为-1,051.70万元，进而导致在2022年底口罩业务自由现金流量现值较小，为541.00万元。

2023年末，公司对于产线的收入预测情况及计算过程如下：

单位：万元

行次	项目/年度	2023年末预测数据					
		2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度
1	一、营业收入	1,505.19	1,053.63	842.91	842.91	842.91	842.91
2	减：营业成本	1,376.35	1,004.32	820.09	819.64	819.39	818.97
3	税金及附加	14.01	9.75	7.73	7.71	7.57	7.72
4	销售费用	137.76	93.78	74.53	74.91	75.38	75.71
5	管理费用	51.16	32.80	25.38	25.30	25.53	25.70
6	研发费用	41.61	28.51	22.70	22.80	22.90	22.99
7	二、利润总额	-115.70	-115.53	-107.52	-107.45	-107.87	-108.19
8	减：所得税费用						
9	三、净利润	-115.70	-115.53	-107.52	-107.45	-107.87	-108.19
10	加：折旧与摊销	327.81	327.81	321.79	326.67	322.79	322.67
11	减：资本性支出	0.00	124.78	96.31	45.69	5.54	0.00
12	减：营运资金增加	437.46	-133.14	-63.13	-0.51	0.36	0.04
13	加：最后一期资产处置						584.28
14	加：营运资金回收						241.07
15	三、自由现金流量	-225.34	220.65	181.09	174.04	209.02	1,039.80
16	折现率	11.92%	11.92%	11.92%	11.92%	11.92%	11.92%
17	年期	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	6.00
18	折现期（年中折现）	0.50	1.50	2.50	3.50	4.50	5.50

行次	项目/年度	2023年末预测数据					
		2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度
19	折现系数	0.9452	0.8445	0.7546	0.6742	0.6023	0.5382
20	四、自由现金流量现值	-213.00	186.35	136.64	117.33	125.90	559.59
21	减：初始投入营运资金						
22	五、累计自由现金流量现值（千位取整）						913.00

注：折旧摊销费用已体现在营业成本中，且非现金流支出需要在计算自由现金流量时加回来，故折旧摊销金额不影响自由现金流。

由于2024年起口罩业务收入进一步减少，销售成本相对下降导致亏损情况缓解，且根据评估原理假设2024年初营运资金为0，导致公司在2024年度产生的自由现金流量现值为-213.00万元，进而导致在2023年底口罩业务自由现金流量现值较大，为913.00万元。

折现率由权益资本成本、债务资本成本及对应的权益资本比例、债务资本比率计算得到，具体参数如下：

时间	税前折现率 ⑥=⑤/(1-15%)	折现率 ⑤=①×②+③×④	权益资本成本	权益资本比率	债务成本	债务比率
2023年末	11.92%	10.14%	10.89%	90.41%	3.00%	9.59%
2022年末	12.46%	10.59%	11.42%	89.94%	3.22%	10.06%
2021年末	12.50%	10.62%	11.30%	91.57%	3.20%	8.43%

其中，权益资本成本采用资本资产定价修正模型（CAPM）来确定，短期无风险报酬率取沪深两市交易的到期日距评估基准日5-10年的且在评估基准日当月有交易记录的全部国债在评估基准日的到期收益率的算术平均值；债务资本成本以基准日长期LPR利率为基础，并参考公司实际贷款利率进行修正。因此，各评估基准日采用的折现率存在一定的差异。

综上，评估报告中对未来收益的预测具有谨慎性，评估结果具有合理性。报告期各期，公司口罩设备固定资产减值损失的计提按照资产评估结果执行，固定资产减值损失计提准确充分。

2、存货跌价损失计提情况、依据及准确性；

公司存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2024年8月31日			2023年12月31日			2022年12月31日			2021年12月31日		
	期末余额	跌价准备	占比	期末余额	跌价准备	占比	期末余额	跌价准备	占比	期末余额	跌价准备	占比
原材料	5,393.95	1,254.48	23.26%	6,044.66	1,383.88	22.89%	6,738.65	1,135.88	16.9%	6,684.32	1,655.13	24.76%
库存商品	12,531.25	2,618.67	20.90%	11,006.82	2,367.32	21.51%	10,188.61	2,403.48	23.6%	10,477.43	1,531.57	14.62%
发出商品	1,284.13	51.96	4.05%	1,886.44	61.98	3.29%	2,479.78	81.07	3.27%	1,779.77	67.61	3.80%
半成品	7.65	-	-	24.29	-	-	-	-	-	-	-	-
在途物资	709.64	-	-	1,620.88	6.41	0.40%	1,414.70	0.25	0.02%	330.08	-	-
周转材料	524.70	-	-	436.33	-	-	246.91	-	-	166.49	-	-
合计	20,451.32	3,925.11	19.19%	21,019.42	3,819.59	18.17%	21,068.65	3,620.68	17.19%	19,438.09	3,254.31	16.74%

基于公司产品质保期考虑，公司存货跌价的政策为：1）综合考虑可变现净值低于存货成本的差额及以实际库龄按固定比例计提存货跌价准备，1年内按可变现净值低于存货成本的差额计提、1-2年按50%计提、2年以上按100%计提；2）同时考虑特殊因素造成的单项计提情况。两种情形存货跌价计提明细如下：

（1）按库龄计提跌价明细

单位：万元

项目	库龄情况	2024年8月31日			2023年12月31日			2022年12月31日			2021年12月31日		
		期末余额	跌价准备	占比	期末余额	跌价准备	占比	期末余额	跌价准备	占比	期末余额	跌价准备	占比

项目	库龄情况	2024年8月31日			2023年12月31日			2022年12月31日			2021年12月31日		
		期末余额	跌价准备	占比	期末余额	跌价准备	占比	期末余额	跌价准备	占比	期末余额	跌价准备	占比
原材料	1 年以内	3,950.58	94.58	2.39%	4,506.98	89.16	1.98%	5,593.11	147.58	2.64%	5,031.67	80.95	1.61%
	1-2 年	566.94	283.47	50.00%	485.93	242.97	50.00%	314.48	157.24	50.00%	156.94	78.47	50.00%
	2 年以上	341.86	341.86	100.00%	314.48	314.48	100.00%	178.76	178.76	100.00%	165.56	165.56	100.00%
	小计	4,859.38	719.91	14.81%	5,307.39	646.61	12.18%	6,086.35	483.58	7.95%	5,354.17	324.98	6.07%
库存商品	1 年以内	9,930.03	331.56	3.34%	8,467.47	169.76	2.00%	8,055.95	669.02	8.30%	9,048.25	379.86	4.20%
	1-2 年	628.22	314.11	50.00%	683.58	341.79	50.00%	796.41	398.21	50.00%	554.93	277.46	50.00%
	2 年以上	790.16	790.16	100.00%	670.76	670.76	100.00%	253.23	253.23	100.00%	75.49	75.49	100.00%
	小计	11,348.41	1,435.83	12.65%	9,821.81	1,182.31	12.04%	9,105.59	1,320.46	14.50%	9,678.67	732.81	7.57%
合计	1 年以内	13,880.61	426.14	3.07%	12,974.45	258.92	2.00%	13,649.06	816.60	5.98%	14,079.92	460.81	3.27%
	1-2 年	1,195.16	597.58	50.00%	1,169.51	584.76	50.00%	1,110.89	555.45	50.00%	711.87	355.93	50.00%
	2 年以上	1,132.02	1,132.02	100.00%	985.24	985.24	100.00%	431.99	431.99	100.00%	241.05	241.05	100.00%
	小计	16,207.79	2,155.74	13.30%	15,129.20	1,828.92	12.09%	15,191.94	1,804.04	11.87%	15,032.84	1,057.79	7.04%

报告期各期，公司采购的原材料、半成品、在途物资及周转材料主要是以生产为目的而持有，库龄 1 年内的按可变现净值低于存货成本的差额部分计提存货跌价准备。可变现净值是指在日常活动中，产成品估计售价减去从原材料领用至产品完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。由于公司原材料具有较强的通用性，其通用原材料跌价计提的原则为：（1）如果一种原材料在生产一种产品中存在减值，而生产另一种产品不存在减值，则该原材料不存在减值；（2）如果一种原材料在生产不同的产品均存在减值，则采用孰低原则计提减值。报告期各期估计产成品售价为当年产品的平均销售价格，至完工时估计将要发生的成本为当年产品平均生产成本，估计的销售费用以当年平均销售费用率为测算基础，相关税费金额取当年平均税费率为测算依据。

1) 原材料

对于原材料跌价涉及的估计售价、估计费用及至完工时估计成本的具体取值参数，下面以原材料计提跌价和不计提跌价的情况分别进行说明，具体如下：

①原材料计提跌价的情况，以2022年70692-40P*6-HONEYCARE产品中65%PE流延膜18G*450白原材料为例：

项目	参数（元）	备注
产品单位材料成本：	0.3951	22年度平均材料单位成本
产品单位人工成本：	0.0191	22年度平均人工单位成本
产品单位制费成本：	0.0409	22年度平均制造费用单位成本
产品单位成本：	0.4551	-
合同/市场销售单价：	0.4378	22年度产品平均售价
销售费用率：	23.34%	22年度平均销售费用率
产品单位销售费用：	0.1022	-
税金率：	0.19%	22年度平均税费率
产品单位税金：	0.0008	-
单品可变现净值：	0.3348	-
单品材料可变现净值：	0.2748	-
单品材料减值：	-0.1203	-
材料（65%PE流延膜18G*450白）期末数量：	15,457.61	22年末数量
材料（65%PE流延膜18G*450白）期	121,841.57	22年末金额

项目	参数（元）	备注
末金额：		
单品使用数量：	0.0051	BOM表中单品使用数量
可生产可售状态商品数量：	3,029,122.09	-
可生产单位材料成本：	0.0402	-
单位材料成本占比：	10.18%	-
单个材料跌价占比：	-1.22%	-
材料（65%PE流延膜18G*450白）跌价金额：	37,105.90	-

②原材料不计提跌价的情况，以24年70108-50P*6-All-Absorb产品为例：

项目	参数（元）	备注
产品单位材料成本：	0.2333	24年1-8月平均材料单位成本
产品单位人工成本：	0.0149	24年1-8月平均人工单位成本
产品单位制费成本：	0.0758	24年1-8月平均制造费用单位成本
产品单位成本：	0.3240	-
合同/市场销售单价：	0.4483	24年1-8月产品平均售价
销售费用率：	12.98%	24年1-8月平均销售费用率
产品单位销售费用：	0.0582	-
税金率：	0.87%	24年1-8月平均税费率
产品单位税金：	0.0039	-
单品可变现净值：	0.3862	-
是否跌价	否	-

注：期末原材料是否跌价，取决于其产出的产品是否跌价，如生产的产品不跌价，则原材料不跌价。

2）产成品、发出商品

报告期各期，公司持有以备销售的产成品、发出商品，按可变现净值低于存货成本的差额部分计提存货跌价准备。可变现净值是指在日常活动中，产成品估计售价减去估计的销售费用以及相关税费后的金额。报告期各期估计产成品售价为当年产品的平均销售价格，估计的销售费用以当年平均销售费用率为测算基础，相关税费金额取当年平均税费率为测算依据。

（2）原材料、库存商品单项计提跌价明细

报告期各期末，单项计提跌价的情况具体为：对美国工厂与 Hartz 的贴牌业务终

止后遗留的原材料全额计提减值，对美国工厂储存的临期或过期口罩类产品全额计提减值，对悠派、福派的实际已基本无价值的二等品、次品全额计提减值，对福派有质量问题的口罩全额计提减值，具体明细如下：

单位：万元

项目	情况	2024年8月31日		2023年12月31日		2022年12月31日		2021年12月31日	
		期末余额	跌价准备	期末余额	跌价准备	期末余额	跌价准备	期末余额	跌价准备
原材料	美国工厂贴牌业务终止	478.51	478.51	714.52	714.52	644.99	644.99	1,330.15	1,330.15
	二等品次品	56.06	56.06	22.75	22.75	7.31	7.31	-	-
	小计	534.57	534.57	737.27	737.27	652.30	652.30	1,330.15	1,330.15
库存商品	美国工厂口罩	336.79	336.79	306.75	306.75	289.19	289.19	291.79	291.79
	二等品次品	576.03	576.03	562.71	562.71	513.67	513.67	356.93	356.93
	福派口罩质量问题	270.02	270.02	315.55	315.55	280.16	280.16	150.03	150.03
	小计	1,182.84	1,182.84	1,185.01	1,185.01	1,083.02	1,083.02	798.75	798.75
合计	美国工厂贴牌业务终止	478.51	478.51	714.52	714.52	644.99	644.99	1,330.15	1,330.15
	二等品次品	632.09	632.09	585.46	585.46	520.98	520.98	356.93	356.93
	美国工厂口罩	336.79	336.79	306.75	306.75	289.19	289.19	291.79	291.79
	福派口罩质量问题	270.02	270.02	315.55	315.55	280.16	280.16	150.03	150.03
	小计	1,717.41	1,717.41	1,922.28	1,922.28	1,735.32	1,735.32	2,128.90	2,128.90

