

证券简称：英氏控股

证券代码：874431

英氏控股集团股份有限公司

湖南省长沙市芙蓉区隆平高科技园隆园五路6号1栋6楼



英氏控股集团股份有限公司招股说明书（申报稿）

本公司的发行申请尚未经中国证监会注册。本招股说明书申报稿不具有据以发行股票的法律效力，投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为投资决定的依据。

本次股票发行后拟在北京证券交易所上市，该市场具有较高的投资风险。北京证券交易所主要服务创新型中小企业，上市公司具有经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解北京证券交易所市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

保荐机构（主承销商）



西安市新城区东大街319号8幢10000室

中国证监会和北京证券交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或者保证。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；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

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

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

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本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，将依法承担法律责任。

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股
发行股数	公司拟向不特定合格投资者公开发行不超过 1,308.9800 万股（含本数，未采用超额配售选择权）。公司及主承销商可以根据具体发行情况择机采用超额配售选择权，采用超额配售选择权发行的股票数量不超过本次发行股票数量的 15%，即不超过 196.3470 万股（含本数），含采用超额配售选择权发行的股票数量在内，公司本次拟向不特定合格投资者发行股票数量不超过 1,505.3270 万股（含本数），具体发行数量以北交所核准并经中国证监会注册的数量为准。
每股面值	1.00 元
定价方式	通过发行人和主承销商自主协商直接定价、合格投资者网上竞价或网下询价等方式确定发行价格。最终定价方式由股东大会授权董事会与主承销商根据具体情况及监管要求协商确定
每股发行价格	以后续的询价或定价结果作为发行底价
预计发行日期	-
发行后总股本	
保荐人、主承销商	西部证券股份有限公司
招股说明书签署日期	

重大事项提示

本公司特别提醒投资者对下列重大事项给予充分关注，并认真阅读招股说明书正文内容：

一、本次公开发行股票并在北京证券交易所上市的安排及风险

公司本次公开发行股票完成后，将申请在北京证券交易所上市。公司本次公开发行股票注册申请获得中国证监会同意后，在股票发行过程中，会受到市场环境、投资者偏好、市场供求等多方面因素的影响；同时，发行完成后，若公司无法满足北交所发行上市条件，也可能导致本次发行失败。

公司在北交所上市后，投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

二、本次发行相关主体作出的重要承诺

本公司提示投资者认真阅读本公司、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等作出的重要承诺以及未能履行承诺的约束措施，具体承诺事项详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”的相关内容。

三、关于发行前滚存利润的分配安排

公司本次向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市前的滚存利润由股票发行后的新、老股东按持股比例共享。

四、本次发行上市后公司的利润分配政策

本次发行并在北交所上市后公司的股利分配政策和程序详见本招股说明书“第十一节 投资者保护”之“二、利润分配政策”。

五、本次发行在首次申报审计截止日后实施现金分红

公司于2025年4月8日、2025年4月29日分别召开了第四届董事会第九次会议和2024年年度股东大会，审议通过《关于公司2024年度权益分派预案的议案》：公司以150,532,725股为基数（如存在库存股或未面向全体股东分派的，应减去库存股或不参与分派的股份数量），以未分配利润向参与分配的股东每10股派发现金红利2.2587元（含税）。本次权益分派共派发现金红利34,000,826.60元，权益分派的股权登记日为2025年5月15日，除权除息日为2025年5月16日，该次权益分派已实施完毕。公司不存在上市前突击大额或高比例现金分红，本次分红执行未对公司财务状况和新老股东利益产生重大不利影响，相关方案执行完毕后发行人仍符合发行条件和上市条件。

本公司提示投资者认真阅读本招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“八、发行人资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项”之“（二）重大期后事项”。

六、重大风险提示

公司提请投资者认真阅读本招股说明书“第三节 风险因素”的全部内容，充分了解公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定，并特别关注如下风险：

（一）宏观经济波动风险

公司所属行业为食品制造业和纸制品制造业，产品主要为婴童食品和婴幼儿卫生用品，其市场需求受居民可支配收入水平、通胀水平等宏观经济因素影响。根据国家统计局数据，近年来我国居民可支配收入水平逐年提高，2014 年至 2024 年间，全国居民人均可支配收入由 20,167 元增长到 41,314 元，年均复合增长率为 7.43%，为公司过往发展营造了良好的市场环境。然而，当下全球宏观经济格局复杂多变，不稳定因素层出不穷，国内经济发展也受此影响，呈现出一定的波动性。这些宏观经济因素将影响居民收入购买力及消费意愿，给公司业绩发展带来不确定性。

（二）人口出生率下滑风险

公司的产品主要为婴幼儿辅食、婴幼儿卫生用品、儿童食品等婴童产品，其终端用户群体为婴幼儿与儿童，行业的发展与婴幼儿群体数量密切相关。近年来，我国的人口出生率从 2016 年的 13.57%下降至 2023 年的 6.39%，2024 年有所回升至 6.77%；2022 年、2023 年和 2024 年，我国的新生儿数量分别为 956 万、902 万和 954 万人。如若未来人口出生率持续下滑，将会影响公司所处的婴幼儿辅食及卫生用品行业规模及增速，从而对公司的经营业绩产生不利影响。

（三）食品安全风险

食品安全问题长期受到广泛关注，各级政府部门及社会公众对食品安全和质量问题日益重视。公司作为食品制造业企业，食品质量安全控制是经营管理的重中之重。公司产品从生产到销售需历经生产、储存、流通等多个环节，**任何环节质量失控，都可能造成食品安全风险**。除自主生产外，公司部分产品采用委托生产模式，**进一步增加了产品质量管控难度**。未来如果公司或受托生产商因质量把控不力而引发食品安全问题，则会对公司生产经营和品牌声誉产生不利影响。

（四）品牌声誉风险

公司主要品牌“英氏”“舒比奇”“忆小口”等在婴童食品与卫生用品行业的**市场地位高度依赖于消费者对品牌的信任**，因此若出现针对公司品牌的重大不利报道，或公司在品牌形象维护中存在疏漏，**将可能导致消费者信任度下降，进而影响公司的经营业绩**。此外，

行业层面的负面报道若波及公司，也可能产生品牌声誉风险，对公司经营业绩造成不利影响。

（五）市场竞争加剧风险

国内婴童食品与卫生用品行业正面临着内部竞争及海外品牌的外来竞争，特别是在产品同质化严重、价格竞争激烈的市场环境下，企业需要不断创新，提升产品差异化竞争力。如果未来公司不能采取有效措施应对市场竞争，例如未能精准洞察目标客户需求、未能快速推出符合市场趋势的高品质产品、未能持续优化产品工艺与配方、未能通过供应链管理降低成本或未能加强品牌推广与渠道拓展以提升市场占有率等，公司可能面临市场份额缩小和盈利能力下滑的风险。

（六）经营规模扩大带来的管理风险

报告期各期，公司营业收入分别为 129,605.21 万元、175,831.70 万元、197,433.38 万元和 **113,170.86 万元**，保持较快增长。随着我国婴幼儿辅食及卫生用品行业发展，公司资产规模、业务规模及人员规模均将进一步扩大，这对公司管理层经营管理能力提出更高的要求。若公司在组织架构、经营决策及业务管理、财务内控等方面不能适应规模迅速增长的需要，将可能引发管理风险，进而对公司的盈利能力造成不利影响。

（七）市场拓展效果不达预期的风险

婴幼儿辅食市场仍在快速发展，行业内国内外的品牌众多，为了宣传科学分阶的喂养理念，并在市场竞争中保持头部品牌的地位，公司必须持续进行市场拓展。婴幼儿卫生用品行业中高端化、差异化竞争的市场格局已经形成，公司亦必须通过市场拓展才能在市场竞争中脱颖而出。公司的儿童食品业务仍处于起步阶段，通过市场拓展活动使公司的产品理念得到消费者认可，销售规模快速提升，是不可或缺的环节。市场拓展工作必须投入大量的人力、物力、财力，但市场拓展工作如果不能达到预期效果，公司的经营业绩将受到不利影响。

（八）未来主要商标产生纠纷风险

发行人及英氏婴童均通过自主申请或受让的方式取得了带有“英氏”字样的商标，双方基于不同的业务、产品，在母婴市场不同领域分别开展业务，发行人主要使用带有“英氏”字样的商标的核准注册类别为 5、29、30 类，使用范围主要集中于婴幼儿食品及卫生用品，与英氏婴童存在明显差异。出于对自身业务和商标的保护，发行人与英氏婴童存在对对方申请的“英氏”商标提出异议申请、无效宣告申请等措施。鉴于“英氏”字样的商标为发行人重要资源要素，若发行人主要使用的“英氏”商标被英氏婴童异议、无效宣告、撤销申请成功，或被法院判决侵权，则会对发行人业务开展造成不利影响。

七、财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营状况

(一) 财务报告审计截止日后的主要财务信息

公司财务报告审计截止日为 2025 年 6 月 30 日，天职国际对公司 2025 年 9 月 30 日的合并及母公司资产负债表、2025 年 1-9 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表以及财务报表附注进行了审阅，出具了《审阅报告》（天职业字[2025]41357 号）。

根据经审阅的财务报表，截至 2025 年 9 月 30 日，公司资产总额为 147,774.51 万元，负债总额为 35,828.10 万元，股东权益总额为 111,946.41 万元；2025 年 1-9 月，公司营业收入为 167,784.70 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者净利润 18,135.11 万元。具体信息详见本招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“八、发行人资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项”之“（一）财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况”。

2025 年度，公司全年经营业绩预计如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	变动幅度
营业收入	221,336.37-229,533.11	197,433.38	12.11%-16.26%
归属于母公司所有者的净利润	23,468.37-24,551.36	21,059.62	11.44%-16.58%
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润	20,968.79-21,818.47	19,049.66	10.07%-14.53%

注：表中 2025 年度数据为公司初步预计数据，未经发行人会计师审计或审阅，且不构成盈利预测或业绩承诺。

结合目前的订单情况、经营状况以及市场环境，发行人预计 2025 年度营业收入约为 221,336.37-229,533.11 万元，同比增长幅度约为 12.11%-16.26%，主要系下游需求增加以及公司产能扩大，公司业务规模增加；归属于母公司所有者的净利润约为 23,468.37-24,551.36 万元，同比增长幅度约为 11.44%-16.58%；归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润约为 20,968.79-21,818.47 万元，同比增长幅度约为 10.07%-14.53%。

财务报告审计截止日至本招股说明书签署日，公司经营情况稳定，主要经营模式未发生重大变化，主要客户和供应商的构成等其他可能影响投资者判断的重大事项等方面未发生重大变化，未发生对经营情况和未来经营业绩造成重大不利影响的事项。

八、发行人调整内部监督机构事项

2025 年 8 月 29 日，发行人召开 2025 年第三次临时股东会，不再设置监事会和监事，

监事会的职权由董事会审计委员会行使，并修订《公司章程》及相关制度。

目录

声明.....	2
本次发行概况	3
重大事项提示	4
目录.....	9
第一节 释义.....	10
第二节 概览.....	14
第三节 风险因素	37
第四节 发行人基本情况	42
第五节 业务和技术	101
第六节 公司治理	194
第七节 财务会计信息	212
第八节 管理层讨论与分析	246
第九节 募集资金运用	379
第十节 其他重要事项	396
第十一节 投资者保护	397
第十二节 声明与承诺	402
第十三节 备查文件	413
附件 1.....	414
附件 2.....	453

第一节 释义

本招股说明书中，除非文意另有所指，下列简称和术语具有的含义如下：

普通名词释义		
发行人、公司、本公司、英氏控股	指	英氏控股集团股份有限公司，曾用名湖南英氏营养品股份有限公司
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
北交所	指	北京证券交易所
全国股转系统	指	全国中小企业股份转让系统
全国股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
《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》
保荐人、西部证券	指	西部证券股份有限公司
律师、湖南启元	指	湖南启元律师事务所
会计师、审计机构、天职国际	指	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
资产评估机构	指	沃克森（北京）国际资产评估有限公司
《公司章程》	指	英氏控股集团股份有限公司现行章程
《公司章程（草案）》	指	英氏控股集团股份有限公司公开发行股票并在北交所上市后生效的章程
三会	指	股东大会、董事会、监事会
股东大会	指	英氏控股集团股份有限公司股东大会
董事会	指	英氏控股集团股份有限公司董事会
监事会	指	英氏控股集团股份有限公司监事会， 监事会已于 2025 年 8 月 29 日取消
报告期各期末	指	2022 年 12 月 31 日、2023 年 12 月 31 日、2024 年 12 月 31 日和 2025 年 6 月 30 日
报告期、报告期内	指	2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月
最近一年	指	2024 年度
元（万元）	指	人民币元（人民币万元）
英氏营养	指	湖南英氏营养食品有限公司，发行人全资子公司
英氏乳业	指	湖南英氏乳业有限公司，发行人全资子公司
江西枫树	指	江西枫树生态科技食品有限公司，发行人全资子公司，曾用名江西心甜生态科技食品有限公司
湖南舒比奇	指	湖南舒比奇生活用品有限公司，发行人全资子公司
长沙厚博	指	长沙厚博文化传播有限公司，发行人全资子公司
湖南伟灵格	指	湖南伟灵格健康科技有限公司，发行人全资子公司，曾用名长沙英业网络科技有限责任公司
湖南忆小口	指	湖南忆小口健康科学有限公司，发行人控股子公司
香港伟灵格	指	Wellingo Nutrition Limited，湖南伟灵格全资子公司，已于 2022 年 9 月解散
英氏食品	指	湖南英氏食品科技有限公司，发行人全资孙公司
Wellingo ApS、伟灵格控股	指	Wellingo Nutrition Holding ApS，发行人全资子公司，位于丹麦，已于 2023 年 3 月解散
Wellingo A/S、伟灵格	指	Wellingo Nutrition A/S，Wellingo ApS 全资子公司，位于丹麦，已于 2023 年 3 月解散
斐灵格尔	指	湖南斐灵格尔健康科技有限公司，Wellingo A/S 全资子公司，曾用名斐灵格尔健康科技（上海）有限公司，已

		于 2023 年 4 月注销
长沙英瑞	指	长沙英瑞企业发展合伙企业（有限合伙），发行人股东
长沙英茂	指	长沙英茂企业发展合伙企业（有限合伙），发行人股东
华润润湘	指	湖南华润润湘农产品产业投资基金合伙企业（有限合伙），发行人直接持股 5%以上股东
南京星纳亦	指	南京星纳亦企业管理合伙企业（有限合伙），发行人曾经的股东
珠海众霖	指	珠海众霖投资企业（有限合伙），发行人股东
财信精进	指	湖南财信精进股权投资合伙企业（有限合伙），发行人股东
高新汇利	指	苏州高新阳光汇利股权投资合伙企业（有限合伙），发行人曾经的股东
湖南厚元	指	湖南厚元高新产业股权投资基金合伙企业（有限合伙），发行人股东
苏州祥仲	指	苏州祥仲创业投资合伙企业（有限合伙），发行人曾经的股东
财信精益	指	湖南省财信精益投资合伙企业（有限合伙），发行人股东
南京祥仲	指	南京祥仲创业投资合伙企业（有限合伙），发行人曾经的股东
前海方舟	指	前海方舟资产管理有限公司，发行人股东
方舟郑州	指	前海方舟（郑州）创业投资管理企业（有限合伙），发行人股东
前海淮泽	指	深圳前海淮泽方舟创业投资企业（有限合伙），发行人股东
方舟青岛	指	前海方舟（青岛）创业投资基金管理合伙企业（有限合伙），发行人股东
齐鲁前海	指	齐鲁前海（青岛）创业投资基金合伙企业（有限合伙），发行人股东
可孚医疗	指	可孚医疗科技股份有限公司，发行人股东
长沙渠石	指	长沙渠石科技发展合伙企业（有限合伙）
《股东协议》	指	《关于英氏控股集团股份有限公司之股东协议》
英氏浏阳生产基地	指	英氏婴童营养与健康科学产业基地（一期）项目
天猫、天猫商城	指	阿里巴巴集团下属综合性 B2C 网上购物平台（www.tmall.com）
京东	指	京东集团下属综合性 B2C 网上购物平台（www.jd.com）
唯品会	指	VIPSHOP INTERNATIONAL HOLDINGSLIMITED，系美国上市公司，综合性 B2C 网上购物平台（www.vip.com）
孩子王	指	孩子王儿童用品股份有限公司，从事准妈妈及 0-14 岁儿童商品一站式购物的母婴童行业零售领军企业
乐友	指	乐友国际商业集团有限公司，是中国孕婴童行业领先的全国连锁零售企业。孩子王在 2023 年收购乐友 65%股权，2024 年孩子王完成了乐友剩余 35%股权的收购，乐友成为孩子王的全资子公司
三益童创	指	长沙三益童创供应链有限公司，公司董事长、实际控制人之一马文斌的姐姐马良英的儿子控制的企业
湖南沅景	指	湖南沅景供应链有限公司，公司董事长、实际控制人之一马文斌的姐姐马良英的儿子控制的企业
爱布谷	指	岳阳县爱布谷孕婴连锁富安商业广场店，公司董事彭敏

		配偶的弟弟杨林志的配偶张婷经营的企业
平头哥	指	长沙市平头哥供应链管理有限公司, 公司股东长沙英瑞的有限合伙人姜平担任法定代表人的企业
第三方回款	指	销售回款的支付方与签订合同的主体不一致的情形
“英氏”	指	英氏品牌婴幼儿辅食
英氏婴童	指	英氏婴童用品集团有限公司
专业名词释义		
婴幼儿时期	指	出生到 36 月龄
生命早期 1000 天	指	从女性怀孕的胎儿期（280 天）到宝宝出生之后的 2 岁（720 天），这 1000 天被世界卫生组织定义为一个人生长发育的“机遇窗口期”。
婴幼儿辅食、辅食	指	从婴儿满 6 月龄开始, 添加给婴儿的母乳之外的非乳类食物
敏感肌	指	容易受环境温度、季节、护肤品等外在因素的影响刺激, 产生泛红、发热、红疹等不适症状的皮肤
GMP	指	食品 GOOD MANUFACTURING PRACTICE 认证
HACCP	指	Hazard Analysis and Critical Control Point 的英文缩写, 表示危害分析及关键控制点。HACCP 体系是国际上共同认可和接受的食品安全保证体系, 主要是对食品中微生物、化学和物理危害进行安全控制。
BRC	指	BRC 全球食品标准, 衡量产品质量、安全和操作标准的依据, 并确保制造商履行法律义务和给消费者提供应有的保护
IFS	指	International Food Standard 国际食品供应商质量体系审核标准, 这套标准包含了对食品供应商的品质与安全卫生保证能力的考核要求
ISO9001	指	ISO9001 质量保证体系
ISO22000	指	ISO22000 食品安全体系
CNAS	指	CNAS 认证, 通过评价、监督合格评定机构的管理和活动, 确认其是否有能力开展相应的合格评定活动、确认其合格评定活动的权威性, 发挥认可约束作用
SDCA	指	SDCA 系一种标准化维持循环, 即 Standard（标准）、Do（执行）、Check（检查）、Action（总结）, 使质量体系稳定并有效执行, 实现预期的质量目标
PDCA	指	PDCA 循环将质量管理分为四个阶段, 即 Plan（计划）、Do（执行）、Check（检查）和 Act（处理）, 是质量计划的制订和组织实现的过程
B2C	指	Business-to-Customer 的缩写, 电子商务的模式之一, 即商户直接面向消费者销售产品和服务的商业零售模式
直通车	指	是为淘宝网和天猫的卖家用于实现产品精准推广的、按点击付费的效果营销工具, 其推广原理是根据产品设置的关键词进行排名展示, 按点击进行扣费
双 11、双十一	指	双 11 购物狂欢节, 是每年 11 月 11 日举办的网络促销节, 源于天猫
双 12、双十二	指	双 12 购物狂欢节, 是每年 12 月 12 日举办的网络促销节, 源于天猫
618	指	每年 6 月 18 日是电商促销节日, 各大电商平台会推出一系列大型促销活动, 现已成为继双十一、双十二之后在年中进行大规模促销的一个重要电商节日
SKU	指	英文全称为 Stock Keeping Unit, 是产品入库后一种编

		码归类方法，也是库存控制的最小单位。可以是以件，盒，托盘等单位，每种产品均对应唯一的 SKU 号，SKU 号包含一种产品的品牌、型号、配置、等级、包装容量、单位、生产日期、保质期、用途、价格、产地等属性，一件产品的属性与其他产品都不一样，这样的商品就是一个单品

注：本招股说明书中，部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上可能略有差异，这些差异是由于四舍五入造成的。

第二节 概览

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

一、 发行人基本情况

公司名称	英氏控股集团股份有 限公司	统一社会信用代码	91430000320536103F
证券简称	英氏控股	证券代码	874431
有限公司成立日期	不适用	股份公司成立日期	2014 年 10 月 20 日
注册资本	150,532,725 元	法定代表人	马文斌
办公地址	湖南省长沙市芙蓉区隆平高科技园隆园五路 6 号 1 栋 6 楼		
注册地址	湖南省长沙市芙蓉区隆平高科技园隆园五路 6 号 1 栋 6 楼		
控股股东	无	实际控制人	马文斌、万建明、彭敏
主办券商	西部证券	挂牌日期	2024 年 4 月 23 日
上市公司行业分类	制造业（C）		食品制造业（C14）
管理型行业分类	制造业（C）	食 品 制 造 业 （C14）	其他食品制造 （C149） 营养食品制造 （C1491）

二、 发行人及其控股股东、实际控制人的情况

（一）发行人情况

发行人的基本情况详见本节之“一、发行人基本情况”。

（二）控股股东、实际控制人的情况

公司无控股股东。截至本招股说明书签署日，公司实际控制人为马文斌、万建明和彭敏，三人分别直接持有公司 2,987.39 万股、2,154.08 万股和 2,154.08 万股，持股比例分别为 19.85%、14.31%和 14.31%，长沙英瑞为实际控制人之一马文斌的一致行动人，马文斌作为长沙英瑞的执行事务合伙人通过长沙英瑞间接控制公司 3.55%的股份，三人合计控制公司 52.02%的股份。

上述三人分别于 2014 年 12 月 15 日、2017 年 12 月 13 日共同签署了《一致行动协议》，同意在行使提名权、提案权、表决权等董事或股东权利时采取一致行动，如无法形成一致意见的，以马文斌的意见为准。如马文斌作为关联人须回避表决的，则万建明和彭敏对该议案行使表决权前需进行协商，如对表决结果无法协商一致的，万建明和彭敏均应投弃权票。此外，为了进一步确保发行人控制权稳定，马文斌、万建明、彭敏于 2025 年 9 月 15 日签署了《一致行动协议之补充协议》，将《一致行动协议》的有效期延长至 2032 年 12 月 13

日。因此，前述三人为公司的共同实际控制人。

三、 发行人主营业务情况

公司是一家贯彻“健康中国”理念，以满足中国婴幼儿的营养照护需求为核心，婴童食品及婴幼儿卫生用品两大业务板块协同发展的综合性、大型母婴产品研发、生产及运营企业。公司是国内婴幼儿辅食行业的龙头企业。

婴幼儿辅食是特殊膳食，婴幼儿辅食行业是国家健康产业的重要组成部分。作为人类生命早期营养和食物的重要来源，辅食的科学添加及产品的质量安全，对婴幼儿的生长发育具有重要意义。婴幼儿期的身体生长发育迅速，感知觉、认知和行为能力快速发展，需要根据其生理、心理及生长发育特点，给予合理的营养和喂养，培养其良好的饮食习惯，从而为儿童青少年期、成人期的健康打下基础。婴幼儿通过进食行为摄取营养及能量，锻炼大运动与精细运动，培养手眼协调及运动协调能力，学习与外界互动及社交，因此适时科学添加辅食对于人类体格生长发育、神经心理行为发育、消化系统发育、骨骼运动发育起到了重要作用。

公司聚焦于婴幼儿辅食领域，“英氏”品牌是我国行业知名度高、技术实力领先、行业影响力大的国民辅食品牌。作为我国辅食分阶喂养的倡导者和先行者，公司长期致力于婴幼儿辅食添加的科学性、合理性研究，独创的英氏“科学5阶精准喂养体系”，从生理、营养和感知力发育三个维度，以婴幼儿成长的重要生命体征信号为核心，以婴幼儿成长的五个关键节点“坐”“咬”“爬”“站”“走”作为辅食分阶变化的标志，指导消费者科学育儿，为万千中国家庭带来了更加精准、便捷、高效的婴幼儿喂养解决方案。

“英氏”品牌辅食产品与公司旗下的“舒比奇”婴幼儿卫生用品、“忆小口”儿童食品、“伟灵格”营养食品，共同构建起了满足我国0-12岁婴童健康喂养和照护的全方面品牌及产品矩阵。

报告期内，公司主营业务收入按产品分类构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
婴幼儿辅食	86,373.85	76.49	152,447.77	77.40	144,533.55	82.35	103,045.03	79.75
婴幼儿卫生用品	19,267.67	17.06	34,015.83	17.27	25,910.26	14.76	24,846.26	19.23
儿童食品	6,807.83	6.03	9,477.65	4.81	3,649.43	2.08	564.09	0.44
营养食品	475.28	0.42	1,006.98	0.51	1,410.81	0.80	750.38	0.58
合计	112,924.63	100.00	196,948.22	100.00	175,504.04	100.00	129,205.76	100.00

报告期各期，公司主营业务收入分别为 129,205.76 万元、175,504.04 万元、196,948.22 万元和 **112,924.63 万元**。2022 年至 2024 年，公司主营业务收入持续高速增长，年均复合增长率为 23.46%。

四、 主要财务数据和财务指标

项目	2025年6月30日 /2025年1月—6月	2024年12月31日 /2024年度	2023年12月31日 /2023年度	2022年12月31日 /2022年度
资产总计(元)	1,413,340,220.79	1,485,285,090.03	1,100,456,878.43	857,522,415.95
股东权益合计(元)	1,070,254,283.03	951,444,792.51	781,093,933.36	580,978,398.66
归属于母公司所有者的股东权益(元)	1,071,852,251.05	952,607,803.73	781,795,513.39	580,944,402.43
资产负债率（母公司）（%）	6.43	9.13	11.33	24.14
营业收入(元)	1,131,708,637.76	1,974,333,759.24	1,758,316,993.99	1,296,052,091.60
毛利率（%）	58.76	57.46	57.85	55.18
净利润(元)	152,564,590.67	210,134,773.45	219,465,291.39	117,010,181.63
归属于母公司所有者的净利润(元)	152,999,547.47	210,596,204.64	220,200,867.65	117,336,185.40
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润(元)	135,595,602.57	190,496,560.04	216,140,343.12	114,075,008.16
加权平均净资产收益率（%）	14.95	24.38	32.40	23.77
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	13.25	22.05	31.80	23.11
基本每股收益（元/股）	1.02	1.40	1.46	0.79
稀释每股收益（元/股）	1.02	1.40	1.46	0.79
经营活动产生的现金流量净额(元)	134,548,121.75	292,389,942.84	258,037,791.83	205,788,840.31
研发投入占营业收入的比例（%）	0.71	0.87	0.52	0.43

五、 发行决策及审批情况

（一）本次发行已获得的授权和批准

2024 年 5 月 24 日，发行人召开第四届董事会第三次会议、第四届监事会第三次会议，并于 2024 年 6 月 12 日召开 2024 年第三次临时股东大会，审议通过了《关于公司申请公开发行股票并在北交所上市的议案》《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证

券交易所上市募集资金投资项目及其可行性的议案》等与本次发行相关的议案。

2025 年 5 月 6 日，发行人召开第四届董事会第十次会议、第四届监事会第八次会议，并于 2025 年 5 月 23 日召开 2025 年第二次临时股东会，审议通过了《关于调整公司申请公开发行股票并在北交所上市方案的议案》《关于延长公司申请公开发行股票并在北京证券交易所上市的股东大会决议有效期及股东大会授权有效期的议案》《关于调整公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市募集资金投资项目及其可行性的议案》等与本次发行相关的议案。

（二）本次发行尚需履行的决策程序及审批程序

本次发行尚需经北京证券交易所审核及中国证监会注册。在获得中国证监会同意注册之前，公司将不会实施本次发行方案。

六、 本次发行基本情况

发行股票类型	人民币普通股
每股面值	1.00 元
发行股数	公司拟向不特定合格投资者公开发行不超过 1,308.9800 万股（含本数，未采用超额配售选择权）。公司及主承销商可以根据具体发行情况择机采用超额配售选择权，采用超额配售选择权发行的股票数量不超过本次发行股票数量的 15%，即不超过 196.3470 万股（含本数），含采用超额配售选择权发行的股票数量在内，公司本次拟向不特定合格投资者发行股票数量不超过 1,505.3270 万股（含本数），具体发行数量以北交所核准并经中国证监会注册的数量为准。
发行股数占发行后总股本的比例	-
定价方式	通过发行人和主承销商自主协商直接定价、合格投资者网上竞价或网下询价等方式确定发行价格。最终定价方式由股东大会授权董事会与主承销商根据具体情况及监管要求协商确定
发行后总股本	
每股发行价格	以后续的询价或定价结果作为发行底价
发行前市盈率（倍）	
发行后市盈率（倍）	
发行前市净率（倍）	
发行后市净率（倍）	
预测净利润（元）	
发行前每股收益（元/股）	
发行后每股收益（元/股）	
发行前每股净资产（元/股）	
发行后每股净资产（元/股）	
发行前净资产收益率（%）	

发行后净资产收益率（%）	
本次发行股票上市流通情况	-
发行方式	本次发行将采取网下向询价对象申购配售和网上向社会公众合格投资者定价发行相结合的发行方式，或证券监管部门认可的其他发行方式
发行对象	符合国家法律法规和监管机构规定的已开通北京证券交易所股票交易权限的合格投资者
战略配售情况	-
预计募集资金总额	-
预计募集资金净额	-
发行费用概算	-
承销方式及承销期	余额包销
询价对象范围及其他报价条件	符合中国证监会等监管机关相关资格要求的询价对象，能够申请参与北京证券交易所股票发行和交易的合格投资者（中国法律、法规、规章及规范性文件禁止者除外）
优先配售对象及条件	-