除单项计提因素外，由于公司对长库龄原材料、库存商品未及时领用消耗或及时出售，导致公司存货跌价计提比例较高，具体包括：1）原材料库龄较长，主要因为公司早期采购口罩材料及其他生产所需材料未及时消耗；2）库存商品长库龄主要为公司相关产品客户重视产品生产日期，早期部分产品生产后未及时出售，公司在积极寻求合适的销售渠道进行处理。3）公司 2022 年前受宏观环境影响生产口罩，2023 年受宏观环境变化影响存在长库龄口罩产品未销售，截至 2024 年 8 月 31 日，1-2 年库龄的口罩产品金额约 250 万元，2 年以上库龄的口罩产品金额约 178 万元，增加了库存商品长库龄结构金额。

报告期各期，公司存货跌价损失的计提均按照上述方法执行，存货跌价损失计提准确充分。

（四）结合报告期内资产减值损失计提明细、毛利率变动原因、期间费用等利润表波动情况，说明公司净利润大幅上涨的原因及合理性，是否存在跨期调节成本或利润的情形；

2021 年度及报告期内，公司资产减值损失计提、期间费用等主要利润表项目波动情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-8月	变动（年化后）	2023年度	变动	2022年度	2021年度
营业收入	68,136.50	6.02%	96,399.55	3.67%	92,989.60	81,827.20
毛利率	32.10%	增长 1.57 个百分点	30.53%	增长 6.24 个百分点	24.29%	21.00%
销售毛利	21,871.82	11.47%	29,430.78	30.30%	22,587.17	17,181.48
期间费用	16,759.76	17.78%	21,343.80	-3.02%	22,007.74	17,488.74
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-1,400.00	36.02%	-1,543.85	-64.13%	-4,304.38	-2,972.21
其中：存货跌价损失	-1,400.00	36.02%	-1,543.85	-24.89%	-2,055.56	-824.64
固定资产减值损失	-	-	-	-100.00%	-2,248.82	-2,147.57
其他收益	988.45	61.30%	919.23	-49.82%	1,831.79	498.78
净利润	3,909.27	-3.86%	6,099.09	-433.68%	-1,827.80	-3,416.47

报告期内，公司营业收入增长较为平稳，净利润 2023 年大幅上涨后增速放缓。增长金额方面，2023 年公司营业收入增长 3,409.95 万元，净利润增长 7,926.89 万元，净利润增幅远高于营业收入，主要系 2023 年公司资产减值损失较小、毛利率提升所致。具体如下：

1、资产减值损失

报告期各期，公司资产减值损失金额分别为-4,304.38 万元、-1,543.85 万元和-1,400.00 万元，其中固定资产减值损失分别为-2,248.82 万元、0 元和 0 元，存货跌价损失分别为-2,055.56 万元、-1,543.85 万元和-1,400.00 万元。2022 年固定资产减值损失金额较大，主要系公司口罩产线产能利用率逐渐降低，根据评估结果计提减值金额较大；当年存货跌价损失金额较大，主要系受宏观环境影响海运费较高，导致美国工厂存货

成本较高，可变现净值与成本间差值较大，故存货跌价损失金额较大。

公司 2021 年资产减值损失金额为-2,972.21 万元，其中固定资产减值损失为-2,147.57 万元，主要原因系：公司为大客户 Hartz 代工生产宠物尿垫产品，且 Hartz 要求全部产品需在美国工厂完成生产，但由于毛利因素公司终止了与 Hartz 的合作。美国工厂生产成本较高，公司短期内预计存在较大的闲置产能，故对美国工厂的宠物尿垫产线计提了固定资产减值损失。

2、毛利率情况

报告期内公司毛利率呈上升趋势。2022 年毛利率为 24.29%，2023 年毛利率为 30.53%，较 2022 年度增长 6.34%。公司主要产品收入及毛利率贡献如下：

项目	销售收入（万元）	收入占比	毛利率	毛利率贡献
2024年1-8月				
主营业务收入	67,682.89	99.33%	31.88%	31.67%
宠物护理用品	50,358.86	73.91%	33.71%	24.92%
成人护理用品	6,263.49	9.19%	19.50%	1.79%
生活用纸	9,338.12	13.71%	30.17%	4.14%
口罩	1,398.66	2.05%	39.88%	0.82%
其他	323.76	0.48%	2.28%	0.01%
其他业务收入	453.62	0.67%	64.87%	0.43%
合计	68,136.50	100.00%	32.10%	32.10%
2023年度				
主营业务收入	95,854.87	99.43%	30.28%	30.11%
宠物护理用品	65,732.77	68.19%	32.89%	22.43%
成人护理用品	10,090.98	10.47%	23.64%	2.48%
生活用纸	13,910.32	14.43%	29.03%	4.19%
口罩	4,811.87	4.99%	20.49%	1.02%
其他	1,308.93	1.36%	0.05%	0.00%
其他业务收入	544.68	0.57%	74.75%	0.43%
合计	96,399.55	100.00%	30.53%	30.53%
2022年度				
主营业务收入	89,893.04	96.67%	24.73%	23.91%
宠物护理用品	50,607.87	54.42%	22.33%	12.15%

项目	销售收入（万元）	收入占比	毛利率	毛利率贡献
成人护理用品	6,779.61	7.29%	11.81%	0.86%
生活用纸	11,485.21	12.35%	13.26%	1.64%
口罩	20,339.62	21.87%	42.91%	9.38%
其他	680.74	0.73%	-17.55%	-0.13%
其他业务收入	3,096.56	3.33%	11.34%	0.38%
合计	92,989.60	100.00%	24.29%	24.29%

（1）宠物护理产品

受益于海运费下降及售价调整，宠物护理产品毛利率 2023 年度显著上涨 10.56 个百分点，并受益于海外拓展加速，宠物护理产品 2023 年销售收入同比增长 29.89%，占营业收入的比例从 54.42%提升至 68.19%，毛利率整体贡献率由 12.15%大幅增加至 22.43%。进而导致宠物护理产品的毛利贡献金额由 11,300.57 万元增长至 21,617.43 万元，增长 10,316.86 万元，占公司整体毛利的 73.45%。

（2）成人护理产品

报告期各期，公司成人护理产品销售收入分别为 6,779.61 万元、10,090.98 万元和 6,263.49 万元，2023 年同比增长 48.84%。同时得益于高毛利的成人护理垫产品占比提升，公司成人护理用品毛利率上涨。以上因素导致成人护理产品的毛利贡献金额由 800.46 万元增长至 2,385.15 万元，增长 1,584.69 万元。

（3）生活用纸

报告期各期，公司生活用纸产品销售收入分别为 11,485.21 万元、13,910.32 万元和 9,338.12 万元，2023 年同比增长 21.11%。同时得益于运费下降且公司应产品力提升进行相应调价，生活用纸毛利率显著上涨。以上因素导致生活用纸产品的毛利贡献金额由 1,522.56 万元增长至 4,038.42 万元，增长 2,515.86 万元。

（4）口罩

报告期各期，公司口罩产品销售收入分别为 20,339.62 万元、4,811.87 万元和 1,398.66 万元。2023 年起，因宏观环境变化口罩产品收入显著下降。2023 年，口罩产品的毛利率显著降低，主要系材料成本升高、且宏观环境变化后，口罩的需求锐减致使单位人工成本变高所致。以上因素导致口罩产品的毛利贡献金额由 8,727.64 万元锐

减至 986.05 万元，下降 7,741.59 万元。

公司 2021 年毛利率水平为 21.00%，低于 2022 年，主要原因为：1）公司与大客户 Hartz 合作期间亏损约 1,500 万元，公司于 2021 年底停止合作。2）2021 年，公司宠物纸尿裤产品尚未完成生产线建设，主要通过外协生产，外协采购成本较 2022 年高约 1,500 万元。

3、期间费用

报告期各期，公司期间费用分别为 22,007.74 万元、21,343.80 万元和 16,759.76 万元，呈现一定的波动。其中报告期各期，公司销售费用分别为 16,157.14 万元、15,128.13 万元和 12,552.37 万元，2023 年下降 1,029.01 万元，主要系公司 2023 年度线上直销业务受口罩需求大幅下降影响有一定下滑，导致线上直销业务相关的市场推广费和平台服务费有所减少。2024 年 1-8 月期间费用年化后同比增长 17.78%，主要原因系公司加大销售推广投入。

综上，结合报告期内公司资产减值损失计提、毛利率变动、期间费用等利润表项目波动情况，公司 2023 年净利润大幅上涨具有合理性，不存在跨期调节成本利润的情形。

二、结合公司向主要电商平台直接销售的具体合同内容，说明公司与各电商平台交易收入确认的具体时点及合理性，是否为买断式销售及原因、合理性，是否符合《企业会计准则》的相关规定；

（一）结合公司向主要电商平台直接销售的具体合同内容，说明公司与各电商平台交易收入确认的具体时点及合理性

报告期内，公司向主要电商平台销售的金额及占比如下：

单位：万元					
期间	序号	客户名称	主要销售产品	销售金额	占电商平台收入比例
2024年 1-8月	1	亚马逊	各类型产品	21,722.42	79.07%
	2	京东	各类型产品	2,565.01	9.34%
	3	Chewy Inc.	各类型产品	1,389.92	5.06%
	4	交通银行股份有限公司 太平洋信用卡中心	各类型产品	1,195.65	4.35%

期间	序号	客户名称	主要销售产品	销售金额	占电商平台收入比例
	5	天猫超市	各类型产品	580.71	2.11%
	合计			27,453.70	99.93%
2023年	1	亚马逊	各类型产品	26,696.73	76.79%
	2	京东	各类型产品	3,423.40	9.85%
	3	Chewy Inc.	各类型产品	2,142.18	6.16%
	4	交通银行股份有限公司太平洋信用卡中心	各类型产品	1,681.43	4.84%
	5	天猫超市	各类型产品	804.78	2.31%
	合计			34,748.53	99.94%
2022年	1	亚马逊	各类型产品	16,513.09	64.21%
	2	京东	各类型产品	4,758.24	18.50%
	3	交通银行股份有限公司太平洋信用卡中心	各类型产品	2,115.46	8.23%
	4	Chewy Inc.	各类型产品	1,916.91	7.45%
	5	天猫超市	各类型产品	275.13	1.07%
	合计			25,578.83	99.46%

公司电商平台模式下合作的电商平台主要为亚马逊（Vendor模式）、京东自营、Chewy、天猫超市、交通银行信用卡中心，其合同中关于货物所有权及货款结算条款描述列示如下：

电商平台	具体合同条款	货物所有权转移的判断	收入确认时点	合理性
亚马逊（Vendor模式）	双方将约定哪一方负责管理产品并支付产品运输至我方的费用。当我方支付运输费用时，贵方应将产品交付给亚马逊指定的承运人，产品的所有权和损失风险将在贵方将产品交付给承运人时转移给我方（国内装运）或产品在出口港口清关出口并交付承运人时（国际装运）。当贵方支付运输费用时，产品的所有权和损失风险将在我方接受产品时转移给我方。	销售合同风险转移条款规定，如运费由客户支付，公司将产品交付指定的承运人，产品的所有权和风险将转移。	公司在商品发出并经电商平台客户签收或者交付给其委托的物流公司后确认收入	客户签收时点符合控制权转移条款，收入确认时点合理
京东自营	3.3 乙方自行送货至甲方指定地点的产品，甲方对产品、规格、数量、外包装等进行表面验收。若发现乙方所交付的产品与订单内容不符、外包装破损、挤压变形、标签粘贴（贴码）不符合甲方验收标准等情形的，甲方有权拒收；甲方出具的收货凭证不得以任何方式被解释为甲方对验收商品内在质量、标识认同，甲方保留入库后	公司将产品交付给京东，京东签收后，产品的所有权转移。	根据合同约定的对账时间，收到电商平台的确认清单核对无误后确认收入	平台出具结算单时点符合控制权转移条款，收入确认时点合理

电商平台	具体合同条款	货物所有权转移的判断	收入确认时点	合理性
	开箱抽检或全检的权利。 3.4 乙方采用快递或第三方物流方式交付产品的，则甲方签收后10日内验收，甲方对产品验收仅限于进行产品表面、型号等方面的检验，若发现乙方交付的产品与订单内容不符、外包装破损、挤压变形、标签粘贴（贴码）不符合甲方验收标准等情形的，甲方有权通知乙方退货，乙方应于接到通知之日起10日（大家电品类为【/】日）内对产品进行相应处理，否则视为乙方自动放弃产品所有权，如产品丢失、毁损等，甲方对此不承担任何责任，如乙方就该产品应向甲方退款或赔偿的，该义务仍应继续履行，且甲方有权从乙方保证金和/或未结货款中扣除；甲方出具的收货凭证不以任何方式被解释为甲方对验收商品内在质量、标识认同，甲方保留入库后开箱抽检或全检的权利。 3.5 甲方按实际收货数量向乙方出具入库单-客户联次并加盖入库印章作为有效收货凭证。			
Chewy	(i)如果产品运输由供应商支付，则在交货目的地接受状况良好的产品后，(ii)对于美国境内的运输，如果产品运输由 Chewy 支付，运输承运人接受状况良好的产品后。	销售合同风险转移条款规定，如运费由客户支付，公司将产品交付指定的承运人，产品的所有权和风险将转移。	公司在商品发出并经电商平台客户签收或者交付给其委托的物流公司后确认收入	客户签收时点符合控制权转移条款，收入确认时点合理
天猫超市	1、供应商通过天猫超市系统进行商品信息维护和商品管理、在指定时间内将商品存放于双方共同确定的仓储服务商提供的仓储存放点。经供应商发布上线并经供应商送货入仓的商品，将可能直接在天猫超市指定渠道进行上架销售，供应商可通过天猫超市系统直接查看相应商品状态。供应商同意天猫超市亦可向天猫超市指定渠道进行分销供货，供应商对天猫超市的销售渠道没有任何限制。 2、消费者下单并支付成功时，依据消费者订单中的供应商商品数量等信息，供应商与天猫超市达成订单（以下简称“订单”）。	企业收到结算单时，产品已交付给终端消费者且由终端消费者签收确认，企业已具有实质的收款权利，此时产品控制权已经转移。	根据合同约定的对账时间，收到电商平台的确认清单核对无误后确认收入	平台出具结算单时点符合控制权转移条款，收入确认时点合理

电商平台	具体合同条款	货物所有权转移的判断	收入确认时点	合理性
	基于双方间寄售的合作模式，商品到仓并经仓储服务商外观验收通过入仓后，商品所有权自消费者成功支付货款并确认收货后方转移至天猫超市且随即由天猫超市转移至消费者，消费者订单确认收货前其不动销、毁损、灭失等法律风险仍由供应商自担。			
交通银行信用卡中心	（一）银行指定银行卡种类以及积分折抵比例等。 （二）商户通过积分兑换专区及/或其所属平台向银行提交商品兑换交易相关信息。 （三）持卡人登录积分兑换专区（客户端页面）兑换商品生成订单并完成兑换交易金额支付（含积分折抵金额），银行按照相应金额从持卡人的指定银行卡账户扣收交易积分和款项（如有）。 （四）银行将支付成功的订单资料通过积分兑换专区及/或其所属平台提供给商户； （五）商户应根据订单资料，及时完成商品的配送、交付或提供，就无需配送的订单向指定收货人手机号码发送包含动态验证码的手机短信；	企业收到结算单时，产品已交付给终端消费者且由终端消费者签收确认，企业已具有实质的收款权利，此时产品控制权已经转移。	根据合同约定的对账时间，收到电商平台的确认清单核对无误后确认收入	平台出具结算单时点符合控制权转移条款，收入确认时点合理

（二）是否为买断式销售及原因、合理性，是否符合《企业会计准则》的相关规定

定

电商平台	合同货物所有权转移条款	不同平台是否为买断式销售分析
亚马逊Vendor模式	公司将产品交付给亚马逊指定的承运人，产品的所有权和风险将转移。	购销协议有明确的货物所有权转移条款，货物法定所有权转移之后平台按照约定的账期进行付款，属于买断式销售。
Chewy	对于美国境内的运输，如果产品运输由Chewy负责，运输承运人接受状况良好的产品后。	
京东自营模式	公司将产品交付给京东，京东签收后，产品的所有权转移。	公司在境内通过京东自营店进行线上销售，公司根据与京东自营签署的合同将商品发往京东自营仓库，由京东自营负责商品销售、订单管理及物流配送，公司与京东自营直接进行货款结算，京东自营为公司的直接客户。但由于公司与京东自营存在特殊结算条款（毛利率保护条款），货物所有权转移时结算价款并未确定，故待京东出具结算单时确认收入。故京东自营模式为非买断式销售。

电商平台	合同货物所有权转移条款	不同平台是否为买断式销售分析
天猫超市	基于双方间寄售的合作模式，商品到仓并经仓储服务商外观验收通过入仓后，商品所有权自消费者成功支付货款并确认收货后方转移至天猫超市。	公司根据平台要求将产品发往其指定仓库时产品控制权尚未实现转移，产品的权属风险仍由公司承担，此时未对平台实现买断式销售，在平台对其终端客户实现销售并向公司提供销售完成结算单的时候，产品的权属、风险完全转移，公司确认收入。
交通银行信用卡中心	交通银行信用卡中心将支付成功的订单资料通过积分兑换专区及/或其所属平台提供给商户，商户根据订单资料，及时完成商品的配送、交付。	平台自主控制货物销售价格和兑换渠道，商品所有权自终端消费者确认收货后转移至平台，在平台对其终端客户实现销售并向公司提供销售完成结算单的时候，产品的权属、风险完全转移，公司确认收入。

根据《企业会计准则第 14 号—收入》相关规定：“企业应当在履行了合同中的履约义务，即客户取得相关商品（或服务）控制权时确认收入。取得相关商品（或服务）控制权，是指能够主导该商品（或服务）的使用并从中获得几乎全部的经济利益。”公司的合同履约义务主要在于向客户提供产品交付，具体收入确认政策与《企业会计准则》相关规定对比分析如下：

序号	控制权转移迹象	公司实际情况	是否满足
1	企业就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务	公司已经提供产品交付，已经享有收款权利，客户支付义务已经产生	是
2	企业已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已经拥有该商品的法定所有权	公司已经完成了产品交付，客户已拥有产品的法定所有权，客户或客户指定的终端消费者已实物占有公司交付的产品	是
3	企业已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品		是
4	企业将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬	公司已经提供产品交付，企业将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬	是
5	客户已接受该商品	公司已经与客户就该产品交付达成一致，双方通过结算单或签收单确认了该项产品交付的完成情况	是

经逐条比照，公司收入确认政策符合《企业会计准则》的规定。

三、说明公司向 Unicharm Corporation 采购高分子材料是否由客户指定，采购材料是否仅用于向 Unicharm Corporation 销售产品的加工，客商重合中采用总额法或净额法确认收入的依据，是否符合《企业会计准则》的相关规定。

（一）说明公司向 Unicharm Corporation 采购高分子材料是否由客户指定，采购材料是否仅用于向 Unicharm Corporation 销售产品的加工

报告期内，公司主要为Unicharm Corporation提供宠物用品及其他护理用品的代工服务，Unicharm Corporation对于产品的高分子材料有指定型号规定。2022-2023年，受宏观环境影响，全球高分子材料供应紧张，为了保障供应链平稳，经与Unicharm Corporation沟通协商，公司通过Unicharm Corporation采购其指定型号的高分子材料（实际系Unicharm Corporation从高分子供应商住精国际采购），随着高分子材料供应紧张的情况逐渐得到缓解，公司于2024年直接向高分子供应商住精国际采购。

前述高分子材料并非仅用于向Unicharm Corporation销售产品的加工，由于该型号高分子材料单价略高，公司暂未大批量投入其他产品使用，但采购时通常考虑投入产出率及合理损耗会出现少量采购富余的情况，公司对于富余的高分子材料也会投入其他产品使用，避免材料过期或受潮导致毁损。

（二）客商重合中采用总额法或净额法确认收入的依据，是否符合《企业会计准则》的相关规定

根据《企业会计准则第14号-收入》第三十四条规定，企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入；否则，该企业为代理人，应按照净额进行收入确认。在具体判断向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权时，企业不应仅局限于合同的法律形式，而应当综合考虑所有相关事实和情况。这些事实和情况包括：企业承担向客户转让商品的主要责任；企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险；企业有权自主决定所交易商品的价格；其他相关事实和情况。

结合公司和Unicharm Corporation（以下简称“尤妮佳”）业务往来的实际情况，具体分析如下：

项目	具体内容
业务合同的属性类别及主要条款	公司与尤妮佳签订的销售合同及采购合同均为独立的业务合同，合同主要条款对具体购销业务做出相关约定
采购物料是否指定用途	采购合同中未约定采购的物料指定给尤妮佳产品使用

项目	具体内容
物料保管和灭失及价格波动的风险承担	对于公司向OEM客户指定供应商的采购业务，供应商价格变动前会通知OEM客户和公司销售业务人员，公司根据材料变动同步调整售价，价格变动由OEM客户承担。采购物料到货后，公司取得相应材料的所有权，承担存货减值和毁损灭失风险
采购物料和产品销售的定价情况	采购物料定价由供应商自行报价，公司不议价，采购物料价格纳入产品销售价格中；产品销售价格根据客户报价后议价确定，同时根据指定材料供方价格变动调整定价，具有一定的自主定价权
应收/应付账款的信用风险承担	公司根据合同约定向OEM客户提供产品，承担应收款项信用风险，除向尤妮佳采购高分子存在提货后20天内付款外，向其他供应商采购材料均为预付款，承担预付款的信用风险
对原材料加工的复杂程度、加工物料在功能形态方面是否有变化	公司采购高分子材料用于提升尿垫及护理垫产品的吸水性功能，从外观、形态上发生显著改变，采购的原材料与最终销售给其的产品形态相差较大，技术均为公司自有，并非切割、剪裁的初级加工

根据以上具体条款内容，公司向尤妮佳采购高分子材料并销售产成品相关控制权的确认如下：

（1）存货风险：公司与尤妮佳签订材料采购合同，采购物料到货后，公司取得相应材料所有权，承担存货减值和毁损灭失风险；

（2）加工实质：公司采购高分子材料用于提升尿垫及护理垫产品的吸水性功能，从外观、形态上发生显著改变，采购的原材料与最终销售给尤妮佳的产品形态相差较大，技术也均为公司自有，并非切割、剪裁的初级加工；

（3）自主定价权：公司采购物料定价由供应商自行报价，公司不议价，采购物料价格纳入产品销售价格中。产品销售价格根据客户报价后议价确定定价，同时根据指定材料供方价格变动调整定价，具有一定的自主定价权；

（4）应收账款风险：公司与尤妮佳约定向其提供产品，承担应收款项信用风险，向尤妮佳采购高分子存在提货后20天内付款，实际操作中也存在预付，公司承担预付款的信用风险；

（5）客户的适用度：公司为尤妮佳生产的宠物尿垫、成人护理垫为OEM产品，高分子材料为尤妮佳指定材料，暂无对其他客户销售同款产品。但2024年度公司改变从尤妮佳采购材料，转为向材料供应商住精国际直接采购高分子，以满足尤妮佳OEM产品的指定高分子材料需求，前后材料供应商的变动背后向尤妮佳提供产品的本质未发生改变，向尤妮佳采购高分子材料，以及向住精国际采购高分子材料均是为满足于

尤妮佳签订的销售订单服务，按购销业务核算合理。且向尤妮佳提供OEM产品过程中，公司的核心技术全部为自身所有，该技术可适用于其他同类客户，仅客户指定材料有所不同；

（6）指定材料占比较小：尤妮佳基于对尿垫、护理垫产品功能的稳定性及保障程度，指定高分子材料的具体型号，除此之外，对其他原材料并未指定，且报告期各期该类指定高分子材料占公司向尤妮佳销售产品BOM表中物料金额的13%、19%、35%，占比较小。

综上，公司负有向客户交付商品的首要责任，同时承担了交易商品的存货风险，在开展业务时与客户签署合同时有一定的自主定价权，相关商品销售前已取得该商品的控制权，公司向尤妮佳销售产品与采购物料系独立购销业务，签署的是独立的销售合同、采购合同而非委托加工合同，其业务实质不属于委托加工或受托加工，根据收入准则的相关判断原则，公司应按照总额法确认收入，符合《企业会计准则》的规定。

（三）按总额法与净额法两种方式对各期收入和净利润的影响

报告期内，公司向尤妮佳采购材料领用成本金额分别为921.36万元、847.50万元和189.44万元，若分别按总额法和净额法进行核算，各期收入、成本及毛利率、净利润情况变动对比如下：

单位：万元

核算方法	项目	2024年1-8月	2023年度	2022年度
总额法	营业收入①	68,312.80	96,348.36	93,012.04
	营业成本	46,600.35	67,149.48	70,571.73
	毛利率	31.78%	30.31%	24.13%
	净利润③	3,909.27	6,099.09	-1,827.80
净额法	营业收入②	68,123.36	95,500.85	92,090.68
	营业成本	46,410.90	66,301.98	69,650.37
	毛利率	31.87%	30.57%	24.37%
	净利润④	3,909.27	6,099.09	-1,827.80
	收入调减金额③=②-①	189.44	847.51	921.36
	收入调减金额占比④=③/①	0.28%	0.88%	0.99%
	净利润调减金额⑤=③-④	-	-	-

如按净额法核算，将导致报告期内营业收入各期调减金额分别为921.36万元、847.51万元、189.44万元，占各期营业收入比例不足1%，影响较小，未超过营业收入的重要性水平；对净利润无影响。

四、请主办券商、会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见；（2）说明对营业收入的函证回函比例较低的原因，采用的具体替代性措施和其他有效核查程序、核查内容和核查结论，是否能够确认营业收入的真实、准确、完整。