七、 本次发行相关机构

（一） 保荐人、承销商

机构全称	西部证券股份有限公司
法定代表人	徐朝晖
注册日期	2001 年 1 月 9 日
统一社会信用代码	91610000719782242D
注册地址	陕西省西安市新城区东大街 319 号 8 幢 10000 室
办公地址	陕西省西安市新城区东大街 319 号 8 幢 10000 室
联系电话	029-87406043
传真	029-87406134
项目负责人	韩星
签字保荐代表人	韩星、瞿孝龙
项目组成员	武文涛、彭希茜、鲁冰蕊、陈彦宇、韦婧、朱佳璐、柳煜涵、赵港、赵佳祥、贺子萱

（二） 律师事务所

机构全称	湖南启元律师事务所
负责人	朱志怡
注册日期	1994 年 7 月 12 日
统一社会信用代码	31430000G00383802M
注册地址	湖南省长沙市芙蓉区建湘路 393 号世茂环球金融中心 63 层

办公地址	湖南省长沙市芙蓉区建湘路 393 号世茂环球金融中心 63 层
联系电话	0731-82953778
传真	0731-82953779
经办律师	邹棒、莫彪、达代炎

（三） 会计师事务所

机构全称	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
负责人	邱靖之
注册日期	2012 年 3 月 5 日
统一社会信用代码	911101085923425568
注册地址	北京市海淀区车公庄西路 19 号 68 号楼 A-1 和 A-5 区域
办公地址	北京市海淀区车公庄西路 19 号外文文化创意园 12 号楼
联系电话	010-88827799
传真	010-88018737
经办会计师	李晓阳、刘云飞扬、李海（已离职）、周睿、曹彩龙

（四） 资产评估机构

☒ 适用 ☐ 不适用

机构全称	沃克森（北京）国际资产评估有限公司
负责人	徐伟建
注册日期	2006 年 8 月 31 日
统一社会信用代码	911101087921023031
注册地址	北京市海淀区车公庄西路 19 号 37 幢三层 305-306
办公地址	北京市海淀区车公庄西路 19 号 37 幢三层 305-306
联系电话	010-52596085
传真	010-88019300
经办评估师	成本云、尹远

（五） 股票登记机构

机构全称	中国证券登记结算有限责任公司北京分公司
法定代表人	周宁
注册地址	北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层
联系电话	010-58598980
传真	010-58598977

（六） 收款银行

户名	西部证券股份有限公司

开户银行	中国工商银行西安东新街支行
账号	3700012109027300389

（七） 申请上市交易所

交易所名称	北京证券交易所
法定代表人	鲁颂宾
注册地址	北京市西城区金融大街丁 26 号
联系电话	010-63889755
传真	010-63884634

（八） 其他与本次发行有关的机构

☐适用 ☒不适用

八、 发行人与本次发行有关中介机构权益关系的说明

截至本招股说明书签署之日，发行人与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或者间接的股权关系或其他权益关系。

九、 发行人自身的创新特征

（一）创新投入

2022 年至 2024 年，公司的平均研发投入金额为 1,063.01 万元，最近三年研发投入复合增长率为 76.10%，最近一年研发投入金额为 1,714.83 万元。截至 2024 年末，公司共有研发人员 33 人，其中博士研究生 1 人，硕士研究生 26 人，公司研发人员在婴幼儿辅食行业具有丰富的实践经验和技术积累。

公司制定了较为完善的研发管理制度和体系，研发活动以婴童营养与生长发育体征研究、技术发展及生产工艺研究、母婴产品发展及消费市场需求研究为出发点，建立了适合中国婴幼儿及其哺喂养育人群的产品矩阵，并且以产品销售与科学喂养理念推广过程中的市场反馈反哺产品研发，研发团队制定相应的策略并对产品的营养配方、制造工艺、包装保鲜、口味等方面进行调整和改进，以更好地满足消费者的需求，形成良性循环。同时，公司与中国营养学会、中国妇幼保健协会和湖南省农产品加工与质量安全研究所等科研院所，及上海交通大学、江南大学和中南林业科技大学等高校建立了产学研合作关系，在营养学、生理学、医学等多学科科学理论深度研究的基础上，实现研究成果的产业化，全方位为公司产品的科学性、创新性和安全性提供了理论支撑与实践保障。

公司建立了“湖南省省级企业技术中心”，是“湖南省产融合作制造业重点企业”，参与了“十四五”国家重点研发计划“食品营养与安全关键技术研发”项目，湖南省重大科技攻关“揭榜挂帅”制项目——“婴幼儿营养辅食安全加工关键技术研究、示范”和 2023 年度湖南省重点领域研发计划项目“浆果精深加工及高值利用关键技术与产品开发”等三项省部级以上的科技专项课题项目。

公司在对绩效考核优异的研发员工进行奖励外，还制定了技术创新激励制度，对在产品创新、技术创新、发表专利论文、获取职称等方面取得成果的公司员工、团队进行激励。市场化的创新激励机制鼓励公司研发人员不断进行产品和技术的创新，提升个人专业能力，有利于激发公司的创新活力。

（二）创新产出

1、产品创新

公司是我国婴幼儿辅食分阶喂养理念的倡导者和先行者，在婴幼儿辅食分阶喂养实践中具有先发优势。

公司长期致力于婴幼儿辅食添加的科学性、合理性研究，独创了“科学 5 阶精准喂养体系”。该体系从生理、营养和感知力三个维度，突破简单的月龄分阶，以婴幼儿成长过程中行为能力的五个关键节点“坐”“咬”“爬”“站”“走”作为“科学 5 阶精准喂养体系”辅食分阶递进的标志，指导消费者科学育儿。辅食品种多样化、辅食质构科学化和通过引导婴幼儿科学进食促进神经系统发育是“科学 5 阶精准喂养体系”的科学依据，能够满足婴幼儿多样的辅食添加需求。

（1）“英氏”是我国婴幼儿辅食行业较早提出辅食分阶喂养理念的品牌

公司与亨氏、嘉宝、小皮、小鹿蓝蓝、秋田满满、爷爷的农场等同行辅食品牌的基本情况和辅食喂养体系建设情况如下：

品牌	基本情况	喂养体系名称	喂养体系的情况
英氏	发行人自成立以来，一直致力于婴童食品、婴幼儿卫生用品的研发、设计与生产，积累了丰富的经验和成熟的生产工艺。“英氏”品牌辅食是我国婴幼儿辅食市场的领军品牌。2023 年，弗若斯特沙利文根据对中国分阶辅食市场的研究确认，“英氏”品牌在中国内地婴幼儿分阶辅食市场连续三年销量遥遥领先。根据艾瑞咨询估计，在中国婴幼	科学 5 阶精准喂养体系	英氏于 2020 年提出“科学 5 阶精准喂养体系”，该体系以婴幼儿成长的重要生命体征信号为核心，以“辅食品种多样化”、“辅食质构科学化”和通过引导婴幼儿科学进食促进神经系统发育为依据，以婴幼儿成长的五个关键节点“坐”“咬”“爬”“站”“走”作为辅食分阶递进的标志，指导消费者科学育儿。对应“科学 5 阶精准喂养体系”，公司从营养、生理和感知力三个维度研究婴幼儿生长发育特点，依据 GB 10769《婴幼儿谷类

	儿辅食市场份额排名中，“英氏”在 2022 年排名第 1。根据 CIC 灼识咨询的估计，“英氏”在 2023 年、2024 年辅食市场排名均为第 1，且自 2022 年至 2024 年婴幼儿辅食销量第一。2025 年 6 月，发行人在天猫辅食类目下交易指数排名第 1。		辅食食品》和 GB 10770《婴幼儿罐装辅食食品》等标准，结合《中国居民膳食指南（2022）》对婴幼儿蛋白、果蔬、谷物及油脂的添加指导，创新性地开发适应于不同阶段的产品，以满足不同阶段婴幼儿的健康发育需求。
亨氏	亨氏公司成立于 1869 年，总部位于美国，是世界最大的营养食品生产商之一，也是第一个进入中国市场的国际辅食品牌，辅食产品包括婴儿米粉、面条、果汁泥、佐餐泥、磨牙棒等。2025 年 6 月，亨氏在天猫辅食类目下交易指数排名第 7。	亨氏六力科学营养体系	亨氏 2023 年提出“六力科学营养体系”，该体系聚焦 0-6 岁婴童生长发育期划分为 6 个年龄段，从生长力、守护力、运动力、感知力、认知力以及进食力 6 个维度，帮助养育人了解不同年龄阶段 6 个维度的优先级和重要性，以及对应维度下所需要的营养，从而选择相应的辅食进行精细化喂养。
嘉宝	嘉宝是一家总部位于美国的婴幼儿营养食品生产商，隶属于雀巢公司，生产包括米粉、果泥、蔬果泥、酸奶、婴幼儿配方奶粉等全系列婴幼儿食品。2025 年 6 月，嘉宝在天猫辅食类目下交易指数排名第 5。	——	嘉宝品牌提出对婴幼儿成长的不同成长阶段的不同需求进行辅食分段。从低段到高段，逐步添加多元营养成分。
小皮	小皮成立于 2014 年，在婴幼儿辅食领域具有较高的知名度与品牌效应，其主要产品包括婴幼儿米粉、果泥、饼干等婴幼儿辅食，是公司婴幼儿辅食的主要竞争对手。根据 CIC 灼识咨询的调研与分析，小皮在 2024 年中国婴幼儿辅食行业的市场份额中排名第 5。2025 年 6 月，小皮在天猫辅食类目下交易指数排名第 2。	6-36 月龄婴幼儿四维科学喂养方案	2022 年，小皮提出了《6-36 月龄婴幼儿四维科学喂养方案》，该方案从“自主进食”“合理营养”“口味养成”“口腔功能”四个维度分别指出 6-36 月龄婴幼儿在成长关键期的四大方向，养育人可根据这四大维度，为之培养健康的饮食习惯。
小鹿蓝蓝	小鹿蓝蓝是上市公司三只松鼠（300783.SZ）旗下互联网婴童食品专业品牌，主要经营婴童零辅食、调味、主粮、营养品等。根据 CIC 灼识咨询的调研与分析，小鹿蓝蓝在 2024 年中国婴幼儿辅食行业的市场份额中排名第 4。2025 年 6 月，小鹿蓝蓝在天猫辅食类目下	——	小鹿蓝蓝为三只松鼠旗下互联网婴童食品专业品牌，品牌定位为“儿童高端健康零食品牌”。小鹿蓝蓝提倡对 6 个月-14 周岁全面覆盖，零辅食一站式科学喂养。

	交易指数排名第 8。		
秋田满满	秋田满满品牌创办于 2018 年，总部位于江西宜春，是一家定位为“婴童营养全餐”的辅食品牌，主营胚芽米、米粉、儿童面食、面粉、馒头等中式辅食。根据 CIC 灼识咨询的调研与分析，秋田满满在 2024 年中国婴幼儿辅食行业的市场份额中排名第 3。2025 年 6 月，秋田满满在天猫辅食类目下交易指数排名第 6。	精细化辅食喂养分阶体系	2023 年，秋田满满提出“精细化辅食喂养分阶体系”，该体系提出婴童的辅食添加标准，需要从口腔发育、身体发育、心理发育 3 大维度来进行判断。同时，还建立了 4 月龄~6 岁每个阶段婴童的生长发育参考标准及需要重点关注的营养摄入、一周的辅零食餐谱建议等，全方位解决新手父母在婴童喂养方面的困惑。
爷爷的农场	爷爷的农场品牌创立于 2018 年，总部位于广州市。公司的主营产品包括婴幼儿食用油、调味品、果泥、米粉、零食等。根据 CIC 灼识咨询的调研与分析，爷爷的农场在 2024 年中国婴幼儿辅食行业的市场份额中排名第 2。2025 年 6 月，爷爷的农场在天猫辅食类目下交易指数排名第 4。	——	爷爷的农场根据婴幼儿不同成长阶段的差异化发育特点和营养所需，推出了分阶段的不同产品。不同阶段强化不同营养成分和口味。

根据国际吞咽障碍食物标准行动委员会 (IDDSI) 发布的统一的食物质构等级标准，2020 年公司即提出了辅食分阶理念，并与中国妇幼保健协会儿童营养专业委员会联合成立了“中国婴幼儿辅食分阶喂养科普指导工作组”，发布了《中国婴幼儿辅食分阶喂养指导手册》。公司在婴幼儿辅食分阶喂养领域，具有先发优势。

(2) 公司以独创的“科学 5 阶精准喂养体系”作为产品开发的核心，具有较强的科学性和可行性

公司根据分阶喂养理念，独创了“科学 5 阶精准喂养体系”，并依此开发了丰富的婴幼儿辅食产品矩阵，为我国婴幼儿辅食添加提供了整体解决方案。

1) 突破简单月龄分阶，以婴幼儿重要体征作为辅食分阶依据

根据《中国居民膳食指南 (2022)》指导，生命早期 1000 天是人类健康机遇的窗口期，适宜的营养和喂养不仅关系到婴幼儿近期的生长发育，也关系到长期的健康。母乳虽然是婴幼儿生长发育的重要营养来源，但是婴幼儿早期发育较快，随着婴幼儿的生长，单一的母乳喂养不能完全满足 6 月龄后的婴幼儿对能量及营养素的需求。因此，必须通过添加辅食以满足婴幼儿对生长发育的需求。而不同婴幼儿个体之间发育情况差异较大，若简单以月龄作为辅食添加的依据，则容易导致婴幼儿能量及营养素添加滞后或超前，容易增加婴幼儿能量及蛋白质、铁、锌、碘、维生素 A 等缺乏的风险或营养过剩导致的远期超重、肥

胖风险。市场上众多辅食品牌均以月龄作为婴幼儿辅食产品体系的分阶依据。公司突破简单的月龄分阶，增加了以婴幼儿成长过程中行为能力的五个关键节点“坐”“咬”“爬”“站”“走”作为“科学5阶精准喂养体系”辅食分阶递进的标志，指导消费者科学育儿。

2) “科学5阶精准喂养体系”指导公司产品开发的科学性

公司以“科学5阶精准喂养体系”建立的婴幼儿辅食产品矩阵的科学性体现在辅食品种多样化、辅食质构科学化和通过引导婴幼儿科学进食促进神经系统发育等三方面。

根据国家卫生健康委发布的《婴幼儿喂养健康教育核心信息》，添加辅食坚持由少量到多量、由一种到多种，引导婴儿逐步适应，逐步增加辅食添加的频次、种类，确保婴幼儿良好生长发育。《中国居民膳食指南（2022）》指出，食物多样化是平衡膳食的基础，能最大程度满足婴幼儿正常生理发育、免疫力及生理功能需求，满足身体能量和营养素的需求；食物多样化还有助于婴幼儿建立健康的饮食习惯，促进婴幼儿感知觉、心理认知和行为能力的发展等。根据《中国婴幼儿辅食分阶喂养指导手册》，“由一种到多种”是辅食添加的原则之一。