（一）核查上述事项并发表明确意见

1、事项（1）核查程序及核查意见

主办券商、会计师履行的核查程序如下：

（1）访谈业务部门销售负责人，了解公司销售模式及业务流程情况；

（2）区分销售类型（境内、境外、线上、线下）和销售方式（对平台直接销售、线上直销和线下OEM销售等）选取代表性客户进行穿行测试，测试收入确认的凭证与依据，评估收入确认政策的合理性；

（3）收集不同销售类型（境内/境外、线上/线下）主要客户的销售合同，重点关注控制权转移条款及结算方式，分析合同条款是否与收入确认政策一致；

（4）查阅同行业上市公司案例，对比公司收入确认政策与同行业上市公司是否具有行业一致性；

（5）针对线上直销业务，获取电商平台对账单、支付平台流水、物流系统签收记录等，核查收入数据获取的及时性与准确性；

（6）对报告期内资产负债表日前后确认的营业收入实施截止性测试，获取并核对相关样本的收入记账凭证和收入确认相关的单据，包括客户签收单/结算账单、报关单、提单等资料。

（7）获取口罩业务各产线产能及产量，复核口罩业务产线产能的计算方式及产量统计，复核报告期各期口罩设备与口罩业务产能、业务规模情况；

（8）与管理层讨论固定资产在资产负债表日是否存在减值迹象，并取得评估师出具的评估报告（君瑞评报字（2024）第104号、君瑞评报字（2024）第105号、君瑞评报字（2024）第106号），复核口罩产线计提固定资产减值准备的依据是否充分，会计处理是否正确；

（9）取得并复核公司存货库龄明细表，检查各期库龄数据变动的勾稽关系是否存在异常，了解库龄较长的存货内容并分析其合理性；

（10）了解公司存货跌价准备计提政策，分析是否符合企业会计准则相关要求；获取公司存货跌价准备计算表，复核公司计算结果；

（11）查阅可比公司公开信息，对比分析同行业可比公司存货跌价准备的计提方法与计提金额，分析是否与公司存在较大差异。

经核查，主办券商、会计师认为：

（1）公司业务模式与同行业可比公司相比不存在明显差异，符合行业惯例；

（2）公司销售收入的确认时点准确，符合行业惯例，符合《企业会计准则》的相关规定，不存在收入跨期情形；

（3）2022年公司口罩产线利用率较高，随着宏观环境变化，2023年及2024年1-8月利用率较低，公司已对口罩生产设备的固定资产计提充分减值、计提金额准确；公司存货跌价准备计提方法谨慎，依据充分，计提金额准确，符合《企业会计准则》的规定；

（4）由于2022年口罩相关固定资产减值及毛利率偏低的影响，公司2022年出现亏损，随着宏观环境变化，公司2023年净利润大幅上涨具有合理性，不存在跨期调节成本或利润的情形。

2、事项（2）核查程序及核查意见

主办券商、会计师履行的核查程序如下：

（1）访谈销售部门及财务部门，了解电商平台销售主要客户的销售模式和业务流程；

（2）获取并分析与主要电商平台直接销售的具体合同内容，分析风险转移条款、验收条款、退货权、结算方式等；

(3) 查阅同行业上市公司案例，对比公司收入确认政策与同行业上市公司是否具有行业一致性。

经核查，主办券商、会计师认为：

公司向平台直接销售方式下销售商品控制权实质上发生转移，公司与各电商平台交易收入确认的具体时点具有合理性，与电商平台亚马逊（Vendor模式）、Chewy的交易为买断式交易，符合行业惯例，符合《企业会计准则》的相关规定。

3、事项（3）核查程序及核查意见

主办券商、会计师履行的核查程序如下：

(1) 复核报告期内公司对尤妮佳的销售明细、采购明细，销售定价依据、采购定价依据；

(2) 查阅公司与尤妮佳签署的合同、订单等，了解协议中约定的相关条款，分析公司采用总额法的会计处理方式是否符合《企业会计准则》等相关规定；

(3) 抽查公司与尤妮佳相关会计凭证、发票、收付款回单、出库单、入库单、合同、订单等支持性单据，检查相关收付款是否分开核算，是否存在收付相抵情况。

经核查，主办券商、会计师认为：

公司向Unicharm Corporation采购高分子材料由客户指定，采购材料并非仅用于向Unicharm Corporation销售产品的加工，客商重合中采用总额法确认收入的依据充分，符合《企业会计准则》的相关规定。

(二) 说明对营业收入的函证回函比例较低的原因，采用的具体替代性措施和其他有效核查程序、核查内容和核查结论，是否能够确认营业收入的真实、准确、完整。

1、说明对营业收入的函证回函比例较低的原因

(1) 主办券商及会计师函证情况

报告期内，主办券商函证情况如下：

单位：万元			
项目	2024年1-8月	2023年度	2022年度
营业收入	68,136.50	96,399.55	92,989.60
其中：线上直销收入	19,149.94	27,306.83	33,322.42

项目	2024年1-8月	2023年度	2022年度
扣除线上直销营业收入	48,986.57	69,092.73	59,667.18
发函金额	45,454.02	65,148.72	53,072.98
发函比例	92.79%	94.29%	88.95%
回函相符金额	5,186.62	6,396.30	7,582.71
回函相符金额占报表金额比例	11.40%	9.81%	14.28%
回函不符经差异调节确认收入比例	21.16%	25.46%	28.05%
回函（相符+不符调节确认）占营业收入的比例	32.56%	35.27%	42.33%

会计师函证情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-8月	2023年度	2022年度
营业收入	68,136.50	96,399.55	92,989.60
其中：线上直销收入	19,149.94	27,306.83	33,322.42
扣除线上直销营业收入	48,986.57	69,092.73	59,667.18
发函金额	45,454.02	65,148.72	53,072.98
发函比例	92.79%	94.29%	88.95%
回函相符金额	4,684.72	6,978.56	9,577.62
回函相符金额的比例	9.56%	10.10%	16.05%
回函不符经差异调节确认收入比例	20.90%	25.50%	24.82%
回函（相符+不符调节确认）占营业收入的比例	30.46%	35.60%	40.87%

注：上述比例均为对应金额占扣除线上直销营业收入的比例

（2）部分客户回函不符的原因

部分客户回函不符，如京东自营、交通银行信用卡中心、Unicharm Corporation、日纸国际贸易（上海）有限公司等，主要原因包括：1）时间性差异：由于公司和客户对同一笔交易进行会计处理的时间不一致导致的暂时性差异，例如公司于相关商品控制权转移时确认收入，部分被函证客户以收到采购发票时点确认其采购回函金额，导致了回函数据上的差异；此外，在国际贸易中，采用 CIF、FOB 贸易条款的业务，公司依据企业会计准则和国际惯例于货物装船时确认收入，而部分被函证的境外客户以

货物入库时点确认其采购回函金额，导致了回函数据上的差异；上述时间性差异均基于真实交易产生，公司收入确认流程规范，符合企业会计准则的相关规定及行业惯例，回函差异已通过检查差异金额对应的订单明细、开票/账单明细验证合理性和准确性；

2) 税金差异：公司发函金额为含税金额，部分被函证客户回函金额为不含税金额；3) 币种折算差异：公司与部分被函证客户所采用的记账本位币不同，双方使用汇率不一致导致回函差异。具体差异金额及差异率情况列举如下：

①2022 年度主要客户回函差异原因

单位：万元

序号	客户名称	审定金额 (含税)	回函金额	回函差异	差异率	差异调节相符	差异原因
1	京东集团	5,376.81	6,373.34	-996.53	-18.53%	5,376.81	公司按结算单时间确认收入，京东按签收确认采购，双方入账时点不同的时间性差异
2	交通银行股份有限公司太平洋信用卡中心	2,390.47	2,376.66	13.81	0.58%	2,390.47	双方入账时点不同的时间性差异
3	日纸国际贸易（上海）有限公司	2,516.47	2,347.57	168.90	6.87%	2,516.47	双方入账时点不同的时间性差异
4	Unicharm Corporation	5,701.29	5,730.27	-28.98	-0.51%	5,701.29	双方入账时点不同的时间性差异

②2023 年度主要客户回函差异原因

单位：万元

序号	客户名称	审定金额 (含税)	回函金额	回函差异	差异率	差异调节相符	差异原因
1	京东集团	3,868.44	3,717.44	151.00	3.90%	3,868.44	公司按结算单时间确认收入，京东按签收确认采购，双方入账时点不同的时间性差异
2	交通银行股份有限公司太平洋信用卡中心	1,900.02	1,888.86	11.15	0.59%	1,900.02	双方入账时点不同的时间性差异
3	日纸国际贸易（上海）有限公司	5,235.39	5,422.73	-187.35	-3.58%	5,235.39	双方入账时点不同的时间性差异

序号	客户名称	审定金额 (含税)	回函金额	回函差异	差异率	差异调节 相符	差异原因
4	Unicharm Corporation	5,173.04	5,102.37	70.67	1.37%	5,173.04	双方入账时点不同的时间性差异

③2024 年 1-8 月主要客户回函差异原因

单位：万元

序号	客户名称	审定金额 (含税)	回函金额	回函差异	差异率	差异调节 相符	差异原因
1	京东集团	2,898.46	2,388.28	510.18	17.60%	2,898.46	公司按结算单时间确认收入，京东按签收确认采购，双方入账时点不同的时间性差异
2	交通银行股份有限公司太平洋信用卡中心	1,351.08	1,344.53	6.55	0.49%	1,351.08	双方入账时点不同的时间性差异
3	日纸国际贸易（上海）有限公司	3,181.27	3,159.64	21.63	0.68%	3,181.27	双方入账时点不同的时间性差异
4	Unicharm Corporation	3,616.79	2,225.23	1,391.56	38.47%	3,616.79	双方入账时点不同的时间性差异

(2) 部分客户未回函的原因

公司报告期内营业收入函证回函比例较低的原因主要系个别客户如亚马逊（Vendor 模式）不接受函证所致。公司报告期内对亚马逊（Vendor 模式）收入分别为 16,513.09 万元、26,696.73 万元及 21,722.42 万元，占 B 端客户收入比例分别为 34.02%、38.95%及 38.40%。剔除亚马逊（Vendor 模式），主办券商函证回函情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-8月	2023年度	2022年度
营业收入	68,136.50	96,399.55	92,989.60
其中：线上直销收入	19,149.94	27,306.83	33,322.42
扣除线上直销营业收入	48,986.57	69,092.73	59,667.18
亚马逊收入	21,722.42	26,696.73	16,513.09
进一步扣除亚马逊收入后的B端收入	27,264.15	42,396.00	43,154.09
发函金额（扣除亚马逊）	23,731.60	38,451.99	36,559.89
发函比例	87.04%	90.70%	84.72%

项目	2024年1-8月	2023年度	2022年度
回函相符金额	5,230.18	6,400.82	9,306.51
回函相符金额占报表金额比例	19.18%	15.10%	21.57%
回函不符调节确认收入金额	10,365.57	17,592.74	16,738.21
回函不符调节确认收入金额占报表金额比例	38.12%	41.50%	38.79%
回函（相符+不符调节确认）比例	57.30%	56.60%	60.36%

剔除亚马逊（Vendor模式）会计师函证回函情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-8月	2023年度	2022年度
营业收入	68,136.50	96,399.55	92,989.60
其中：线上直销收入	19,149.94	27,306.83	33,322.42
扣除线上直销营业收入	48,986.57	69,092.73	59,667.18
亚马逊收入	21,722.42	26,696.73	16,513.09
进一步扣除亚马逊收入后的B端收入	27,264.15	42,396.00	43,154.09
发函金额（扣除亚马逊）	23,731.60	38,451.99	36,559.89
发函比例	87.04%	90.70%	84.72%
回函相符金额	4,684.72	6,978.56	9,577.62
回函相符金额占报表金额比例	17.18%	16.46%	22.19%
回函不符调节确认收入金额	10,239.27	17,619.52	14,808.03
回函不符调节确认收入金额占报表金额比例	37.56%	41.56%	34.31%
回函（相符+不符调节确认）比例	54.74%	58.02%	56.51%

剔除亚马逊（Vendor 模式）后，报告期各期，主办券商发函比例分别为 84.72%、90.70%、87.04%，回函比例分别为 60.36%、56.60%、57.30%；会计师发函比例分别为 84.72%、90.70%、87.04%，回函比例分别为 56.51%、58.02%、54.74%。

除亚马逊（Vendor模式）外，其他主要未回函客户基本情况如下：

客户名称	基本情况
H-E-B, LP	是一家总部位于美国德克萨斯州的连锁超市。根据 dunnhumby 零

客户名称	基本情况
	售商偏好指数（RPI），H-E-B连续三年被评为美国顶级杂货零售商，拥有超过420家门店，2023年，H-E-B年营收为436亿美元（约3,088亿元人民币）。
Petco Animal Supplies Stores, Inc.	自1965年于美国加州创立，是美国最大宠物连锁零售商之一，拥有超过1500家宠物店，2021全年销售额飙升至58亿美元，净利润达到1.644亿美元。
Chewy Inc.	Chewy是美国最大的纯宠物电子零售商，提供宠物所需的几乎所有产品。公司与宠物行业3500多个最好和最值得信赖的品牌合作，并创建和提供优秀的自有品牌，被誉为“宠物界亚马逊”。2024年全年Chewy净销售额达118.61亿美元，净利润3.93亿美元（约人民币28.8亿元）。

注：以上信息来自公开信息查询。

部分客户未回函的主要原因包括：（1）部分境外客户因商业文化习惯差异及基于财务数据保密性的考虑，回函意愿较低；（2）部分客户经营规模大且核算流程复杂，函证内容核对涉及其内部跨部门沟通，且内部数据确认流程较为复杂，回函意愿较低；（3）个别客户与公司交易规模较小，客户处理回函意愿较低。

综上所述，公司营业收入的函证回函比例较低具有合理性。

2、采用的具体替代性措施和其他有效核查程序、核查内容和核查结论，是否能够确认营业收入的真实、准确、完整

（1）针对未回函情况采取的具体替代措施

1）针对未回函客户，主办券商及会计师抽查相关销售合同/订单、出库单、销售发票、客户签收单/结算单、报关单、提单等支持性单据。主办券商执行替代程序后核查比例如下：

单位：万元

项目	2024年1-8月	2023年度	2022年度
替代程序确认收入占报表金额比例	60.23%	59.02%	46.62%
回函相符、调节及替代占营业收入的比例	92.79%	94.29%	88.95%

如上表所述，报告期各期收入函证及替代程序可以确认的比例分别为88.95%、94.29%和92.79%。

会计师执行替代程序后核查比例如下：

单位：万元

项目	2024年1-8月	2023年度	2022年度
----	-----------	--------	--------

项目	2024年1-8月	2023年度	2022年度
替代程序确认收入占报表金额比例	62.33%	58.69%	48.08%
回函相符、调节及替代的比例	92.79%	94.29%	88.95%

注：上述比例均为对应金额占扣除线上直销营业收入的比例

2) 针对公司第一大B端客户亚马逊（Vendor模式）未回函情况，根据公司与亚马逊邮件沟通得知，亚马逊根据其内部规定不接受第三方中介回函，主办券商已取得公司与亚马逊平台邮件沟通情况作为底稿。经查阅可比公司案例（如鼎阳科技（688112.SH）、致欧科技（301376.SZ）、锦好医疗（872925.BJ）、江波龙（301308.SZ）等），亚马逊（Vendor模式）均未回复函证。

但据了解，亚马逊卖家服务中心提供一种服务机制，卖家通过帮助支持模块发起服务支持申请（Get Support），可以通过邮件、在线聊天、电话等方式描述详细问题和需求，亚马逊对应的团队人员通过卖家提供的联系方式进行处理和回复，上述模式称为亚马逊CASE查询。

简而言之，亚马逊CASE查询是指卖家或第三方通过邮件等方式向亚马逊询问诸如亚马逊后台的销售数据查询路径以及平台销售订单数据的准确性等问题，亚马逊官方对中介机构所提问题进行回复。亚马逊CASE查询的意义，在于亚马逊官方确认了亚马逊后台数据的准确性以及平台交易数据查询路径的有效性、准确性。

主办券商、会计师参考同行业公司处理方式，采取如下替代程序：

①向亚马逊邮件发出函证，确认结算流水的下载地址。由于亚马逊对接人员不向第三方回复相关信息，已请公司同步发送相关确认邮件并抄送主办券商及会计师，目前已收到公司转发的亚马逊回复公司的邮件确认；

②从经确认的下载地址中下载亚马逊的结算流水；

③结合结算流水明细具体Invoice单据号，对亚马逊BOL单据（Bill of Lading的简写，提货单）对应Invoice进行核对，并对结算单据中除Invoice货款之外的其他扣款事项进行调整，确保结算流水与函证金额、收入确认金额的匹配性。

④从亚马逊后台数据接口导出了报告期内亚马逊的全量订单交易数据以进行充分的核查和分析。具体包括销售订单交易明细、各项费用明细等，其中销售订单数据主要包含了产品信息、客户信息、物流配送信息、销售金额及费用信息等。

(2) 其他有效核查程序、核查内容和核查结论，是否能够确认营业收入的真实、准确、完整

1) 境内销售

针对境内销售，公司境内销售以线上直销（淘宝、抖音、拼多多等线上店铺）和电商平台销售（主要为京东自营）为主，主办券商、会计师对境内营业收入执行的其他核查程序如下：

①针对线上直销收入，公司聘请的天健会计师事务所（特殊普通合伙）IT 审计团队对 2022 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日期间公司信息系统控制、信息系统业务数据进行了专项核查（以下简称“IT 审计”），并出具了《芜湖悠派护理用品科技股份有限公司信息系统审计报告》。主办券商及申报会计师以 IT 审计工作为基础，辅以分析性程序、实质性程序，对报告期内公司线上销售收入真实性、准确性、完整性进行了核查。取得主要电商平台的相关协议，了解平台交易规则及结算方式，检查各类店铺后台下载的结算单，与公司收入确认金额进行核对；独立从公司线上第三方资金平台导出报告期内完整流水数据，与公司货币资金序时账进行匹配核对。

结合 IT 审计的核查范围，选取 2022 年度、2023 年度及 2024 年 1-8 月公司线上直销收入贡献较高的 12 个线上店铺，覆盖抖音、拼多多、天猫、京东等主要电商平台，并结合 IT 审计发现的全年订单金额/数量较高、多个收件地址等情形及核查受限的情况，抽取各店铺各期样本，获取样本对应的明细订单并分析收货人、手机号、收货地址、付款时间等信息是否存在异常；通过访谈发行人业务人员了解异常信息是否合理，根据业务流程检查订单在系统中流转情况，获取聊天记录、物流运输信息截图等证据以核查交易真实性和准确性，相关核查样本不存在异常情况。具体抽样标准如下：

抽样性质	统计口径	抽样指标	细节测试抽样标准	核查目的	样本数量
大额	各店铺	订单金额	各期累计订单金额前五大买家 ID 各抽取一个订单	大额买家真实性、合理性	180
异常	各店铺	订单数量	各期累计订单数量前五大买家 ID 各抽取一个订单	高频下单合理性，验证小 b 买家	180
异常	各店铺	收货地址	各期累计收货地址数量前五大买家 ID 各抽取一个订单	多收件地址合理性，验证小 b 买家	180
异常	三品牌主力店铺	订单金额	各期下单金额最大的一个订单	大额采购合理性、发货	9

抽样性质	统计口径	抽样指标	细节测试抽样标准	核查目的	样本数量
				真实性	
异常/IT 审计受限	三品牌主力店铺	订单金额/快递重量	大宗物流及订单金额/快递重量异常的订单，三品牌主力店铺各期一个订单	验证订单金额与包裹重量的匹配性	9
IT 审计受限	管易云订单	缺失数据	仅在管易云订单系统记录的订单典型样本	缺失数据的订单真实性	4
细节测试样本合计					562

访谈主要合作的物流公司，对方均确认不存在悠派股份要求其协助发空包或者跟其产品销售无关的小礼品等虚构销售的情形，不存在为悠派股份提供在天猫等平台上为其店铺刷单、刷评论等服务。报告期内，访谈物流公司的运输费金额占比分别为70.71%、59.46%和57.72%。

②针对境内电商平台如京东自营等的收入真实性核查，取得京东平台导出的结算单明细、核对了结算单中的销售明细、TC运费明细（终端消费者退货的运费）、促销服务费明细、毛利保护扣费明细与账面入账金额。并对京东自营平台的回款流水与结算单进行了核对。

③对公司报告期内的主要境内客户进行走访，了解客户的具体情况、与公司的合作历史、合作背景、交易情况、是否存在关联关系等事项，报告期各期走访金额、占比情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-8月	2023年度	2022年度
境内收入金额（注）	8,859.19	12,961.55	17,576.84
主办券商走访金额	6,299.31	9,863.17	8,686.69
主办券商走访比例	71.10%	76.10%	49.42%
会计师走访金额	3,416.56	4,514.66	6,162.05
会计师走访比例	38.57%	34.83%	35.06%

注1：此处收入金额为扣除线上直销渠道的收入金额。

注2：会计师报告期内境内主要客户实地走访比例如上表分别为35.06%、34.83%和38.57%，实地走访比例较低，但会计师已获取券商及前任会计师有关《客户/供应商访谈记录》等全套底稿，并执行下列核查程序：①核查底稿要素是否完整（含受访对象签字/盖章页、名片/工牌复印件、现场照片、GPS定位记录等）；②交叉核对受访客户/供应商的工商注册地址、办公场所GPS定位与底稿记录是否一致；③抽取未亲自走访的客户/供应商样本，检查其与公司的交易合同、订单、物流单据、验收报告、发票及银行回款记录，验证交易真实性及商业逻辑合理性，并重点核查是否存在异常交易特征；④将走访对象的交易金额与发行人账面记录、客户/供应商提供的采购/销售数据进行双向匹配，识别重大差异并追溯原因。

④对线下贸易及线下经销渠道，取得主要贸易商和经销商的调查表，核查库存和终端销售情况。

2) 境外销售

公司境外销售以电商平台销售（主要为亚马逊）和线下OEM销售为主，主办券商、会计师进行如下核查程序：

①报告期内，主办券商对于境外客户走访确认销售情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-8月	2023年度	2022年度
境外营业收入	42,627.44	57,975.73	43,463.55
其中：线上直销收入	2,500.06	1,844.55	1,373.21
扣除线上直销后境外营业收入	40,127.38	56,131.18	42,090.34
实地走访金额	5,398.28	7,102.14	3,847.29
实地走访比例	13.45%	12.65%	9.14%
视频走访金额	18,988.24	29,241.36	23,942.07
视频走访比例	47.32%	52.09%	56.88%
邮件回复访谈问题金额	5,702.95	5,141.64	3,742.29
邮件回复访谈问题比例	14.21%	9.16%	8.89%
合计走访金额	30,089.47	41,485.15	31,531.64
合计走访比例	74.98%	73.91%	74.91%

注1：上述比例均为对应金额占扣除线上直销后境外营业收入的比例。

注2：会计师报告期内对境外主要客户虽未实地走访，但会计师已获取券商及前任会计师有关《客户/供应商访谈记录》等全套底稿，并执行下列核查程序：①核查底稿要素是否完整（含受访对象签字/盖章页、名片/工牌复印件、现场照片、GPS定位记录等）；②交叉核对受访客户/供应商的工商注册地址、办公场所GPS定位与底稿记录是否一致；③抽取未亲自走访的客户/供应商样本，检查其与公司的交易合同、订单、物流单据、验收报告、发票及银行回款记录，验证交易真实性及商业逻辑合理性，并重点核查是否存在异常交易特征；④将走访对象的交易金额与发行人账面记录、客户/供应商提供的采购/销售数据进行双向匹配，识别重大差异并追溯原因。

②针对境外电商平台客户，主办券商、会计师对公司与电商平台销售收入真实性执行如下替代检查程序：

A、了解并测试与亚马逊销售相关的内部控制，对报告期销售订单、销售发票、

BOL单、回款执行穿行测试；

B、登录并查询了亚马逊供应商系统，查看亚马逊下单采购情况，核对了亚马逊付款流水与公司当期收入确认的匹配性；

C、查询了经销商亚马逊的供应商系统，了解亚马逊所持有发行人产品的库存数据、期间对外销售数据，以了解其销售情况、分析其库存数量的合理性；

D、实施细节测试对报告期亚马逊销售订单对应的BOL单据抽样检查，各期检查比例在80%以上。

③对于境外线上销售，公司主要为亚马逊C端店铺销售，具体销售流程如下：

业务模式	仓储物流模式	合同流	货物流	资金流
线上直销	平台仓储模式，公司发货至亚马逊电商仓	每笔销售基于平台上买家的具体零售订单进行交易，卖家直接与最终消费者进行销售。	亚马逊根据买家的订单，通过合作物流商将商品从亚马逊仓库发货到客户手中。	亚马逊根据订单支付款项，扣除平台费用、广告费等相关费用后，将结余存入卖家的亚马逊账户。每个账期为14天，亚马逊会按此周期将款项打款到卖家指定的收款账号。

针对亚马逊C端店铺，主办券商、会计师获取了报告期线上店铺下载的结算清单明细，并与账面收入确认金额核对。

④针对境外OEM客户，主办券商对公司OEM模式主要客户及走访、函证情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	销售金额	占比	是否走访	是否回函
2024年1-8月	1	Unicharm Corporation	3,611.61	23.24%	是	是
	2	日纸国际贸易（上海）有限公司	2,646.71	17.03%	是	是
	3	United Living Pty Ltd	2,385.04	15.35%	否	是
	4	H-E-B, LP	1,648.09	10.60%	否	否
	5	Yuhan-Kimberly.Co. Ltd.,	948.69	6.10%	否	是
	合计		11,240.14	72.32%	-	-
2023年	1	Unicharm Corporation	5,166.70	20.67%	是	是
	2	日纸国际贸易（上海）有限公司	4,734.13	18.94%	是	是
	3	United Living Pty Ltd	2,916.12	11.66%	否	是
	4	H-E-B, LP	2,598.35	10.39%	否	否
	5	Petco Animal Supplies Stores, Inc.	2,198.05	8.79%	否	否