婴幼儿时期是吞咽和咀嚼功能形成的重要时期，因此辅食的质构等级划分是“科学5阶精准喂养体系”的重点之一，包括辅食的粘稠度、颗粒大小（尺寸）、硬度、咀嚼性和脆性等，这些指标要与婴幼儿的口腔发育相匹配。针对随着婴幼儿的成长，其摄食能力逐渐增强的特点，公司将产品设计的着力点聚焦于解决食物的质地与促进吞咽和咀嚼能力相匹配等问题上。根据国际吞咽障碍食物标准行动委员会（IDDSI）发布的统一的食物质构等级标准，将食物从液体到半固体到固体划分为八个等级。借鉴国际吞咽障碍食物分级标准的质构分类，公司1阶至5阶对应的辅食质构依次为中度稠、高度稠、细馅型、软质型和常规型，涵盖了6-36月龄的婴幼儿期辅食产品。

根据《中国居民膳食指南（2022）》，婴幼儿消化系统、免疫系统的发育，感知觉及认知行为能力的发展均需要通过接触、感受和尝试来体验各种食物，逐步适应并耐受多样的食物，从被动接受喂养转变到自主进食。父母及喂养者的喂养行为对婴幼儿的营养和饮食行为也有显著的影响。回应婴幼儿摄食需求，有助于婴幼儿形成健康的饮食习惯，并具有长期而深远的影响。

①公司辅食品种的多样化情况

根据“中国居民平衡膳食餐盘”，我国居民的饮食结构包括谷薯类、蔬菜类、水果类和鱼肉蛋豆类。根据《中国居民膳食指南（2022）》的推荐，7-12月龄、13-24月龄婴幼儿的每日饮食中脂肪的能量占比分别为40%和35%，高于成人的20%-30%。

据此，公司的辅食产品全方位包括了“谷薯类、果蔬类、鱼肉蛋豆类、佐餐油类”四大类食物，以全方位满足婴幼儿辅食营养与能量需求，具体情况如下：

产品种类	公司的辅食产品	功能
谷薯类	米粉、即食粥、快冲粥、面条、磨牙棒、米饼及饼干、炭烧棒、泡芙、益生菌水果溶豆、谷物棒、爆米花、鱼虾脆等	谷薯类辅食属于饱腹类产品，富含碳水化合物，碳水化合物是人体能量的主要来源。 公司在饱腹类产品中强化了不同的营养元素，旨在通过喂食饱腹类产品的同时为不同阶段的婴幼儿补充易缺乏的营养元素。
果蔬类	果泥、蔬菜泥等	果蔬类辅食富含膳食纤维、各类矿物质和维生素。膳食纤维能够刺激肠道蠕动，促进肠道菌群的生长繁殖。 公司的果蔬类辅食除为婴幼儿补充果蔬中的天然营养外，还能够对婴幼儿进行口味、食物种类多样化的训练。
鱼肉蛋豆类	肝粉、肉泥、肉松、肉酥、番茄牛肉拌拌酱、脆脆三虾片、小口奶酪块、牛奶溶溶豆等	富含蛋白质，婴幼儿需要维持旺盛的成长发育，需要充足的蛋白质供给，6月龄以上的婴幼儿在母乳或配方奶蛋白摄入外，需要添加辅食蛋白。 除了蛋白质外，鱼肉蛋豆类是铁和维生素B ₁₂ 的主要来源。
佐餐油类	各类佐餐油(核桃油、山核桃油等)	与成人不同，为了满足大脑发育对脂肪的需求，婴幼儿对脂肪的需求量较高，高能量密度脂肪的供给是婴幼儿生长发育所必需，也是适应婴幼儿胃肠道功能及渗透压的最佳选择。 中国营养学会推荐0-6月龄婴儿的脂肪摄入量应占总能量的48%；6-12月龄为40%，2岁-3岁为35%。为此，公司推出了以核桃油为主的富含亚油酸和亚麻酸并且亚油酸和亚麻酸比例合适的婴幼儿佐餐油。

②公司辅食的质构科学化情况

在全面开发婴幼儿所需的多样化辅食的基础上，公司根据婴幼儿的口腔发育，匹配了适合各阶段的辅食质构产品，具体情况如下：

分阶	食物质构	饮食能力	适宜的辅食	“科学5阶精准喂养体系”的产品方案
1阶	中度稠	吞+咬	谷薯类：婴幼儿酶解米粉、即食粥、婴幼儿面条、米线； 果蔬类：单一口味的果汁泥、菜汁泥； 鱼肉蛋豆类：鱼泥、肉泥、肝泥等 佐餐油类：核桃油等含有亚油酸和 α -亚麻酸，并且亚油酸高于 α -亚麻酸的油脂； 零食类：磨牙棒，煮熟蔬菜条、水果条等长条形食物。	开发采用淀粉酶解工艺的泥糊状米粉、粒粒面等；调整辅食稠度、硬度、咀嚼性和脆性等。
2阶	高度稠+颗粒	咬+啃	谷薯类：婴幼儿酶解米粉（添加颗粒 $\leq 5\text{mm}$ ）、婴幼儿面条、米线； 果蔬类：复合口味的果泥、菜泥； 鱼肉蛋豆类：鱼泥、肉泥、肝泥、肉松等； 佐餐油类：核桃油等含有亚油酸和 α -亚麻酸，并且亚油酸高于 α -亚麻酸的油脂； 零食类：软的手指食物。	开发碎末状的小颗粒米粉、碎碎面等；调整辅食稠度、硬度、咀嚼性和脆性等；粒度 $\leq 5\text{mm}$ 。

3 阶	细馅型	啃+嚼	谷薯类:婴幼儿米粉(不酶解,添加细馅型较大颗粒)、即食粥,婴幼儿面条&米线,强化营养宝宝餐(软米饭); 果蔬类:果粒泥,菜粒泥; 鱼肉蛋豆类:鱼馅,肉馅,肉松等; 佐餐油:核桃油等含有亚油酸和α-亚麻酸,并且亚油酸高于α-亚麻酸的油脂; 零食类:手指食物。	开发能够练习咬、锻炼吞咽和翻动食物能力的大颗粒米粉、营养粥、小造型面等;调整辅食稠度、硬度、咀嚼性和脆性等。
4 阶	软质型	嚼+吃	谷薯类:婴幼儿面条&米线,强化营养宝宝餐,包括软米饭、软馒头、发糕等; 果蔬类:果块、碎菜; 鱼肉蛋豆类:鱼块,肉块,全蛋、豆腐等; 佐餐油:核桃油等含有亚油酸和α-亚麻酸,并且亚油酸高于α-亚麻酸的油脂; 零食类:手指食物。	开发增加适当硬度、弹性和纤维质、造型面立体耐嚼、更劲道的彩蝶面、贝壳面等;调整辅食稠度、硬度、咀嚼性和脆性等。
5 阶	常规型	吃	谷薯类:婴幼儿面条&米线,强化营养宝宝餐,包括软米饭、软馒头、发糕等; 果蔬类:果块或整个水果;家常蔬菜; 鱼肉蛋豆类:鱼块,肉块,全蛋、豆腐等; 佐餐油:核桃油等含有亚油酸和α-亚麻酸,并且亚油酸高于α-亚麻酸的油脂; 零食类:坚果、松脆、易碎(易掉渣)的零食,需家长监督或陪伴食用,其它不限。	强化营养的软米饭、软馒头、婴幼儿面条等;强化营养的爆米花、谷物棒等零食,用于两餐间的能量和营养补充,并进一步训练咀嚼能力。

③ “科学 5 阶精准喂养体系”通过引导婴幼儿科学进食促进神经系统发育

公司围绕“科学 5 阶精准喂养体系”建立的婴幼儿辅食产品矩阵,通过对辅食强化维生素、矿物质、DHA、益生菌、益生元等各种营养素,能够防止添加辅食后营养不足的风险,并能够促进婴幼儿的神经发育。而婴幼儿辅食多样化的质地、味道、颜色和形状等能够促进婴幼儿触觉、味觉、嗅觉、视觉、空间感知、大动作和精细动作等能力的发育,公司的辅食产品由 1-5 阶逐步丰富产品的口味、形状、颜色、品种等,对婴幼儿进行认知觉多样化训练。

为满足上述从强化营养到感知力的发展,公司的产品特点进一步阐述如下:

分阶情况	婴幼儿的营养需求	公司的产品方案
1 阶	满 6 月龄时,婴幼儿体内铁储备几乎耗竭,需要尽快补充外源铁。添加富含铁的辅食是保证婴幼儿铁需要的主要措施,从富含铁的泥糊状食物开始。	米粉强化维生素 C 与二价铁,面条强化二价铁,引入肉泥、肝粉等富铁的泥糊状食物。
2 阶	在大约 7-9 月龄时,婴幼儿下半身骨骼的发育加快,这是后续站立和走路的基础。因此,这一阶段的婴幼儿对钙的需要量大。因此在辅食应该强化钙元素。 此阶段婴幼儿牙齿和骨骼快速发育,维生素 D 需求量大高。	除了继续强化铁外,米粉、面条均强化钙和维生素 D,核桃油、山核桃油等富含亚油酸和 α -亚麻酸等必需脂肪酸,果泥含有膳食纤维及维生素。

	婴幼儿辅食以谷物类、蔬菜、水果等植物性食物为主，需要额外添加约不超过 10g 的油脂。以满足婴幼儿生长发育对油脂的需求。	
3 阶	约 10-12 月龄的婴幼儿，营养需求进一步增加，经常摄入肉类食物少且植酸含量高的膳食，容易发生锌缺乏。锌、维生素 A 等营养素也需要及时添加。 此阶段的婴幼儿活动量相较之前增多，奶类食物摄入量减少，摄入的水分相应减少。部分婴幼儿存在挑食偏食的习惯，易形成便秘的问题。而膳食纤维可以帮助婴幼儿排便通畅，对肠道健康非常重要。 婴幼儿总脂肪摄入量可相对高于成人。辅食需要适量的油脂，尤其是当辅食以谷物类等植物性食物为主时，应额外添加油脂。 DHA 对视功能和脑发育具有关键作用，我国 7~36 月龄婴幼儿推荐适当补充 DHA。	米粉、面条均强化锌，添加肉泥及果蔬原料；果泥含有膳食纤维及维生素，益生菌水果溶溶豆添加水果原料及谷物；有机 DHA 核桃油、有机 DHA 山核桃油等富含亚油酸和 α-亚麻酸等必需脂肪酸，同时可补充 DHA；DHA 谷物酥酥饼干添加 DHA。
4 阶	约 13-18 月龄的婴幼儿饮食中奶类占比愈发降低，但蛋白质需求高，因此可引入少量蛋白含量高的乳制品如奶酪等，作为幼儿辅食的一部分。 1 岁后的婴幼儿，要继续保持原味，尤其是要避免高盐和高糖。但可以用天然食物调味，以丰富口味并对宝宝进行口味多样化训练。	彩蝶面、宽面、彩面片、意式贝壳面，均添加植物蛋白；小口奶酪块主要原料为奶酪，且添加膳食纤维；海苔芝麻猪肉酥、牛肉酥添加海苔；番茄牛肉拌拌酱添加番茄；快冲粥添加多种肉制品及果蔬制品；添加虾类食材的脆脆虾片，可补充虾类优质蛋白。
5 阶	随着婴幼儿逐步成长，每日膳食中应包括各种多样化的食物，从而发挥各种食物在营养成分上的互补作用，达到平衡膳食的目的。	食材营养搭配丰富的意式螺旋面、添加果蔬原料的爆米花、含虾类食材的鱼虾脆多、添加大豆和乳制品原料的华夫脆饼干、添加乳制品和蔬菜原料的炭烧棒等。

根据中国妇幼保健协会在第 14 届中国妇幼健康发展大会的发布，通过研究定点多省妇幼保健医院，系统梳理了 6-36 月龄婴幼儿的辅食喂养现状，对其辅食营养成分摄入情况、生长发育状况进行科学专业的分析，并结合英氏科学 5 阶精准喂养体系，进一步明确 6-36 月龄婴幼儿不同月龄阶段的关键体征和喂养需求。通过跟踪随访了上百位在定点妇幼保健院进行健康体检或儿保咨询的婴幼儿，结果证明，综合考虑婴幼儿 1-5 阶段的生理、营养、感知力等维度的特征需求进行辅食分阶喂养，具有较强的科学性和可行性。

(3) 公司联合科研机构、行业协会和产业链推动辅食分阶喂养体系标准建设工作

目前我国婴幼儿辅助食品方面的国家标准有三项，分别为《婴幼儿谷类辅助食品》《婴幼儿罐装辅助食品》及《辅食营养补充品》。上述标准可涵盖大多数米粉、面条、饼干、果蔬泥、肉泥等婴幼儿辅助食品以及婴幼儿补充品。

然而，当前我国国家标准涵盖年龄段大、范围宽，尤其是在辅食分阶段喂养体系和辅

食质构的细分方面仍是空白。研究表明婴幼儿辅食添加的种类对婴幼儿咀嚼能力的发展和神经系统的发育均具有一定影响，应根据乳牙生长情况、咀嚼功能添加合适食品质构特性的辅食。因此，需要查找国际上有关指南和消费者需求，进一步推动产品的细化，满足不同月龄婴幼儿的需求。

公司联合中国营养学会及相关科研院所、高校和行业内优质的生产商，自 2024 年开始对“科学 5 阶精准喂养体系”进行标准化建设工作。通过在全面分析我国婴幼儿营养与健康现状的基础上，查询国内外文献、对婴幼儿辅食分阶段喂养体系的研究、对辅食质构的方法学、分级测试等系统研究等方法，推动建立辅食 5 阶喂养体系，为辅食的选择与制作提供科学依据，确保吞咽安全，促进婴幼儿的成长和发育。公司与合作机构将推动辅食行业开发符合不同质构标准的专业产品，从而提升市场上辅食的多样性和安全性。

公司与政府、学界、产业界的协同创新，建立针对中国婴幼儿的辅食分阶喂养标准，为婴幼儿辅食行业制定科学化、精细化的国家标准提供战略性解决方案，将推动中国婴幼儿健康喂养迈入精准化、智能化新阶段。

(4) 公司婴幼儿辅食产品的质量控制标准较国家标准高

公司长期深耕婴幼儿辅食赛道，为我国婴幼儿提供了多品类的婴幼儿辅食产品，建立了丰富的辅食整体喂养方案。公司对各婴幼儿辅食产品均制定了《产品质量规格书》，公司《产品质量规格书》对各产品在微生物控制指标、质量指标等方面的要求较国家标准一般要求高。