期间	序号	客户名称	销售金额	占比	是否走访	是否回函
		合计	17,613.36	70.46%	-	-
2022年	1	Unicharm Corporation	5,701.22	29.86%	是	是
	2	United Living Pty Ltd	2,695.64	14.12%	否	是
	3	日纸国际贸易（上海）有限公司	2,021.80	10.59%	是	是
	4	H-E-B,LP	2,139.29	11.21%	否	否
	5	Yuhan-Kimberly.Co. Ltd.,	1,904.76	9.98%	否	是
		合计	14,462.70	75.76%	-	-

注：上表统计口径为境外线下OEM收入，部分OEM客户存在境内销售部分。

针对境外OEM客户销售，已走访客户占报告期各期境外OEM客户收入比例为40.45%、39.60%、40.27%；发函占比为93.34%、95.86%、87.58%，已回函64.55%、51.27%、61.72%；并对报告期内单笔超过100万的大额流水进行抽凭测试，获取相关销售合同/订单、销售发票、报关单、提单、签收单、银行回单等收入确认支持性文件，报告期各期流水核查覆盖客户对应境外OEM收入比例分别为82.21%、89.90%、88.87%。

会计师对公司OEM模式主要客户函证情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	销售金额	占比	是否回函
2024年1-8月	1	Unicharm Corporation	3,611.61	23.24%	是
	2	日纸国际贸易（上海）有限公司	2,646.71	17.03%	是
	3	United Living Pty Ltd	2,385.04	15.35%	是
	4	H-E-B, LP	1,648.09	10.60%	否
	5	Yuhan-Kimberly.Co. Ltd.,	948.69	6.10%	否
		合计	11,240.14	72.32%	-
2023年	1	Unicharm Corporation	5,166.70	20.67%	是
	2	日纸国际贸易（上海）有限公司	4,734.13	18.94%	是
	3	United Living Pty Ltd	2,916.12	11.66%	是
	4	H-E-B, LP	2,598.35	10.39%	否
	5	Petco Animal Supplies Stores, Inc.	2,198.05	8.79%	否
		合计	17,613.36	70.46%	-
2022年	1	Unicharm Corporation	5,701.22	29.86%	是
	2	United Living Pty Ltd	2,695.64	14.12%	是

期间	序号	客户名称	销售金额	占比	是否回函
	3	日纸国际贸易（上海）有限公司	2,021.80	10.59%	是
	4	H-E-B,LP	2,139.29	11.21%	否
	5	Yuhan-Kimberly.Co. Ltd.,	1,904.76	9.98%	否
	合计		14,462.70	75.76%	-

注：上表统计口径为境外线下OEM收入，部分OEM客户存在境内销售部分。

针对境外OEM客户销售，发函占比为93.34%、95.86%、87.58%，已回函54.58%、51.27%、55.61%；并对报告期内上述主要境外OEM客户大额流水进行抽凭测试，报告期各期流水核查覆盖率分别为70.08%、78.01%、82.59%。

⑤核查公司各报告期末应收账款余额的期后回款情况及逾期情况，截至2024年12月31日，公司境外客户期后回款比例分别为99.48%、99.24%、96.30%。

⑥抽取部分订单执行穿行测试，取得合同、订单、出库单、报关单、BOL单、回款单等材料，核查收入确认相关内部控制的有效性。

⑦取得公司从海关系统导出的覆盖公司报告期所有报关信息的报关记录，查阅增值税纳税申报表相关的出口退税记录，与境外收入进行匹配性分析，核实公司外销收入的真实性、准确性和完整性。

⑧对境外销售执行细节测试和截止性测试：获取报告期内境外收入明细，检查了主要客户相关销售合同、出库单、销售发票、报关单、提单、银行回单等支持性文件，核查销售的真实性和准确性；对报告期各期资产负债表日前后一个月内确认的境外销售收入实施截止性测试，获取并核对相关样本的收入记账凭证和收入确认相关的单据，包括销售订单、报关单、提单等资料。

⑨对线下贸易渠道，取得主要贸易商的调查表，核查库存和终端销售情况。

经核查，主办券商、会计师认为：

公司营业收入确认真实、准确、完整，收入确认条件、依据充分，收入确认政策在报告期内已得到一贯执行，不存在收入跨期情形。主办券商、会计师对收入执行的核查程序充分有效，能够确认营业收入的真实、准确、完整。

其他

除上述问题外，请公司、主办券商、律师、会计师对照《非上市公司监督管理办法》《非上市公司信息披露内容与格式准则第1号——公开转让说明书》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第1号》等规定，如存在涉及公开转让条件、挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明；如财务报告审计截止日至公开转让说明书签署日超过7个月，请按要求补充披露、核查，并更新推荐报告。

回复：

公司、主办券商、申报律师、申报会计师已对照《非上市公司监督管理办法》《非上市公司信息披露内容与格式准则第1号——公开转让说明书》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第1号》等规定进行核查，公司不存在涉及公开转让条件、挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

公司财务报告审计截止日为2024年8月31日，至本次公开转让说明书签署日已超过7个月，公司已在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“十/（一）提请投资者关注的资产负债表日后事项”中补充披露期后6个月的主要经营情况及重要财务信息，主办券商已更新推荐报告。

一、2024 年度经营业绩变动说明

公司2023年度、2024年度的财务数据如下：

单位：万元			
项目	2024年度	2023年度	同比
营业收入	102,043.48	96,399.55	5.85%
营业毛利	32,450.21	29,430.78	10.26%
营业毛利率	31.80%	30.53%	增加1.27个百分点
期间费用	26,396.31	21,343.80	23.67%
资产减值损失	-1,423.63	-1,543.85	-7.79%
资产处置收益	1,324.73	1.94	68185.05%
其他收益	1,304.57	919.23	41.92%
净利润	5,913.48	6,099.09	-3.04%

项目	2024年度	2023年度	同比
归属于申请挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	3,890.16	5,456.46	-28.71%
经营活动产生的现金流量净额	6,224.46	6,829.57	-8.86%

注：2023 年、2024 年度数据已经中证天通会计师审计，并出具审计报告（中证天通（2025）证审字 21120005 号、中证天通（2025）证审字 21120033 号）。2025 年 1-2 月数据系公司管理层数据，未经审计。下同。

截至2024年12月31日，电商平台和线下OEM模式下，公司B端客户在手订单金额为6,513.65万元。OEM模式下，客户通常提前30天下达订单。对于自主品牌，客户下单频次高，即时性强，公司已提前备货，整体订单完成时间较短，不存在长订单。此外，线上直销模式下，公司从接收终端消费者的订单到完成商品妥投通常在一周内完成。

（一）收入及毛利率

2024年公司营业收入为102,043.48万元，较 2023 年增加5,643.93万元，同比增长 5.85%。公司各主要产品收入及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度			2023 年度		
	收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率
一、主营业务	101,180.15	99.15%	31.73%	95,854.87	99.43%	30.28%
宠物护理用品	75,469.64	73.96%	34.11%	65,732.77	68.19%	32.89%
成人护理用品	9,407.85	9.22%	14.06%	10,090.98	10.47%	23.64%
生活用纸	13,980.55	13.70%	30.65%	13,910.32	14.43%	29.03%
口罩	1,921.81	1.88%	38.27%	4,811.87	4.99%	20.49%
其他	400.29	0.39%	4.31%	1,308.93	1.36%	0.05%
二、其他业务	863.34	0.85%	40.35%	544.68	0.57%	74.75%
合计	102,043.48	100.00%	31.80%	96,399.55	100.00%	30.53%

1、自主品牌产品收入及占比持续提升

公司持续推进宠物、个人护理等产品的自主品牌建设，2024年主营业务收入（剔除口罩产品）中自主品牌销售收入达73,641.27万元，较去年同期上升13.47%；其在主

营业务收入（剔除口罩产品）中占比达74.19%，较去年同期上升2.91个百分点。2022-2024年，公司自主品牌产品收入及占比情况如下：

单位：万元

分类	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
自主品牌	73,641.27	74.19%	64,897.77	71.28%	47,538.22	68.35%
OEM	25,617.06	25.81%	26,145.23	28.72%	22,015.21	31.65%
合计	99,258.33	100.00%	91,043.00	100.00%	69,553.43	100.00%

注：以上为主营业务收入（剔除口罩产品）。

2、宠物尿垫等核心产品稳健增长

公司持续深挖产品结构优化，打造产品差异化特点，宠物尿垫等核心单品实现稳健的增长，2024年宠物护理用品收入同比增长14.81%。成人护理用品方面，由于对部分OEM客户进行降价，导致收入有所下降。生活用纸产品方面，公司2024年营业收入与2023年基本持平。

3、毛利率小幅增长

2024年，公司毛利率为31.80%，较 2023 年上升1.27个百分点，主要系公司毛利较高的产品宠物纸尿裤销售情况持续向好，营收占比提高，助力公司整体毛利率提升。此外公司也持续采用以下措施推动经营改善：（1）完善公司大宗材料招标机制建设，持续推进公开招标比价机制，降低原材料采购成本。（2）强化自主知识产权的高毛利新产品开发，构建竞争力更强的产品矩阵。

4、亚马逊 2024 年四季度收入偏低

2024年四季度，受宏观环境和潜在的政策变化影响，亚马逊在2024年四季度加大海外采购力度，由于亚马逊平台仓库空间有限，而其自悠派美国公司本土采购较为便捷，故降低了对悠派产品的库存水平，导致公司对亚马逊2024年的销售收入受到一定影响。2024年四季度，亚马逊（Vendor模式）对公司的采购额为1,020.87万美元，环比下降11.30%。随着去库存接近尾声，终端客户销售依然延续强劲增长趋势，亚马逊逐渐恢复对悠派的采购水平，2025年一季度，亚马逊（Vendor模式）对公司的采购额为1,366.92万美元，相比2024年三季度增长18.76%，同比2024年一季度增长10.07%。

（二）期间费用

2024年度，公司期间费用及占营业收入比例的情况与2023年度变动情况如下：

单位：万元

项目	2024年度		2023年度		同比变动	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	19,698.19	19.30%	15,128.13	15.69%	4,570.06	3.61%
管理费用	4,198.88	4.11%	4,027.66	4.18%	171.22	-0.07%
研发费用	1,825.84	1.79%	1,705.78	1.77%	120.06	0.02%
财务费用	673.40	0.66%	482.23	0.50%	191.17	0.16%
期间费用合计	26,396.31	25.87%	21,343.80	22.14%	5,052.51	3.73%

1、销售费用

2024年度，公司销售费用为19,698.19万元，较2023年度增加4,570.06万元，增长30.21%。公司销售费用的主要明细项目及与2023年度变动情况如下：

单位：万元

项目	2024年度		2023年度		变动金额
	金额	占比	金额	占比	
市场推广费	12,824.38	65.10%	9,278.05	61.33%	3,546.33
职工薪酬	2,839.44	14.41%	2,481.23	16.40%	358.21
平台服务费	2,680.40	13.61%	2,336.28	15.44%	344.12
居间商佣金	271.12	1.38%	303.13	2.00%	-32.00
仓储费	373.64	1.90%	214.30	1.42%	159.35
折旧摊销费	126.44	0.64%	99.14	0.66%	27.29
展会费	170.83	0.87%	99.84	0.66%	70.99
设计费	80.60	0.41%	55.01	0.36%	25.59
办公费及差旅费	117.06	0.59%	115.91	0.77%	1.15
样品费	112.39	0.57%	61.29	0.41%	51.11
其他	101.88	0.52%	83.95	0.55%	17.93
合计	19,698.19	100.00%	15,128.13	100.00%	4,570.06

2024年度，公司销售费用较2023年度大幅增长的主要原因系市场推广费、平台服务费及职工薪酬增长所致，具体分析如下：

（1）市场推广费

2024年度，公司市场推广费主要为公司为公司在电商渠道进行销售推广而向亚马逊、抖音、天猫、拼多多等主流电商平台以及带货主播、直播平台等支付的销售推广费用。电商平台流量高度集中，头部商家往往占据较高的平台流量资源，若缺乏推广投入，企业难以在搜索排名、活动曝光中占据优势位置，导致产品被淹没在海量竞争中。

2024年度，公司市场推广费较2023年度增加3,546.33万元，主要原因系公司在亚马逊和抖音平台加大推广投入所致。2024年度，公司前五大市场推广费供应商及其对应的推广渠道情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	推广渠道	2024 年度	2023 年度	变动金额
1	Amazon.com, Inc.	亚马逊	6,900.56	4,611.83	2,288.73
2	抖音集团	抖音/TikTok	2,490.91	1,499.54	991.37
3	阿里巴巴集团控股有限公司	天猫、淘宝等	1,073.85	685.34	388.51
4	上海寻梦信息技术有限公司	拼多多	760.19	712.35	47.85
5	Chewy Inc.	Chewy	650.29	415.98	234.32
合计			11,875.80	7,925.03	3,950.77
占市场推广费总额比例			92.60%	85.42%	-

①亚马逊

公司在亚马逊平台实现的线上销售收入与市场推广费的匹配情况及变动情况如下：

单位：万元

电商平台	项目	2024年度	2023年度
亚马逊	销售收入	33,648.90	28,267.87
	市场推广费	6,900.56	4,611.83
	推广费占收入比例	20.51%	16.31%

2024年度，公司在亚马逊平台的市场推广费较2023年度大幅增加2,288.73万元，主要原因系：公司为提高站内市场占有率，增加了亚马逊平台的市场推广投入，导致市场推广费的占比有所增加。2024年度，公司为有效推广自有品牌产品并保持与亚马逊良好的合作关系，在现有推广方案的基础上，于2024年2月与亚马逊签订了销售推广专项协议，加大了推广力度，2024年共计983.12万元人民币。剔除专项推广费后，2024年常规推广费用占当期收入比例为17.59%，与2023年相比相对稳定。

②抖音/TikTok

公司在抖音/TikTok平台实现的线上销售收入与市场推广费的匹配情况及变动情况如下：

单位：万元

电商平台	项目	2024年度	2023年度
抖音/TikTok	销售收入	9,920.99	9,496.20
	市场推广费	2,490.91	1,499.54
	推广费占收入比例	25.11%	15.79%

2024年度，公司在抖音/TikTok平台的市场推广费较2023年度增加991.37万元，主要原因系随着互联网流量红利逐步消失，潜在网购用户增量趋于稳定，互联网平台间流量竞争日益激烈，公司获客渠道集中度减弱，为持续提升公司产品核心竞争力、加强品牌效应，公司加大在抖音渠道的推广力度。另一方面，公司在稳定Cocoyo品牌现有爆款单品“全网销量第一&霸榜抖音宠物尿垫榜”的基础上，进行产品系列的迭代升级，推出了“升级版PRO 春日樱花产品”、“草地自然准尿垫产品”、“首创国内PROMAX尿垫”等一系列新品。Honeycare品牌在抖音渠道打造第二大爆款“强锁边防侧漏尿垫”，于2024年10月开始仅在抖音渠道曝光推广，每月呈递增式增长，双十一期间获得宠物尿垫新品榜TOP1；双旦期间获宠物尿片好评榜TOP1，且在2025年第一季度平均每月出货量接近10,000包，高于推广初期每月3,000包左右的销量，推广成效显著。

③市场案例

部分2024年线上销售相关的市场推广费增长的市场案例如下：

1）哈尔斯（002615.SZ）

哈尔斯销售的主要产品为保温杯。2021年度、2022年度、2023年度及2024年1-9月，哈尔斯加大自主品牌推广投入，网络平台费有所增长，报告期各期网络平台费金额分别为2,609.19万元、2,991.04万元、4,807.91万元和4,949.11万元。网络平台费主要为哈尔斯在天猫、京东、亚马逊及抖音等电商平台运营线上店铺过程中，为推广经营品牌、吸引更多潜在客户，在电商平台进行各类宣传推广活动形成的各类费用。2021年度、2022年度、2023年度及2024年1-9月，网络平台费占线上收入比例分别为25.91%、28.82%、30.32%和35.62%，逐年提高。

2）荣鹏股份（874187.NQ）

荣鹏股份销售的主要产品为气动工具。2022-2024年度，荣鹏股份线上销售费用逐年上升，其中线上销售模式涉及的市场推广费分别为69.78万元、175.29万元和281.04万元，主要系2022年起荣鹏股份着力推广以亚马逊平台为主的线上销售渠道，相关市场推广费、运费、电商平台费等费用相应上升所致。2022-2024年度，荣鹏股份线上销售模式涉及的市场推广费占线上销售金额的比例分别为5.99%、8.48%和9.25%，呈现逐年增长的趋势。

3) 太力科技（301595.SZ）

太力科技销售的主要产品为家居收纳用品。2021年至2024年1-6月，太力科技电商平台费用占线上主营业务收入的比例分别为29.11%、28.24%、33.99%、36.52%，2023年至2024年1-6月显著增长，主要原因系：随着网购用户增量趋于稳定，互联网流量红利效应逐渐减弱，流量增速放缓，电商竞争加剧，一方面导致公司的线上销售收入增速有所放缓，另一方面电商平台商家的促销推广竞争日趋激烈，公司促销推广成本呈上升趋势。

（2）平台服务费

2024年度，公司平台服务费对应的主要电商平台情况如下：

单位：万元

序号	电商平台	2024年度	2023年度	变动金额
1	淘系平台	1,102.05	989.14	112.91
2	抖音	562.02	504.62	57.40
3	亚马逊	416.88	359.97	56.91
4	京东	164.70	103.34	61.36
5	TikTok	155.30	-	155.30
6	交通银行太平洋信用卡中心	98.43	71.39	27.04
7	快手	61.70	149.35	-87.65
8	沃尔玛	37.80	-	37.80
合计		2,598.88	2,177.81	421.07
占平台服务费总额比例		97.27%	93.22%	-

2024年度，公司平台服务费较2023年度增加344.12万元，主要原因系公司在淘系平台和抖音/TikTok的平台服务费有所增加所致。主要平台对应的平台服务费与对应收入规模的匹配情况如下：

单位：万元

电商平台	项目	2024年度	2023年度
淘系平台	线上销售收入	10,894.18	9,767.31
	平台服务费	1,102.05	989.14
	费率	10.12%	10.13%
抖音	线上销售收入	9,014.63	9,496.20
	平台服务费	562.02	504.62
	费率	6.23%	5.31%
TikTok	线上销售收入	906.36	-
	平台服务费	155.30	-
	费率	17.13%	-
亚马逊（Vendor 模式）	线上销售收入	31,249.36	26,696.73
	平台服务费	52.75	18.67
	费率	0.17%	0.07%
亚马逊（Seller 模式）	线上销售收入	2,399.54	1,571.14
	平台服务费	364.13	341.30
	费率	15.17%	21.72%
京东	线上销售收入	5,417.58	4,954.67
	平台服务费	164.70	103.34
	费率	3.04%	2.09%
快手	线上销售收入	642.27	1,273.03
	平台服务费	61.70	149.35
	费率	9.61%	11.73%
交通银行信用卡中心	线上销售收入	1,463.33	1,681.43
	平台服务费	98.43	71.39
	费率	6.73%	4.25%
沃尔玛	线上销售收入	255.02	-
	平台服务费	37.80	-
	费率	14.82%	-

2024年度，公司在淘系平台的平台服务费较2023年度增加112.91万元，与收入增加的趋势保持一致，实际费率波动较小，处在合理范围内。2024年度，公司在抖音/TikTok的平台服务费较2023年度增加212.70万元，主要原因系公司于2024年度在TikTok设立了新的线上销售店铺，后者作为境外销售平台，综合费率较高。

（3）职工薪酬

2024年度，公司销售费用对应的职工薪酬较2023年度增加358.21万元，主要原因系公司于2024年度引进品牌建设和市场推广方面的高端人才，导致销售人员薪酬有所增加。

2、管理费用、研发费用、财务费用

2024年度，公司管理费用同比增加171.22万元，主要原因系随着公司经营规模的扩大，增加了管理人员需求，职工薪酬有所增长。

2024年度，公司研发费用同比增加120.06万元，主要原因系因公司加大了新产品的开发力度，相应增加研发费用投入。

2024年度，公司财务费用同比增加191.17万元，主要原因系2023年度汇兑收益较大，2024汇兑收益缩减导致。

（三）资产减值损失

公司2024年度资产减值损失为-1,423.63万元，主要为存货跌价准备，相比于2023年度变动较小。2024年末，公司依据《企业会计准则第8号——资产减值》的相关规定，对固定资产进行了减值测试。经评估，2024年度公司经济绩效未偏离预期，未出现因产能闲置、技术过时或实体损坏导致的收益下滑，已足额计提减值准备，故当期未计提固定资产减值准备。

（四）资产处置收益

公司2023年度及2024年度的资产处置收益情况如下：

单位：万元		
项目	2024年度	2023年度
处置固定资产利得	1,324.73	1.94

因公司位于芜湖市湾沚区六郎镇殷港工业园区的工厂位置距离位于芜湖市鸠江区的公司总部较远，且房屋建设年代较久，造成了公司管理成本增加，故公司决定出售相关土地使用权及地上建筑物等。2024年12月19日，公司与芜湖市天申新材料科技有限公司签订《房地产转让合同》，约定以1,818万元的价格将公司位于芜湖市湾沚区六郎镇殷港工业园区的地块使用权及地上房屋、其他建筑物等不动产（不动产权证号：

皖（2017）芜湖县不动产权第 0001849 号、皖（2017）芜湖县不动产权第 0001848 号、皖（2017）芜湖县不动产权第 0001847 号）附着于不动产上的变压器、线缆等设施一并转让给芜湖市天申新材料科技有限公司。

根据芜湖平泰资产评估有限公司于 2024 年 12 月 24 日出具的《芜湖悠派护理用品科技股份有限公司资产转让涉及其持有的部分建筑物价值资产评估》（平泰估报字(2024)159 号），本次资产出售的相关土地使用权及其房屋资产评估价值为 1,242.64 万元。本次资产出售价格为双方基于评估价值友好协商确定，交易价格高于评估价值的原因主要系该厂房所在位置为成熟工业园区，配套设施相对完善。受让方芜湖市天申新材料科技有限公司非公司关联方。

2024年度，公司通过出售上处厂房实现资产处置收益1,324.73万元，而2023年度未发生同类交易事项，导致该收益项同比变动显著。依据《企业会计准则第14号——收入》，公司于资产控制权转移时点确认相关收益，符合收入确认原则，该收益属于非经常性损益项目。

（五）净利润及扣非后净利润情况

2024年，公司净利润5,913.48万元，同比下降3.04%，扣非后净利润为3,890.16万元，扣非利润与净利润差异2,023.32万元，主要原因系：（1）因公司战略调整出售厂房获得资产处置收益1,324.73万元；（2）2024年度获得政府补助约1,100万元。

2024年扣非后净利润为3,890.16万元，同比下降1,562.63万元，主要原因系：公司根据打造超级品牌的年度战略，发力自主品牌建设，加大销售推广投入，销售费用同比上升30.21%，绝对金额增加4,570.06万元。

（六）与同行业可比公司的对比情况

公司2024年度业绩同比变化情况与同行业可比公司对比情况如下：

		单位：万元			
项目		依依股份	可靠股份	豪悦护理	公司
营业收入	金额	179,758.66	107,853.63	292,928.74	102,043.48
	同比	34.41%	-0.27%	6.25%	5.85%
毛利率	数值	19.63%	20.79%	27.91%	31.80%
	同比变动百分点	2.61	3.13	0.97	1.27
销售费用	金额	3,160.28	12,202.26	21,367.87	19,698.19

项目		依依股份	可靠股份	豪悦护理	公司
	同比	16.72%	22.67%	55.95%	30.21%
	占当期收入比例	1.76%	11.31%	7.29%	19.30%
净利润	金额	21,511.87	3,056.66	38,751.15	5,913.48
	同比	108.34%	72.09%	-11.65%	-3.04%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	金额	19,143.43	2,406.88	37,629.04	3,890.16
	同比	75.09%	33.06%	-11.10%	-28.71%

依依股份主要采用OEM模式（2024年占比90%以上），受益于2024年海外客户去库存周期结束，公司在老客户订单稳定增长与新增客户持续发力的双重驱动下实现营收稳步提升，营业收入同比增长34.41%。在盈利能力方面，一方面原材料采购价格趋稳，营业成本总体保持稳定；另一方面通过强化内部管控优化运营成本结构，盈利能力显著修复，毛利率同比提升2.61个百分点。此外，依依股份通过闲置资金进行现金管理等取得投资收益1,684.91万元。以上因素导致依依股份扣非后净利润同比增长75.09%。

可靠股份采用自主品牌与OEM双轮驱动的销售模式，2024年营业收入与2023年持平，受益于核心原材料绒毛浆自主生产、成本显著优化的影响，可靠股份2024年毛利率同比增长3.13个百分点。2024年，受加大市场推广和销售费用增加的影响，其销售费用同比增长22.67%。以上因素导致可靠股份扣非后净利润同比增长33.06%，达到2,406.88万元。

豪悦护理2024年营业收入同比增长6.25%，主要受益于婴儿卫生用品销量增长，毛利率同比增长0.97个百分点，主要原因系公司进一步加大自行生产无纺布，替代外部采购无纺布，综合降低材料成本。因加大自有品牌推广、代销服务费增加等，公司2024年度销售费用上升55.95%，绝对金额增加7,665.80万元。以上因素导致公司扣非后净利润同比下降11.10%。