2、技术创新

公司通过长期实践探索，掌握了婴幼儿辅食、婴幼儿卫生用品和儿童食品领域的多项核心技术，形成了产品研制与应用创新相结合的技术体系。公司核心技术相关技术方向、技术简介、对应产品、技术成果及技术所处阶段详见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“四、关键资源要素”之“（一）主要核心技术和应用情况”。报告期内各期，公司应用核心技术的产品的收入分别为 128,278.00 万元、173,900.29 万元、195,541.64 万元和 **112,098.61 万元**，占营业收入的比例分别为 98.98%、98.90%、99.04%和 **99.05%**。

基于“科学 5 阶精准喂养体系”公司研发了较多的辅食产品专利和非专利技术。在婴幼儿辅食方面，公司拥有专利 62 项，其中发明专利 3 项、实用新型专利 16 项、外观设计专利 43 项。

(三) 创新认可

1、公司辅食销量连续三年排名第一，行业地位突出

我国婴幼儿辅食的基础研究和发展的历史较短，在过去很长时间，外资品牌主导了我国

的婴幼儿辅食市场。公司凭借扎实的基础理论研究，结合我国婴幼儿在成长过程中的生理、营养、感知力情况，开发了适合不同成长阶段婴幼儿的产品矩阵，为我国婴幼儿科学喂养和辅食添加提供了成熟的国产化解决方案。根据多家知名的市场研究机构确认，“英氏”销售额已超越诸多外资品牌，在 2022 年至 2024 年婴幼儿辅食市场销量连续三年排名第一。根据北京大学国家发展研究院发布的《中国线上消费品牌指数（2023-2025）》， “英氏”进入反映品牌质量的“全球品牌中国线上 500 强”，**是唯一获此殊荣的婴幼儿辅食品牌。中华商标协会 2025 年 9 月核准“英氏”品牌为知名商标品牌 AAA 级。**“英氏”领先的市场地位是公司在基础科学、产品研发、技术迭代方面不断创新的重要成果。“英氏”在我国婴幼儿辅食市场具有较强的行业代表性。

2、公司立足产业深入科研，获得多方认可

公司是“湖南省省级企业技术中心”、“湖南省产融合作制造业重点企业”、湖南省人力资源和社会保障厅“博士后创新创业实验基地”、湖南省健康产品与生命科技工程技术研究中心联合共建单位。公司与湖南省产商品质量检验研究院成立“国家农副产品质量检验检测中心（湖南） 婴幼儿辅食联合研发实验室”，与中国工程院单杨院士团队共同组建了“婴幼儿辅食与营养产业发展研究院”科研合作平台，与江南大学创立了“婴童未来食品实验室”，与南京野生植物综合利用研究所共建了“敏感肌研究中心”。公司是中国营养学会、中国营养保健食品协会、中国妇幼保健协会、中国造纸协会生活用纸专业委员会成员单位。

3、参与多项标准的研究与制定，推动行业标准化和规范化

公司基于营养学、生理学、医学、工程学的基础理论，深入行业实践，以自身较强的技术实力和技术水平主持并参与制定了多项标准，为行业的规范运营与健康发展做出了贡献。

公司是《**婴幼儿辅食用大米**》《**婴幼儿辅食用小麦粉**》《儿童营养面条类制品》《儿童零食通则》《食用油（适用于婴幼儿）》《眼部营养食品通则》《DHA 藻油制品》《儿童干酪和儿童再制干酪》《儿童鱼肠》《儿童预包装膳食》《儿童意面》《儿童果糕》《医敏特护婴儿纸尿裤》《老年营养食品通则》《儿童山楂棒果糕》等 15 项团体标准**和地方标准**《**婴幼儿辅助食品良好生产规范**》的主要起草单位。公司正在参与《食品生产企业绿色制造评价规范》《奶粉定量充填包装机》《食品中微量营养素均匀性评价规范》《绿色食品 烘焙食品》《绿色食品 膨化食品》《绿色食品 果蔬酱》《粉状食品中肽含量的定量分析方法》等国家标准、行业标准和地方标准的制定。

（四）模式创新

1、创建“五共质量管理体系”提升辅食行业质量控制体系

（1）“五共质量管理体系”的创建背景

随着科学育儿理念的不断普及，我国婴幼儿辅食市场正在快速发展，2024 年婴幼儿辅食的市场规模已达到 559.1 亿元，但市场渗透率仅有 38%，未来婴幼儿辅食市场还有广阔的发展空间。我国婴幼儿辅食行业的法规与国家标准体系处于不断完善的阶段，预计随着新国标修订及各类标准建设，将逐渐向国际先进水平看齐，有助于提高行业进入门槛，促进行业规范化与高质量发展，推动市场规模的进一步提升。

婴幼儿辅食的产能分布较为分散，且产品具有品类丰富、口味多元、工艺迭代不断推陈出新的特点，行业内生产工艺繁多复杂。婴幼儿辅食的目标消费群体为 6-36 个月的婴幼儿，家长们对产品的安全和品质高度关注。因此，为保障婴幼儿辅食产品的高品质和稳定性，解决婴幼儿辅食市场高速发展和供应链质量管理严格的矛盾，整合优质的生产资源，建立一套高度适配辅食行业的供应链质量管理体系，并不断对技术、工艺和产品迭代更新，有助于提升我国辅食行业的生产和质量管理水平。

（2）“五共质量管理体系”的创建原理

公司拥有十余年婴幼儿辅食产业技术实践和产品质量管理经验，始终以食品安全为根本，自有工厂先后通过了 GMP、HACCP、ISO9001、BRC、IFS、CNAS 等国内外先进的质量管理体系认证。为保障受托生产商质量管理能力，确保全部婴幼儿辅食产品能够达到公司预期的质量水平，公司在自我质量管理体系的基础之上，融入 SDCA、PDCA 质量管理循环，建立了“共同研发、共用标准、共建体系、共享奖惩、共守目标”的“五共质量管理体系”，从管理、产品、协同三个维度，细分了 25 个模块，将自有工厂与受托生产商统一导入“五共质量管理体系”运行，打造优秀标杆工厂，在保障婴幼儿对辅食基本需求的基础上，不断提高产品标准，大幅提升婴幼儿辅食生产工厂作业水平。“五共质量管理体系”既确保了公司产品的安全性，又提升了行业供应链的整体质量管理水平。

（3）“五共质量管理体系”在产品、管理、协同方面的运行情况

1）在产品维度铸就卓越品质

公司始终秉持超越客户期望的服务理念，将产品开发、验证确认、危害控制、产品一致性保障以及客户满意度提升五个关键环节紧密串联，形成全流程闭环管理体系。在产品开发构思阶段，公司通过深入的市场调研与前沿技术研究，确保产品设计精准契合市场需求与行业趋势；研发过程中，公司通过多轮次严格的验证与确认，保障产品性能的可靠性与稳定性；建立了完善的危害控制机制，从原材料采购源头到生产加工、储存运输等各个环节，全面排查并消除潜在风险因素；公司制定了严格的产品一致性标准，确保每一批次产品质量稳定统一；公司高度重视客户反馈，持续优化产品，致力于为客户提供超越期待的优质产品体验。

2）在管理维度实现质量管理进阶

管理维度紧密遵循质量管理的科学发展规律，为公司质量管理提供了清晰的进阶路线

图，对于自有工厂和受托生产商的质量管理等级进行科学分级分类，引导各个工厂逐步达到“五共质量管理体系”的最高标准。

“五共质量管理体系”质量管理提升的阶段包括：在质量保证阶段，工厂在夯实质量检验的基础上，建立起了完善的质量管理制度与流程，对生产过程进行全程监控；在质量预防阶段，运用数据分析、风险预警等先进技术手段，提前识别并解决潜在质量问题；通过构建优秀的质量管理体系，整合工厂内部各部门资源，实现质量管理的协同化与高效化；在全面质量管理阶段，将质量管理融入工厂的战略与企业文化，持续提升整体运营质量与管理水平，实现从基础质量控制到全面质量管理的跨越。

公司从自有工厂和受托生产商实际的质量管理水平出发，实施分级分类管理，将不同工厂分别导入对应的质量管理提升的对应阶段，通过引导各个工厂质量管理水平的不断提升，最终实现各个工厂的质量管理水平达到卓越水平。

3）在协同维度构建一体化质量管理生态

受托生产商是公司产品生产环节的重要组成部分，其产品质量直接关乎公司品牌声誉与市场竞争力。公司通过与厂商建立深度协同，保障在共同研发方面，公司与受托生产商共享研发资源与技术成果，共同开展新产品研发项目，确保产品满足市场需求与行业标准；通过建立共享奖惩机制，将产品质量与双方利益紧密挂钩，激励受托生产商积极提升产品质量；公司协助受托生产商共建质量管理体系，输出先进的管理经验与方法；各工厂共用统一的质量标准，从原材料采购、生产工艺到成品检验，确保双方在质量管控上的一致性；公司与受托生产商共守统一的质量目标，形成紧密的质量共同体，共同构建一体化的质量管理生态，有效提升整个供应链的质量管控能力与运营效率。

（4）“五共质量管理体系”的行业认可

“五共质量管理体系”被湖南省市场监督管理局推荐为“2024 年企业首席质量官质量变革创新入围案例”，收录在《全国企业首席质量官质量变革创新良好实践（2024 年）》。公司论文《婴童食品质量管理体系建立及应用-五共质量管理体系》发布于中国标准化研究院和中国标准化协会主编的期刊《中国标准化》。公司及受托生产商均以“五共质量管理体系”作为产品生产及质量控制的标准。

2、“敏捷型供应链”模式创新

公司的产品品类丰富、生产工厂分布广、消费者对产品日期新鲜度及质量稳定性要求高，基于上述行业和市场特点，公司一直致力于建设又好又快的敏捷型供应链，用户体验好、产品周转快，营运效率持续处于行业领先水平。

（1）数智化供应链建设

公司从需求计划、供应商采购、生产制造、质量检测、物流配送、产品追溯、新鲜度监控等全环节实现业务数字化，搭建完成供应链中台，打通和集成了 SRM、OEM 协同平台、SAP、NC、旺店通等各系统平台，实现了全链路在库数据集成，供应链端对端的高效协同与快速反应。

(2) “三位一体”以销定产的管理模式

公司对进销存、计划、订单进行“三位一体”的全面管理，通过全渠道精细化的进销存管理，构建销售计划预测模型和算法，让生产计划更大程度接近销售需求。公司构建了以重点客户订单日、新产品推广计划为核心的计划订单管理模式，解决供应链供需矛盾问题，达到供需持续平衡，提高计划准确率，公司存货周转率逐期提升。

(3) “轻单快反”的生产供应模式

公司推动计划准、响应快的“轻单快反”生产供应模式，对生产和采购分最小经济批量 and 最小订单量两种模式进行管理。公司通过产品贡献度将产品分类，对于销量较大的产品按最小经济批量，对销量略小的产品按最小订单量生产和采购，提升生产计划精准度。公司将供应链“需求计划—原材料采购—生产制造—质检—物流配送”全链路进行统筹管理，提升交付效率，实现以周为单位的订单交付。“轻单快反”的供应模式提高了生产柔性和交付能力、缩短了生产交付周期、大大降低库存和呆滞风险，提升了产品新鲜程度。

(4) 多场景又好又快的交付模式

公司通过多类型的仓储配送策略，针对不同的业务场景配备不同的仓配布局，实现快速反应和优质的消费服务体验。公司探索实现了 B 端、C 端同仓的系统解决方案，在周转提效的同时，提升了仓储利用率和订单满足率。

3、以高效商业成功为目标的产品开发与管理模式

公司引入集成产品营销与销售 IPMS 流程管理机制，并在此基础上建立了以品类带头人牵头负责制的整套产品研发与管理机制，形成了“IPMS+品类带头人负责制”结合的管理模式。该模式贯穿用户洞察、市场研究、新品开发、工艺实现、技术管理、质量管理、新品上市、稳定销售等各环节的产品全生命周期，并且实现了全面的信息化、数字化和在线化。

该模式由品类带头人领导产品商业化全过程，将与产品相关的动作整理成为贯穿全公司各部门、公司级别的活动流程。通过定义各部门在产品生命周期各个环节中的关键职责和协同合作关系，以及品类带头人的外部研究和内部牵引、整合，推动公司在品类规划、产品开发、质量管理、商渠匹配、市场营销、产品全链路的量本利经营等方面进行不断优化，高效调度公司内外部的资源，使得公司实现产品商业成功和经营效益最大化。

(五) 转型升级

婴幼儿辅食行业产品品类丰富、口味多元，各品牌各品类的包装形式也在不断推陈出新，因此行业内的工艺纷繁复杂。基于婴幼儿辅食行业的特性，行业内众多的品牌厂商主要采用委托生产的模式。报告期内公司采用自主生产和委托生产相结合的生产模式，既建设了技术领先、自动化和数字化程度高的婴幼儿米粉绿色生产工厂，又通过“五共质量管理体系”对婴幼儿辅食产品进行全面质量管理。公司的行业实践成果“婴幼儿米粉制备关键技术研究及产业化”被中国营养学会评选为科学技术奖三等奖。

1、公司建设了行业内领先的婴幼儿米粉生产工厂

(1) 公司婴幼儿米粉生产线原料处理标准较高

公司掌握国外成熟市场的大米制粉技术，结合超微低温研磨，最大限度保留大米原生水分与天然米香，并提高了粉质细腻度。公司配置了溜筛、磁选、色选、洗米、粉磁选等5道原料净化装置，高效去除杂质、异色粒及金属异物，大幅提高了原料纯净度。在投料阶段，公司建立了全自动投料系统，实现原料输送精准化、无人化，杜绝人为污染风险。

(2) 制浆工艺创新保证米粉营养、细腻与优质口感

公司运用二级磨浆技术，采用高速剪切和行星搅拌轴双循环混合系统，实现米浆二次精细化研磨，使产品细腻度超越传统湿磨工艺。通过水合暂存罐结合柔性搅拌，促进米浆在温和状态下充分水合，提升了产品营养物质溶出率与吸收效率。公司研制了分阶段的复合酶制剂保密配方，生物酶解工艺将大分子淀粉分解成小分子糖类，且根据不同阶段婴幼儿米粉进行不同程度的酶解，既提升了米粉适口性，又减轻了婴幼儿肠胃负担，适应不同阶段婴幼儿的辅食添加需求。另外，公司集成全线 CIP 自动清洗系统，确保设备与管道周期性深度清洁，杜绝微生物滋生隐患。

(3) 干燥成型工艺保护产品营养成分，提升冲调体验

公司通过滚筒干燥工艺精准控温，同步实现米片温和熟化与脱水，最大化保留热敏性营养素。干燥后米片快速冷却技术有效抑制细菌滋生，防止板结，保障片型完整性与复水性。在成型环节，公司采用智能造粒工艺优化米粉颗粒结构，解决冲调结块的技术难点。

(4) 半成品储混环节安全可控

混合环节采用柔性混合工艺保障，降低米粉片型破损率。储混环节进行2道消杀与异物拦截控制，切实保障储混安全。

(5) 智能化全自动包装系统

公司建设了智能化全自动的包装系统，通过等离子风吹扫、UV 杀菌、负压充填技术对听罐进行三重净化，实现空罐无菌化与米粉颗粒片型无损伤。在封罐环节，公司通过真空充氮锁鲜，控制封罐残氧值处于低水平，延长产品风味留存时间，通过空罐视觉检测、梅