综上所述，公司2024年度经营业绩变动情况符合行业变动趋势，公司与可比公司的业绩变动趋势差异主要原因系：因推广自主品牌，销售推广投入大幅增加。

二、2025 年 1-2 月业绩情况说明

（一）2025 年 1-2 月经营数据

公司2025年1-2月主要经营数据及上年同期对比情况如下：

单位：万元			
科目	2025年1-2月	2024年1-2月	同比
营业收入	21,298.09	17,413.08	22.31%
毛利率	36.33%	32.51%	增加3.82个百分点
销售费用	3,967.59	2,864.75	38.50%
净利润	1,834.61	1,393.75	31.63%
扣非后净利润	1,815.80	1,235.28	47.00%
经营活动产生的现金流量净额	-620.97	-58.24	不适用

注：2025 年 1-2 月、2024 年 1-2 月财务数据未经审计。

受益于亚马逊收入增长等影响，公司2025年1-2月实现营业收入21,298.09万元，同比增长22.31%。但由于亚马逊回款存在90天的信用期，导致2025年1-2月经营活动产生的现金流量净额为-620.97万元。

受益于高毛利率的宠物纸尿裤单品销售收入显著增长的影响，公司2025年1-2月毛利率为36.33%，同比增长3.82个百分点，销售毛利增长2,077.27万元，其中宠物纸尿裤单品贡献毛利增长739万元，此外受益于其他产品销售收入的增长，公司毛利显著增长。

销售费用率方面，公司2025年1-2月销售费用率为18.63%，同比增长2.18个百分点，主要受亚马逊等平台销售推广费支出增加的影响。

截至2025年2月28日，电商平台和线下OEM模式下，公司B端客户在手订单金额为6,204.52万元。

综上所述，受益于公司销售收入及销售毛利率的提升，公司2025年1-2月实现净利润1,834.61万元，扣非后净利润1,815.80万元。

（二）同行业可比公司 2025 年一季度经营情况

公司2025年1-2月业绩同比变化情况与同行业可比公司2025年一季度对比情况如下：

单位：万元					
项目		依依股份	可靠股份	豪悦护理	公司
营业收入	金额	48,546.64	28,018.04	91,107.11	21,298.09

项目		依依股份	可靠股份	豪悦护理	公司
	同比	26.56%	-0.98%	42.42%	22.31%
毛利率	数值	18.85%	24.30%	34.67%	36.33%
	同比变动百分点	0.63%	3.91%	6.96%	3.82%
销售费用	金额	933.39	2,480.69	13,518.38	3,967.59
	同比	34.33%	7.36%	182.96%	38.50%
	占当期收入比例	1.92%	8.85%	14.84%	18.63%
净利润	金额	5,409.22	1,861.49	9,061.13	1,834.61
	同比	27.96%	2.26%	5.67%	31.63%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	金额	5,017.23	1,747.98	9,009.78	1,815.80
	同比	40.99%	-3.47%	7.64%	47.00%

依依股份2025年一季度营业收入增长的主要原因系海外订单增加，毛利率同比持平。此外，公司加大销售推广力度，导致销售费用显著增长。以上因素导致依依股份净利润及扣非后净利润显著增长。

可靠股份2025年一季度营业收入同比持平，毛利率同比增长3.91个百分点，销售费用同比增长7.36%，净利润及扣非后净利润同比变动较小。

豪悦护理2025年一季度营业收入、毛利率及销售费用变动较大，主要原因系收购湖北丝宝护理用品有限公司100%股权，并将其纳入合并报表范围。

三、未来业绩是否存在进一步大幅下滑风险

短期来看，受宏观经济波动、抖音等线上销售推广红利减弱、市场竞争加剧和国际形势复杂化等多重因素影响，2024年度公司经营业绩同比有所下滑。

但受益于全球市场需求增长强劲、公司大力发展自主品牌、产品不断更新迭代及全球供应链布局等优势，预计公司业绩持续大幅下滑的可能性较小，不存在持续经营重大不确定性的风险。

具体分析如下：

1、宠物、成人及个人护理用品市场消费需求持续增长

公司主要产品为宠物尿垫等宠物护理用品，同时生产成人纸尿裤等成人失禁用品和以生活用纸为主的个人护理用品。公司所属细分行业均具备较大市场规模与发展空间，具体如下：

①宠物用品行业

全球宠物用品市场规模稳步扩容，至2023年全球宠物用品市场规模达524.05亿美元，2018-2023年复合增长率为7.6%。分地区看，美国为第一大市场，2023年宠物用品市场规模达259.45亿美元；中国市场2023年宠物用品市场规模达387.03亿元，2018-2023年复合增长率12.9%。

受益于宠物饲养量的持续增长和养宠观念转变带来的消费水平不断提升，中国宠物用品零售市场规模保持快速增长。根据Euromonitor统计数据，中国宠物用品零售市场规模从2018年的210.6亿元人民币增长到2023年的387.0亿元人民币，2018-2023年复合增长率为12.9%；预计到2028年增长到539.5亿元人民币，2023-2028年复合增长率为6.9%。

②成人失禁用品行业

近年来，我国成人失禁用品市场总体保持快速增长的趋势。根据Euromonitor统计数据，中国成人失禁用品零售市场规模从2018年的55.3亿元人民币增长到2023年的83.1亿元人民币，2018-2023年复合增长率高达8.5%；预计到2028年增长到131.9亿元人民币，2023-2028年复合增长率为9.7%。

③生活用纸行业

近年来，随着我国经济不断发展，人民生活水平不断提高，生活用纸市场实现快速发展，且呈现出结构不断优化的趋势。根据Euromonitor统计数据，中国生活用纸零售市场规模从2018年的1,249亿元人民币增长到2023年的1,704亿元人民币，2018-2023年复合增长率高达6.4%；预计到2028年增长到2,244亿元人民币，2023-2028年复合增长率为5.7%。

2、大力发展自主品牌的经营策略

近年来，公司自主品牌战略转型初见成效，已经成功打造了Honeycare、Cocoyo、Unifree等一系列自主品牌，相关产品在国内外线上及线下市场快速取得行业领先地位，

广受全球消费者认可。Honeycare好命家及Cocoyo扬爪在国内外已取得一定市场知名度及占有率，根据京东平台统计的数据榜单显示，旗下品牌“Honeycare好命家”在国内市场京东平台连续保持市场占有率第一的佳绩；根据尚普咨询出具的报告，旗下品牌“Cocoyo扬爪”的主要产品春日樱花宠物训导尿垫2022年及2023年均获全网宠物护理用品销量第一。2022年-2024年，公司宠物护理用品销售收入分别为50,607.87 万元、65,732.77万元和75,431.84万元，复合增长率为22%。当前，公司持续开拓境内外市场，已积累优质客户资源并具备一定的规模优势；随着我国养宠人士健康卫生意识兴起，老龄化与少子化带来的宠物陪伴需求上升，公司作为优质企业有望凭借自身竞争优势，持续保持较快增长。

3、全球供应链布局

公司在美国弗吉尼亚州和泰国自建工厂，是业内少有在海外拥有工厂的企业，同时在美国东西海岸、英国、日本、泰国均有仓库布局，海外供应链能力在中美关系紧张局势下，具备显著的抗风险能力。同时，海外本地生产、在地销售，贴近本土市场，更易获得当地客户认可，建立较高的竞争壁垒。

目前，美国子公司有3条宠物尿垫生产线，泰国工厂一期4条生产线已投产，二期4条生产线预计将于2025年12月投产，合计11条生产线，可以满足美国市场自主品牌产品和现有OEM客户的订单需求，能够有效应对关税政策的冲击。

4、持续进行新产品开发

公司深耕宠物清洁用品、成人护理用品、个人护理用品多年，积累了丰富的行业经验与技术领先优势。截至2024年8月31日，公司已取得专利247项，其中发明专利42项，实用新型专利109项，外观设计专利96项，其中绝大多数均为公司自主发明，且均已实现规模化生产。此外，公司将充分利用与安徽农业大学共建的“医卫新材料产业创新研究院”，在水刺无纺布、乳霜纸、湿厕纸等个护品类进行差异化、功能化研究，从而更好地满足消费者需求。

在宠物护理产品领域，开发自然准草地尿片（仿生触感技术、抢占户外场景市占率）、PH值尿显功能尿片（精准监测宠物健康）、绵柔消臭纸尿裤（独特内芯消臭净味）、10倍超强防侧漏工艺（3D导流层结构专利）等真正解决消费痛点、满足用户需求的差异化产品，从而实现与消费者的强粘性、高复购。在个人护理产品领域，开发

及推广乳木果滋润乳霜纸、三重保湿柔纸巾、软“茶”洗脸巾、四层“绒”柔纸巾等系列产品，进一步丰富公司的中高端产品品类。

5、加强成本及费用控制

公司将加大力度建设智慧工厂、提高数字化运营能力，实现内部极致效率，赋能公司业务发展。同时公司已完成了水刺无纺布、纺粘无纺布、PE膜及打孔膜等核心材料全自研自产能力，具备自制能力将更好的提升供应保障能力、成本控制能力，提升公司的盈利水平。此外，凭借多年电商运营积累的丰富经验，公司将持续优化销售推广费投入，力争提高客户转化率。

综上所述，随着全球经济活力持续复苏，下游客户需求持续增长，公司凭借领先的行业地位、全球供应链布局以及不断研发的新产品，可持续为客户提供高质量、极具性价比的宠物护理用品、个人护理用品及成人护理用品，预计未来公司营业收入大幅下滑的风险较小。公司已在公开转让说明书“重大事项提示”部分提示“业绩下滑风险”。

四、是否持续符合新三板挂牌条件

根据《挂牌规则》第二十一条相关规定，公司所选择适用的标准为“（一）最近两年净利润均为正且累计不低于 800 万元，或者最近一年净利润不低于 600 万元”。2023 年度，公司归属于母公司所有者的净利润（以扣除非经常性损益前后孰低者为计算依据）为 5,456.46 万元，符合上述标准。公司 2024 年归属于母公司所有者的净利润（扣除非经常性损益前后孰低）为 3,890.16 万元，仍满足前述标准。

为落实中国证监会《监管规则适用指引——北京证券交易所类第1号：全国股转系统挂牌公司申请在北京证券交易所发行上市辅导监管指引》的工作要求，中介机构应就北交所辅导备案进展情况、申请文件与辅导备案文件一致性出具专项核查报告并与问询回复文件一同上传。

回复：

截至本问询回复签署日，公司已向安徽证监局申请辅导备案，辅导备案登记的拟上市板块为创业板，故不适用《监管规则适用指引——北京证券交易所类第1号：全国

股转系统挂牌公司申请在北京证券交易所发行上市辅导监管指引》的相关要求，中介机构暂无需就北交所辅导备案进展情况、申请文件与辅导备案文件一致性出具专项核查报告。

请你们在10个交易日内对上述问询意见逐项落实，并通过审核系统上传问询意见回复材料全套电子版（含签字盖章扫描页），涉及更新申请文件的，应将更新后的申请文件上传至对应的文件条目内。若涉及对《公开转让说明书》的修改，请以楷体加粗说明。如不能按期回复的，请及时通过审核系统提交延期回复的申请。如公开转让说明书所引用的财务报表超过6个月有效期，请公司在问询回复时提交财务报表有效期延期的申请，最多不超过3个月。

回复：

已知悉，已按照要求执行。

经签字或签章的电子版材料与书面材料具有同等法律效力，在提交电子版材料之前请审慎、严肃地检查报送材料，避免全套材料的错误、疏漏、不实。

回复：

已知悉，已按照要求执行。

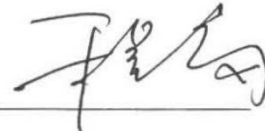
我们收到你们的回复后，将根据情况决定是否再次向你们发出审核问询意见。如发现中介机构未能勤勉尽责开展工作，我们将对其行为纳入执业质量评价，并视情况采取相应的自律监管措施。

回复：

已知悉。

（本页无正文，为《关于芜湖悠派护理用品科技股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的第二轮审核问询函的回复》的签章页）

法定代表人（签字）：


程 岗

芜湖悠派护理用品科技股份有限公司

2015 年 5 月 22 日



（本页无正文，为中国国际金融股份有限公司《关于芜湖悠派护理用品科技股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的第二轮审核问询函的回复》的签章页）

项目负责人（签字）：

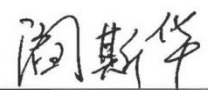


赵 欢

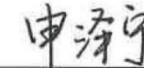
项目小组成员（签字）：



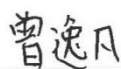
潘晓飞



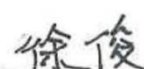
阎斯华



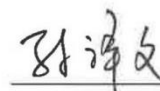
申泽宁



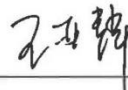
曾逸凡



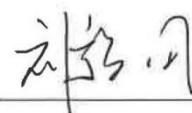
徐 俊



孙泽文



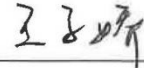
王亚静



刘毅风



吴思航



王子娇



中国国际金融股份有限公司
2025年5月22日