特勒托利多金检机、充填量在线检重构成 3 重质量防火墙，有效剔除不良品。

(6) 仓储物流环节自动化程度高

在仓储物流环节，公司通过深度整合订单管理系统（OMS）、仓储管理系统（WMS）、仓储执行系统（WES）及生产系统，构建了产仓配一体化数字中枢，实现全链路数据贯通与业务协同。在物理层，采用密集库存储系统与 AGV 自动导引车的一体化方案，部署机械臂码垛、AGV 搬运、缠膜包装、自动输送线、提升机及四向穿梭车等智能设备，形成从原料加工到成品存储的全流程自动化闭环。通过智能调度算法与库位推荐策略的精准匹配，实现高效存取及 24 小时无人值守的“黑灯工厂”模式，同步构建从原料批次到成品流转的全生命周期可追溯体系，大幅降低人为干预风险并提升作业效率。

自动化储混系统和智能化仓储系统的应用，极大地提升工厂的运营效率和效益，工厂的柔性能力强，产品周转能力得到提升。

2、公司自有工厂制定了严格的产品质量管理与控制体系

公司自有工厂的生产过程从原料处理、制浆、干燥成型到半成品储混、包装覆盖原料至成品的 5 级磁选防护，累计 7 道磁选装置大幅降低产品金属污染风险。在关键工序嵌入等离子风清洁、UV 杀菌、AI 视觉检测、在线称重等 10 道数字化质控点，实现质量异常秒级拦截，整个生产环节能够有效保障米粉的质量水平。

除生产过程控制外，公司的生产车间按一般作业区、准清洁区、清洁区进行严格区分。其中准清洁区需进行臭氧消毒，清洁区进行光氢离子净化，清洁区对温湿度精准控制，保持温度处于 16-23℃，相对湿度≤65%RH。整个生产车间采用密闭围护结构和独立净化循环系统，可使粉尘浓度≤0.5mg/m³。

3、公司建立了绿色洁净高效的生产工厂，节能减排

报告期内公司婴幼儿米粉生产由泡米磨浆工艺调整为干法制粉调浆工艺，大幅降低废水排放和预处理环节包材损耗。公司亦优化了产成品包材设计，使产成品的库存占地面积以及运输车辆的载货量都得到优化，取得较好的经济效益和社会效益。

公司自有工厂建设有 2.3MW 分布式光伏电站，为工厂生产运营提供约 30% 的电力能源，有效减少碳排放。工厂采用节能建筑设计，年电力能源耗用总量较常规工厂减少约 15%。产品包装环节以及库内周转环节更多的采用可持续利用的材料，降低制造成本的同时，也极大地减少了资源的浪费。

4、公司建设了覆盖全品类、全链条的质量检验检测体系和产品溯源系统

婴幼儿辅食行业具有品类多、sku 多的特点，公司投资建设了能够覆盖全部品类的检测实验室，保障在研产品和全部产成品的质量安全。公司还与湖南省质检院联合建立了“国

家农副产品质量检验检测中心（湖南）婴幼儿辅食联合研发实验室”，围绕检验检测、认证认可、标准制修、科研开发、培训咨询、产品质量提升、技术创新、知识产权专利协作等领域展开合作，建立覆盖原料筛选、生产工艺优化、成品质量管控的全链条研发检测体系，共同推动婴幼儿辅食行业健康持续发展。

公司建立了完善的产品溯源体系，通过信息化手段，实现辅食产品各环节信息可追溯。公司的溯源体系建设涵盖了自有工厂和委托生产厂商，对产品的原材料、生产、销售等各环节的关键控制点进行全流程管理，实现从消费环节到生产采购环节的高效追溯。此外，公司对婴幼儿辅食实施“一罐一码”，通过产品溯源码标识，关联产品的生产、质检、渠道、效期等，实现关键信息可视化，进一步保障辅食产品质量安全，保护终端消费者权益。

十、 发行人选择的具体上市标准及分析说明

根据《北京证券交易所股票上市规则》第 2.1.3 条上市标准的要求，公司选择第一套标准，即预计市值不低于 2 亿元，最近两年净利润均不低于 1,500 万元且加权平均净资产收益率平均不低于 8%。

公司 2023 年度、2024 年度归属于母公司股东的净利润（以扣除非经常性损益前后孰低者为计算依据）分别为 21,614.03 万元和 19,049.66 万元，加权平均净资产收益率（以扣除非经常性损益前后孰低者为计算依据）分别为 31.80%和 22.05%，且发行人预计市值不低于人民币 2 亿元。

公司符合《北京证券交易所股票上市规则》第 2.1.3 条的第一套上市标准。

十一、 发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署日，发行人在公司治理中不存在特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排等需要披露的重要事项。

十二、 募集资金运用

公司本次拟公开发行人民币普通股 1,308.9800 万股（含本数，未考虑超额配售选择权）或 1,505.3270 万股（含本数，全额行使本次股票发行的超额配售选择权），公司将根据发行情况确定最终筹集资金数量，所募净额全部用于公司主营业务相关的项目。本次股票发行募集资金扣除发行费用后将投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	使用募集资金
1	湖南英氏孕婴童产业基地（二期）创新中心建设项目	7,169.43	7,169.43
2	婴幼儿即食营养粥生产建设项目	4,820.32	4,820.32
3	产线提质改造项目	7,281.49	7,281.49
4	全链路数智化项目	4,718.60	4,718.60
5	品牌建设与推广项目	9,405.80	9,405.80
合计		33,395.64	33,395.64

本次发行募集资金到位前，公司将根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，待募集资金到位之后，按照有关规定以募集资金置换先行投入资金。如本次发行实际募集资金（扣除发行费用后）不能满足上述项目资金需要，不足部分由公司自筹资金解决。如本次发行实际筹集资金净额超过上述项目资金需要，超出部分公司将按照相关法律、法规、规范性文件及证券监管部门的相关规定履行法定程序后使用。

公司本次募集资金投资项目为独立建设，不涉及与他人合作情形。募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理及其他法律、法规和规章的规定，项目实施后不会新增同业竞争，不会对发行人的独立性产生不利影响。

十三、 其他事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在需披露的其他事项。

第三节 风险因素

投资者在评价公司本次发行股票时，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。下列风险是根据重要性原则或可能影响投资者投资决策程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。公司提请投资者仔细阅读本节全文。

一、与行业相关的风险

（一）宏观经济波动风险

公司所属行业为食品制造业和纸制品制造业，产品主要为婴童食品和婴幼儿卫生用品，其市场需求受居民可支配收入水平、通胀水平等宏观经济因素影响。根据国家统计局数据，近年来我国居民可支配收入水平逐年提高，2014年至2024年间，全国居民人均可支配收入由20,167元增长到41,314元，年均复合增长率为7.43%，为公司过往发展营造了良好的市场环境。然而，当下全球宏观经济格局复杂多变，不稳定因素层出不穷，国内经济发展也受此影响，呈现出一定的波动性。这些宏观经济因素将影响居民收入购买力及消费意愿，给公司业绩发展带来不确定性。

（二）市场竞争加剧风险

国内婴童食品与卫生用品行业正面临着内部竞争及海外品牌的外来竞争，特别是在产品同质化严重、价格竞争激烈的市场环境下，企业需要不断创新，提升产品差异化竞争力。如果未来公司不能采取有效措施应对市场竞争，例如未能精准洞察目标客户需求、未能快速推出符合市场趋势的高品质产品、未能持续优化产品工艺与配方、未能通过供应链管理降低成本或未能加强品牌推广与渠道拓展以提升市场占有率等，公司可能面临市场份额缩小和盈利能力下滑的风险。

（三）人口出生率下滑风险

公司的产品主要为婴幼儿辅食、婴幼儿卫生用品、儿童食品等婴童产品，其终端用户群体为婴幼儿与儿童，行业的发展与婴幼儿群体数量密切相关。近年来，我国的人口出生率从2016年的13.57%下降至2023年的6.39%，2024年有所回升至6.77%；2022年、2023年和2024年，我国的新生儿数量分别为956万、902万和954万人。如若未来人口出生率持续下滑，将会影响公司所处的婴幼儿辅食及卫生用品行业规模及增速，从而对公司的经营业绩产生不利影响。

二、与发行人相关的风险

（一）经营风险

1、原材料等成本上涨的风险

直接材料成本是公司主营业务成本的重要组成部分，主要原材料市场价格的大幅波动会对公司的营业成本和经营业绩产生显著影响。婴幼儿辅食的主要原料（如大米、面粉等）属于农产品，其价格受供求关系、国家政策、天气和病虫害等因素影响，存在一定波动。婴幼儿卫生用品的主要原材料（如无纺布、氨纶、吸收物料等）来自材料制造和石油化工行业，而石油化工行业的产品价格受国际油价影响较大，因此国际油价的波动会对生产成本产生一定影响。面对原材料价格波动，如果公司未能及时调整策略，则可能对公司的经营业绩产生不利影响。

2、食品安全风险

食品安全问题长期受到广泛关注，各级政府部门及社会公众对食品安全和质量问题日益重视。公司作为食品制造业企业，食品质量安全控制是经营管理的重中之重。公司产品从生产到销售需历经生产、储存、流通等多个环节，**任何环节质量失控，都可能造成食品安全风险**。除自主生产外，公司部分产品采用委托生产模式，**进一步增加了产品质量管控难度**。未来如果公司或受托生产商因质量把控不力而引发食品安全问题，则会对公司生产经营和品牌声誉产生不利影响。

3、品牌声誉风险

公司主要品牌“英氏”“舒比奇”“忆小口”等在婴童食品与卫生用品行业的**市场地位**高度依赖于消费者对品牌的信任，因此若出现针对公司品牌的重大不利报道，或公司在**品牌形象维护中存在疏漏，将可能导致消费者信任度下降，进而影响公司的经营业绩**。此外，行业层面的负面报道若波及公司，也可能产生品牌声誉风险，对公司经营业绩造成不利影响。

4、经营规模扩大带来的管理风险

报告期各期，公司营业收入分别为 129,605.21 万元、175,831.70 万元、197,433.38 万元和 **113,170.86 万元**，保持较快增长。随着我国婴幼儿辅食及卫生用品行业发展，公司资产规模、业务规模及人员规模均将进一步扩大，这对公司管理层经营管理能力提出更高的要求。若公司在组织架构、经营决策及业务管理、财务内控等方面不能适应规模迅速增长的需要，将可能引发管理风险，进而对公司的盈利能力造成不利影响。

5、技术泄密的风险

公司现有技术由专利技术和非专利技术两种类型构成。其中非专利技术不受《中华人民共和国专利法》等相关法律法规的保护，存在因技术人员流失或在生产经营中对配方保护不当导致技术泄密风险，进而削弱公司的竞争优势，给公司的生产经营和发展造成不利影响。

6、募投项目无法实现预期收益的风险

公司拟将本次发行募集资金运用于湖南英氏孕婴童产业基地(二期)创新中心建设项目、婴幼儿即食营养粥生产建设项目、产线提质改造项目、全链路数智化项目、品牌建设与推广项目以加强自身在行业引领、婴童产品研发、品牌价值提升、销售端及产业链各环节的核心竞争力。本次募投项目建设完成后,公司的年度成本投入及固定资产、**无形资产**规模在客观上将进一步增加,团队规模亦会有所提升,同时募投项目的实施也对公司的项目管理能力和经营协调能力提出了较高要求。因此,若市场环境及行业格局发生重大变化,或是公司未能按既定计划完成募投项目实施,募投项目的预期收益可能无法完全实现,公司也可能存在因固定资产折旧费用、**无形资产摊销费用**、人员投入等增加而导致利润下降的风险。

7、市场拓展效果不达预期的风险

婴幼儿辅食市场仍在快速发展,行业内国内外的品牌众多,为了宣传科学分阶的喂养理念,并在市场竞争中保持头部品牌的地位,公司必须持续进行市场拓展。婴幼儿卫生用品行业中高端化、差异化竞争的市场格局已经形成,公司亦必须通过市场拓展才能市场竞争中脱颖而出。公司的儿童食品业务仍处于起步阶段,通过市场拓展活动使公司的产品理念得到消费者认可,销售规模快速提升,是不可或缺的环节。市场拓展工作必须投入大量的人力、物力、财力,但市场拓展工作如果不能达到预期效果,公司的经营业绩将受到不利影响。

(二) 财务风险

1、毛利率波动的风险

报告期各期,公司主营业务毛利率分别为 55.10%、57.81%、57.38%和 **58.68%**,毛利率较为稳定。若市场竞争进一步加剧、或公司未能及时推出满足市场需求的新产品,亦或公司在成本控制、市场策略、内部管理方面未能采取有效方式应对,则可能导致公司毛利率波动风险。

2、线上销售渠道集中风险

公司秉持多层次、多品牌的运营方针,采用线上线下协同发展的营销模式。在线上销售领域,公司借助天猫、京东等电商平台搭建起销售渠道。报告期各期,公司通过天猫、京东、抖音和拼多多平台实现的销售收入,占线上销售收入的比例分别为 82.10%、82.19%、88.21%和 **89.26%**,线上销售渠道集中度较高。

由于公司线上销售渠道相对集中,一旦上述四家电商平台在业务模式、政策、制度等方面发生重大调整,可能对公司线上产品的销售规模与盈利水平产生重大不利影响。

此外,天猫、京东、抖音和拼多多已发展为成熟的开放性电商平台。若公司未来难以与

这些平台维持良好合作关系，或平台销售政策、收费标准、流量分配等出现重大不利变动，又或者公司在这些平台的经营状况未达预期且未能及时开拓其他新兴销售渠道，将对公司经营业绩产生不利影响。

3、业绩波动风险

报告期各期，公司营业收入分别为 129,605.21 万元、175,831.70 万元、197,433.38 万元和 **113,170.86 万元**。公司销售费用亦逐年增长，边际获客成本有所提高。未来随着市场竞争加剧，若公司的经营管理、业务开拓等方面出现重大不利变化或滞后于行业发展状况，将可能导致公司营业收入产生较大波动，进而导致经营业绩波动风险。

4、财务内控风险

报告期内，公司曾存在第三方回款等财务内控不规范情形，截至报告期期末，公司已经规范完毕，相关内控制度完善并得到有效执行。但若在未来经营过程中财务内控制度不能得到有效执行，可能会导致公司利益受损或受到有关部门处罚的风险，进而损害公司其他股东的利益。

（三）法律风险

1、市场宣传行为不当的风险

随着电商平台的快速发展以及新兴社交媒体与直播、短视频平台、长视频媒体的快速崛起，电商推广渠道越发丰富多样化。在媒介渠道丰富的同时，对于互联网营销广告的监管政策也越发规范、严格。互联网广告合规性涉及消费者知情权、知识产权侵权、不正当竞争、消费者权益保护等多个领域，当前相关监管政策也不断出台更新。未来若公司在广告宣传中行为不当，将可能面临被处罚风险，进而给公司的经营和名誉带来不利影响。

2、关联交易风险

报告期内，公司存在向关联方销售婴幼儿辅食及卫生用品相关产品的情形。若发行人关联交易相关制度不能得到有效执行，出现不公允的关联交易，则存在关联方及利益相关方利用关联交易损害公司及其他中小股东利益的风险。

3、未来主要商标产生纠纷风险

发行人及英氏婴童均通过自主申请或受让的方式取得了带有“英氏”字样的商标，双方基于不同的业务、产品，在母婴市场不同领域分别开展业务，发行人主要使用带有“英氏”字样的商标的核准注册类别为 5、29、30 类，使用范围主要集中于婴幼儿食品及卫生用品，与英氏婴童存在明显差异。出于对自身业务和商标的保护，发行人与英氏婴童存在对对方申请的“英氏”商标提出异议申请、无效宣告申请等措施。鉴于“英氏”字样的商

标为发行人重要资源要素，若发行人主要使用的“英氏”商标被英氏婴童异议、无效宣告、撤销申请成功，或被法院判决侵权，则会对发行人业务开展造成不利影响。

（四）其他风险

1、实际控制人不当控制风险

截至本招股说明书签署日，马文斌、万建明和彭敏合计控制公司 52.02%的表决权股份。如果公司实际控制人利用其控股地位，通过在股东大会上行使表决权，对公司的经营决策、人事任免等事项进行不当控制，则存在实际控制人不当控制、损害公司及其他中小股东利益的风险。

2、发行失败风险

《证券发行与承销管理办法》等法规均明确规定了发行失败的相关情形。根据上述法规规定，在公司本次公开发行获准后的实施过程中，本次发行的发行结果将受到证券市场整体情况、投资者对公司本次发行方案的认可程度等多种内外部因素的影响，可能出现有效报价不足或网下投资者申购数量低于网下初始发行量等导致发行失败的情形，进而使公司面临股票发行失败的风险。

3、摊薄即期回报风险

本次发行募集资金到位后，公司总股本和净资产将有所增长，而募集资金投资项目具有项目建设和实施周期，在短期内难以完全产生效益，公司利润增长在短期内可能不会与总股本和净资产增长保持同步，每股收益和净资产收益率等财务指标可能出现下降，本次发行存在摊薄即期回报的风险。

4、因可比上市公司可比性较差，影响投资者价值判断的风险

目前，A 股上市公司中尚不存在以婴童食品、婴幼儿卫生用品的研发、生产以及销售作为主营业务的上市公司。公司在选取可比公司时，已充分考虑与公司业务、财务的可比性，但公司与相关公司在产品用途及所在细分领域等方面仍存在不同程度的差异，因此公司招股说明书部分业务信息、财务指标等与相关公司的可比性较差，投资者可能无法通过同行业对比获知公司在行业中的地位，从而可能影响投资者对公司价值的准确判断。

5、招股说明书引用的行业统计数据其统计口径可能存在差异

本招股说明书所引用的有关行业的统计及其他信息，来自不同的公开刊物和研究报告，其统计口径可能存在差异。因此，引用自不同来源的统计信息未必完全具有可比性。

第四节 发行人基本情况

一、 发行人基本信息

公司全称	英氏控股集团股份有限公司
英文全称	Enoulite Holding Group Co.,Ltd.
证券代码	874431
证券简称	英氏控股
统一社会信用代码	91430000320536103F
注册资本	15,053.2725 万元
法定代表人	马文斌
成立日期	2014 年 10 月 20 日
办公地址	湖南省长沙市芙蓉区隆平高科技园隆园五路 6 号 1 栋 6 楼
注册地址	湖南省长沙市芙蓉区隆平高科技园隆园五路 6 号 1 栋 6 楼
邮政编码	410000
电话号码	0731-88727323 转 8166
传真号码	0731-88727323
电子信箱	yskg@engnice.com
公司网址	www.enoulitegroup.com
负责信息披露和投资者关系的部门	证券部
董事会秘书或者信息披露事务负责人	易佳
投资者联系电话	0731-88727307
经营范围	以自有合法资金开展孕婴童产业及项目投资（不得从事股权投资、债权投资、短期财务性投资及面对特定对象开展受托资产管理等金融业务，不得从事吸收存款、集资收款、受托贷款、发行票据、发放贷款等国家金融监管及财政信用业务）；预包装食品的生产、研发和销售；乳制品（含婴幼儿配方乳粉）、食用植物油的销售；纸尿裤、纸尿片、纸巾、湿纸巾、女用卫生巾、卫生用品的生产与销售；房屋租赁；自营和代理各类商品及技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。（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）
主营业务	公司是一家贯彻“健康中国”理念，以满足中国婴幼儿的营养照护需求为核心，婴童食品及婴幼儿卫生用品两大业务板块协同发展的综合性、大型母婴产品研发、生产及运营企业
主要产品与服务项目	婴幼儿辅食、婴幼儿卫生用品、儿童食品和营养食品的开发、生产、销售、运营和服务

二、 发行人挂牌期间的基本情况

（一） 挂牌时间

2024 年 4 月 23 日

(二) 挂牌地点

全国中小企业股份转让系统，目前所处层级为创新层。

(三) 挂牌期间受到处罚的情况

2024 年 5 月 20 日，英氏控股召开年度股东大会审议通过《关于公司 2023 年度权益分派预案的议案》，后于 2024 年 5 月 28 日至 2024 年 5 月 30 日自行向 18 名股东派发了现金红利，未及时申请办理权益分派业务并披露，构成权益分派及信息披露违规。2024 年 6 月 13 日，全国股转公司挂牌公司管理一部对公司及马文斌、易佳、钟永龙采取出具警示函的自律监管措施。

上述措施不属于行政处罚、公开谴责，不构成重大违法违规，不会对本次发行造成重大不利影响。

(四) 终止挂牌情况

☐适用 ☒不适用

(五) 主办券商及其变动情况

自 2024 年 4 月 23 日挂牌以来，公司主办券商为西部证券，未发生变动。

(六) 报告期内年报审计机构及其变动情况

报告期内，公司年报审计机构均为天职国际会计师事务所（特殊普通合伙），审计机构未发生变化。

(七) 股票交易方式及其变更情况

自 2024 年 4 月 23 日挂牌以来，股票交易方式为集合竞价交易，截至本招股说明书签署日，公司股票交易方式未发生变更。

(八) 报告期内发行融资情况

报告期内，公司于 2022 年 2 月进行了一次发行融资，经股东大会审议通过，公司注册资本由 13,684.7933 万元增加至 15,053.2725 万元，新增的 1,368.4792 万元注册资本由华润润湘认缴 643.9903 万元，南京星纳亦认缴 724.4889 万元，增资价格为 12.4225 元/股，增资款合计 16,999.9975 万元。

2022 年 3 月 22 日，天职国际出具“天职业字[2022]18358 号”《英氏控股集团股份有限公司验资报告》，经审验，截至 2022 年 2 月 23 日，公司已经收到南京星纳亦、华润润湘缴纳的出资款合计人民币 16,999.9975 万元，均以货币出资。其中计入实收资本合计人民币 1,368.4792 万元，计入资本公积合计人民币 15,631.5183 万元。

公司自 2024 年 4 月 23 日挂牌以来，未发生发行融资情况。

（九） 报告期内重大资产重组情况

报告期内，公司未发生过重大资产重组。

（十） 报告期内控制权变动情况

报告期内，公司无控股股东，实际控制人为马文斌、万建明和彭敏，未发生变动。

（十一） 报告期内股利分配情况

报告期内，公司的股利分配情况如下：

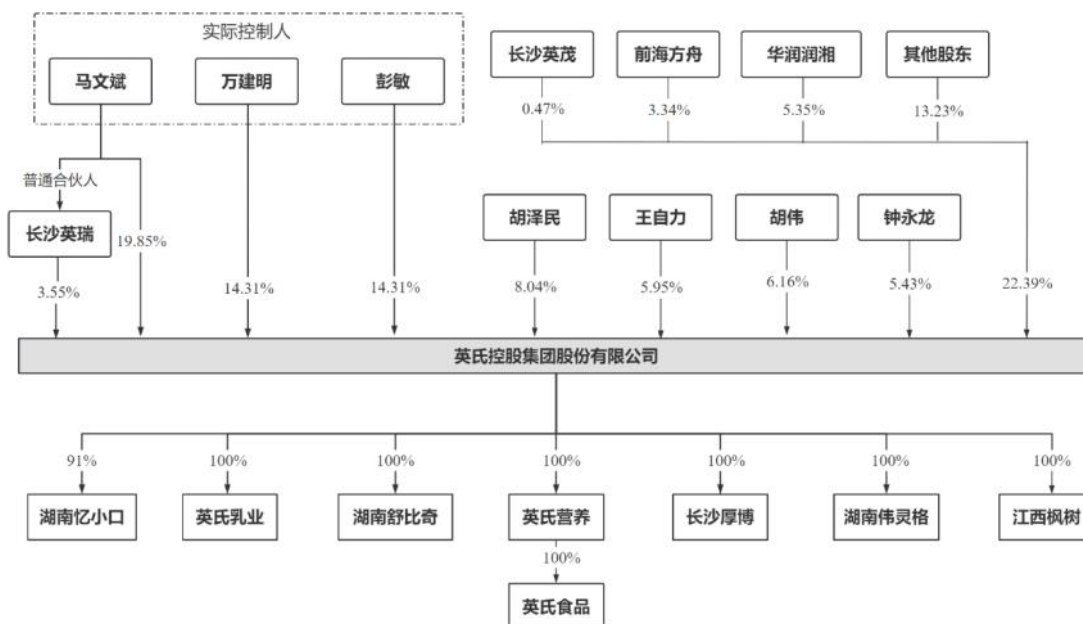
（1）2023 年 6 月 15 日，发行人 2022 年年度股东大会审议通过《关于公司 2022 年度利润分配方案的议案》，发行人以总股本 150,532,725 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.3286 元（含税）。本次分配利润支出总额为 20,000,000 元（含税）；

（2）2024 年 5 月 20 日，发行人 2023 年年度股东大会审议通过《关于公司 2023 年度权益分派预案的议案》，发行人以总股本 150,532,725 股为基数，向全体股东每 10 股派发含税现金红利 2.657230 元（含税）。本次分配利润支出总额为 40,000,007.29 元（含税）。

（3）2025 年 4 月 29 日，发行人 2024 年年度股东大会审议通过《关于公司 2024 年度权益分派预案的议案》，发行人总股本 150,532,725 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 2.2587 元（含税）。本次分配利润支出总额为 34,000,826.60 元（含税）。

三、 发行人的股权结构

截至本招股说明书签署日，公司的股权结构如下：



四、 发行人股东及实际控制人情况

(一) 控股股东、实际控制人情况

1、控股股东

截至本招股说明书签署日，公司无控股股东。

2、实际控制人

截至本招股说明书签署日，公司实际控制人为马文斌、万建明和彭敏，三人分别直接持有公司 2,987.39 万股、2,154.08 万股和 2,154.08 万股，持股比例分别为 19.85%、14.31%和 14.31%，长沙英瑞为实际控制人之一马文斌的一致行动人，马文斌作为长沙英瑞的执行事务合伙人通过长沙英瑞间接控制公司 3.55%的股份，三人合计控制公司 52.02%的股份。

上述三人分别于 2014 年 12 月 15 日、2017 年 12 月 13 日共同签署了《一致行动协议》，同意在行使提名权、提案权、表决权等董事或股东权利时采取一致行动，如无法形成一致意见的，以马文斌的意见为准。如马文斌作为关联人须回避表决的，则万建明和彭敏对该议案行使表决权前需进行协商，如对表决结果无法协商一致的，万建明和彭敏均应投弃权票。此外，为了进一步确保发行人控制权稳定，马文斌、万建明、彭敏于 2025 年 9 月 15 日签署了《一致行动协议之补充协议》，将《一致行动协议》的有效期延长至 2032 年 12 月 13 日。因此，三人为公司的共同实际控制人。

公司实际控制人基本情况如下：

序号	姓名	国籍	境外永久居留权	身份证号码	职务
1	马文斌	中国	无	432623197006*****	董事长、总经理
2	万建明	中国	无	430503197807*****	副董事长、副总经理
3	彭敏	中国	无	430621197811*****	董事、副总经理、营运中心总经理

（二） 持有发行人 5%以上股份的其他主要股东

截至本招股说明书签署日，除公司实际控制人马文斌、万建明和彭敏外，直接持有发行人 5%以上股份的股东包括胡泽民、胡伟、王自力、钟永龙和华润润湘，合计直接持有发行人 5%以上股份的主体包括前海方舟、方舟郑州、前海淮泽和方舟青岛。具体如下：

1、其他直接持有发行人 5%以上股份的自然人股东情况

其他直接持有发行人 5%以上股份的自然人股东包括胡泽民、王自力、钟永龙和胡伟，基本情况如下：

序号	姓名	国籍	境外永久居留权	身份证号码	职务
1	胡泽民	中国	无	430103196503*****	原监事会主席
2	胡伟	中国	无	430419198107*****	董事、市场中心总经理
3	钟永龙	中国	无	430302198112*****	董事、副总经理兼财务总监
4	王自力	中国	无	430103196608*****	项目主管

2、其他直接持有发行人 5%以上股份的非自然人股东情况

（1）华润润湘

截至本招股说明书签署日，华润润湘直接持有公司 5.3476%的股份，其出资人构成、出资比例情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	湖南华润润湘联和投资咨询有限公司	普通合伙人	1,000.0000	1.0101
2	湖南省新兴产业股权投资引导基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	30,000.0000	30.3030
3	湖南财信金融控股集团有限公司	有限合伙人	20,000.0000	20.2020
4	深圳润湘投资咨询有限公司	有限合伙人	12,500.0000	12.6263
5	华润投资创业（天津）有限公司	有限合伙人	12,500.0000	12.6263
6	湖南金阳投资集团有限公司	有限合伙人	10,000.0000	10.1010

7	颐海（上海）食品有限公司	有限合伙人	6,000.0000	6.0606
8	连云港嘉瑞禾盛管理咨询合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	3,000.0000	3.0303
9	上海乐硕投资管理有限公司	有限合伙人	2,500.0000	2.5253
10	知格猹（上海）企业管理咨询有限公司	有限合伙人	1,000.0000	1.0101
11	润湘联和（深圳）管理咨询合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	500.0000	0.5051
合计			99,000.0000	100.0000

3、合计直接持有发行人 5%以上股份的非自然人股东情况

截至本招股说明书签署日，前海方舟、方舟郑州、前海淮泽和方舟青岛合计持有公司 7.4852%的股份，四名股东之间具有一致行动关系，实际控制人均为靳海涛。前述股东基本情况如下：

（1）前海方舟

公司名称	前海方舟资产管理有限公司
成立时间	2015 年 11 月 12 日
注册资本	30,000 万元
实收资本	30,000 万元
注册地	新疆喀什地区喀什经济开发区深喀大道总部经济区深圳城 2 号楼 8 层 2-1 号
主要生产经营地	新疆喀什地区喀什经济开发区深喀大道总部经济区深圳城 2 号楼 8 层 2-1 号
主营业务	股权投资
与发行人主营业务的关系	除投资发行人外，与发行人主营业务无其他关系

股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	深圳前海淮泽方舟创业投资企业（有限合伙）	17,614.2600	58.7142
2	深圳市创新投资集团有限公司	6,000.0000	20.0000
3	焦作市淮海咨询服务中心	1,157.1600	3.8572
4	马蔚华	900.0000	3.0000
5	深圳市中科创资产管理有限公司	771.4200	2.5714
6	倪正东	600.0000	2.0000
7	厉伟	600.0000	2.0000
8	江怡	600.0000	2.0000

9	红杉文德股权投资管理（北京）有限公司	600.0000	2.0000
10	北京富华私募基金管理有限公司	578.5800	1.9286
11	深圳前海方舟智慧互联信息技术合伙企业（有限合伙）	578.5800	1.9286
合计		30,000.0000	100.0000

（2）方舟郑州

截至本招股说明书签署日，方舟郑州直接持有公司 1.6719%的股份，其出资人构成、出资比例情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	前海方舟资产管理有限公司	普通合伙人	3,500.0000	35.0000
2	上海爱司宝科技合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	3,350.0000	33.5000
3	深圳前海淮泽方舟创业投资企业（有限合伙）	有限合伙人	3,150.0000	31.5000
合计			10,000.0000	100.0000

（3）前海淮泽

截至本招股说明书签署日，前海淮泽直接持有公司 1.7571%的股份，其出资人构成、出资比例情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	焦作市淮海咨询服务中心	普通合伙人	1,760.0000	62.7988
2	深圳前海淮泽共创投资咨询合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	1,042.6000	37.2012
合计			2,802.6000	100.0000

（4）方舟青岛

截至本招股说明书签署日，方舟青岛直接持有公司 0.7133%的股份，其出资人构成、出资比例情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	前海方舟（青岛）资产管理合伙企业（有限合伙）	普通合伙人	1,650.0000	75.0000
2	杜力	有限合伙人	330.0000	15.0000
3	青岛海发科技创新投资有限公司	有限合伙人	220.0000	10.0000
合计			2,200.0000	100.0000

（三） 发行人的股份存在涉诉、质押、冻结或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，发行人的股份不存在涉诉、质押、冻结或其他有争议的情况。

（四） 控股股东、实际控制人所控制的其他企业情况

详见本招股说明书“第六节 公司治理”之“六、同业竞争情况”。

五、 发行人股本情况

（一） 本次发行前后的股本结构情况

本次发行前，公司的总股本为 15,053.2725 万股，本次拟向不特定合格投资者公开发行股份不超过 1,308.9800 万股（含本数，未考虑超额配售选择权），或不超过 1,505.3270 万股（含本数，全额行使本次股票发行的超额配售选择权），发行后公众股东持股比例不低于公司发行后股本总额的 25%。

以本次发行 1,308.9800 万股测算，公司本次发行前后股本变动情况如下：

序号	股东姓名/名称	本次发行前		本次发行后	
		股份 (万股)	比例 (%)	股份 (万股)	比例 (%)
1	马文斌	2,987.3853	19.85	2,987.3853	18.26
2	万建明	2,154.0837	14.31	2,154.0837	13.16
3	彭敏	2,154.0837	14.31	2,154.0837	13.16
4	胡泽民	1,210.7316	8.04	1,210.7316	7.40
5	胡伟	927.1465	6.16	927.1465	5.67
6	王自力	896.2809	5.95	896.2809	5.48
7	钟永龙	817.6682	5.43	817.6682	5.00
8	华润润湘	804.9879	5.35	804.9879	4.92
9	长沙英瑞	534.6492	3.55	534.6492	3.27
10	前海方舟	503.2118	3.34	503.2118	3.08
11	珠海众霖	402.4939	2.67	402.4939	2.46
12	财信精进	321.9952	2.14	321.9952	1.97
13	前海淮泽	264.4966	1.76	264.4966	1.62
14	方舟郑州	251.6778	1.67	251.6778	1.54

15	齐鲁前海	241.6107	1.61	241.6107	1.48
16	湖南厚元	160.9976	1.07	160.9976	0.98
17	可孚医疗	160.9476	1.07	160.9476	0.98
18	方舟青岛	107.3825	0.71	107.3825	0.66
19	财信精益	80.4988	0.53	80.4988	0.49
20	长沙英茂	70.7931	0.47	70.7931	0.43
21	其他股东	0.1499	0.00	0.1499	0.00
22	本次发行	-	-	1,308.9800	8.00
合计		15,053.2725	100.00	16,362.2525	100.00

(二) 本次发行前公司前十名股东情况

序号	股东姓名/名称	担任职务	持股数量(万股)	限售数量(万股)	股权比例(%)
1	马文斌	董事长、总经理	2,987.3853	2,987.3853	19.85
2	万建明	副董事长、副总经理	2,154.0837	2,154.0837	14.31
3	彭敏	董事、副总经理、营运中心总经理	2,154.0837	2,154.0837	14.31
4	胡泽民	原监事会主席	1,210.7316	1,210.7316	8.04
5	胡伟	董事、市场中心总经理	927.1465	927.1465	6.16
6	王自力	项目主管	896.2809	-	5.95
7	钟永龙	董事、副总经理兼财务总监	817.6682	817.6682	5.43
8	华润润湘	-	804.9879	-	5.35
9	长沙英瑞	-	534.6492	534.6492	3.55
10	前海方舟	-	503.2118	503.2118	3.34
11	其他股东	-	2,063.0437	1,026.1152	13.70
合计		-	15,053.2725	12,315.0752	100.00

(三) 主要股东间关联关系的具体情况

序号	关联方股东名称	关联关系描述
1	马文斌、万建明、彭敏	三人签署了《一致行动协议》，互为一致行动人，且为公司的共同实际控制人。
2	马文斌、万建明、彭敏、长沙英瑞	股东马文斌系股东长沙英瑞的执行事务合伙人，马文斌、万建明、彭敏三人签署了《一致行动协议》，因此万建明、彭敏、长沙英瑞与马文斌构成一致行动关系。
3	财信精进、财信精益	股东财信精进、财信精益的私募基金管理人均为湖南省财信产业基金管理有限公司。
4	前海方舟、方舟郑州、前海淮泽、方舟青岛	股东前海方舟、方舟郑州、前海淮泽、方舟青岛具有一致行动关系。

5	齐鲁前海、方舟青岛	股东方舟青岛系股东齐鲁前海的执行事务合伙人、基金管理人。

注：齐鲁前海系在基金业协会备案的私募基金，与前海方舟、方舟郑州、前海淮泽、方舟青岛之间不存在一致行动关系。

（四）其他披露事项

1、公司股权代持及解除情况

公司历史上曾存在股份代持情形，截至 2018 年 12 月，股份代持已解除。具体情况请参见公司于 2024 年 6 月 20 日在全国股转系统披露的《英氏控股集团股份有限公司公开转让说明书（申报稿）》“第一节 基本情况”之“四、公司股本形成概况”之“（六）其他情况”之“1、公司及子公司历史上存在的代持事项”相关内容。

2、申报前 12 个月内通过大宗交易新增股东情况

（1）南京星纳亦、高新汇利通过大宗交易转让公司股份

2025 年 1 月 22 日，公司持股 5%以上股东南京星纳亦通过大宗交易方式转让公司股份 11,268,829 股，股东高新汇利通过大宗交易方式转让公司股份 2,414,964 股，转让价格均为 14.90 元/股。具体情况如下：

序号	转让方	受让方	转让股份数（股）	入股原因	入股价格及定价依据
1	高新汇利	前海方舟	2,414,964	原股东南京星纳亦、高新汇利因自身原因拟转让发行人股份，前海方舟、前海淮泽、方舟郑州、齐鲁前海、方舟青岛看好发行人发展前景，受让前述股份	采用大宗交易方式，系在公开竞价形成的价格基础上由转让双方协商确定
2	南京星纳亦	前海方舟	2,617,153		
3	南京星纳亦	方舟郑州	2,516,778		
4	南京星纳亦	前海淮泽	2,644,966		
5	南京星纳亦	齐鲁前海	2,416,107		
6	南京星纳亦	方舟青岛	1,073,825		

本次转让完成后，南京星纳亦、高新汇利不再持有公司股份。公司新增股东前海方舟、方舟郑州、前海淮泽、方舟青岛和齐鲁前海。前海方舟、方舟郑州、前海淮泽和方舟青岛基本情况详见本节之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（二）持有发行人 5%以上股份的其他主要股东”之“3、合计直接持有发行人 5%以上股份的非自然人股东情况”相关内容。齐鲁前海基本情况如下：

截至本招股说明书签署日，齐鲁前海直接持有公司 1.6050%的股份，其为已备案的私募基金，基金编号为 SQH966。齐鲁前海无实际控制人，其出资人构成、出资比例情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例（%）

1	前海方舟（青岛）创业投资基金管理合伙企业（有限合伙）	普通合伙人	5,055.00	1.00
2	青岛海发科技创新投资有限公司	有限合伙人	153,500.00	30.36
3	山东省新动能基金管理有限公司	有限合伙人	50,500.00	9.99
4	青岛市引导基金投资有限公司	有限合伙人	50,000.00	9.89
5	城发集团（青岛）产业资本管理有限公司	有限合伙人	50,000.00	9.89
6	青岛国大合创投资运营有限公司	有限合伙人	30,000.00	5.93
7	青岛城市建设投资（集团）有限责任公司	有限合伙人	30,000.00	5.93
8	福建省晋江经济开发区投资有限责任公司	有限合伙人	21,000.00	4.15
9	青岛金家岭控股集团有限公司	有限合伙人	20,000.00	3.96
10	威海产业投资集团有限公司	有限合伙人	10,000.00	1.98
11	深圳市颂凯设备有限公司	有限合伙人	10,000.00	1.98
12	英科医疗科技股份有限公司	有限合伙人	8,000.00	1.58
13	威海高技术产业开发区联合发展有限公司	有限合伙人	5,000.00	0.99
14	青岛城阳市政开发建设投资集团有限公司	有限合伙人	5,000.00	0.99
15	威海市政府投资引导基金有限公司	有限合伙人	5,000.00	0.99
16	烟台芝罘财金控股集团有限公司	有限合伙人	5,000.00	0.99
17	青岛融汇新动能产业专项发展股权投资母基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	5,000.00	0.99
18	青岛天一中青投资中心（有限合伙）	有限合伙人	5,000.00	0.99
19	青岛出版集团有限公司	有限合伙人	5,000.00	0.99
20	青岛盘谷智本高新科技投资有限公司	有限合伙人	5,000.00	0.99
21	青岛源嘉盛鼎控股有限公司	有限合伙人	5,000.00	0.99
22	青岛海诺投资发展有限公司	有限合伙人	5,000.00	0.99
23	青岛市城阳区阳光创新投资有限公司	有限合伙人	5,000.00	0.99
24	淄博市淄川区财金控股有限公司	有限合伙人	4,000.00	0.79
25	青岛城投创业投资有限公司	有限合伙人	3,500.00	0.69
26	山东富丰泓锦投资股份有限公司	有限合伙人	2,000.00	0.40
27	平度市城市建设投资开发有限公司	有限合伙人	1,500.00	0.30
28	青岛和达金控发展有限公司	有限合伙人	1,500.00	0.30
合计			505,555.00	100.00

（2）苏州祥仲、南京祥仲通过大宗交易转让公司股份

2025年4月15日，公司股东苏州祥仲通过大宗交易方式转让公司股份1,287,581股，股东南京祥仲通过大宗交易方式转让公司股份321,895股，转让价格均为14.90元/股。具体情况如下：

序号	转让方	受让方	转让股份数 (股)	入股原因	入股价格及定价 依据
1	苏州祥仲	可孚医疗	1,287,581	原股东苏州祥仲、 南京祥仲因自身原 因拟转让发行人股 份，可孚医疗看好 发行人发展前景， 受让前述股份	采用大宗交易方 式，系在公开竞价 形成的价格基础 上由转让双方协 商确定
2	南京祥仲	可孚医疗	321,895		

本次转让完成后，苏州祥仲、南京祥仲不再持有公司股份，公司新增股东可孚医疗。截至本招股说明书签署日，可孚医疗直接持有公司 1.07%的股份，其实际控制人为张敏及聂娟。截至 2025 年 6 月 30 日，可孚医疗前十大股东情况如下：

序号	股东名称	持股数量 (万股)	持股比例 (%)
1	长沙械字号医疗投资有限公司	8,507.9923	40.69
2	张敏	1,211.4881	5.79
3	长沙科源同创企业管理中心（有限合伙）	1,211.4881	5.79
4	张志明	726.8928	3.48
5	宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）—宁波 怀格共信创业投资合伙企业（有限合伙）	444.9784	2.13
6	华盖资本有限责任公司—首都大健康产业（北京）基 金（有限合伙）	418.1840	2.00
7	聂娟	348.5739	1.67
8	湘潭产兴鼎信私募股权基金企业（有限合伙）	285.2371	1.36
9	长沙雨花经开鼎信私募股权基金合伙企业（有限合伙）	240.5941	1.15
10	中国建设银行股份有限公司—国泰医药健康股票型 证券投资基金	230.1231	1.10
合计		13,625.5519	65.16

除已披露的股东间存在的关联关系外，上述新增股东与发行人其他股东、董事、原监事、高级管理人员、本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在亲属或其他关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排，与发行人其他股东不存在一致行动关系，不属于战略投资者。

六、 股权激励等可能导致发行人股权结构变化的事项

（一）报告期内的股权激励情况

报告期内，公司已实施的股权激励如下：

1、股权激励的基本情况

公司股东长沙英茂为员工持股平台，根据公司股权激励方案，如长沙英茂的合伙人自公司离职，其持有的份额由公司收回，以待后续授予新的被激励对象。

2025 年 8 月 29 日，公司召开 2025 年第三次临时股东会，审议通过《关于同意员工持股平台份额转让的议案》，为了激励优秀员工，公司将离职员工冯宁、肖志强持有的长沙英茂出资份额合计 19.5888 万元授予以下员工：

序号	激励对象	被授予长沙英茂出资份额 (万元)	对应间接持有公司股份数 (万股)
1	曹晓青	5.0000	1.67
2	谢佳	2.0000	0.67
3	张毅刚	2.0000	0.67
4	邓健	5.5888	1.86
5	陈卓	5.0000	1.67
合计		19.5888	6.54

（二）对公司经营状况、财务状况及控制权变化等方面的影响

公司通过对重要岗位人员实施股权激励，增强了公司内部凝聚力，充分调动了员工的积极性，从而对公司整体经营的稳定性带来有利影响。上述股权激励已执行完毕，未对公司财务状况造成不利影响，也未影响公司控制权的稳定性。

（三）挂牌后行权安排

截至本招股说明书签署日，股权激励已实施完毕，不涉及挂牌后的行权安排。

（二）特殊投资条款情况

1、特殊权利条款安排

2022 年 2 月 20 日，公司及全体股东签署了《股东协议》，约定投资人（南京星纳亦、华润润湘、珠海众霖、财信精进、高新汇利、湖南厚元、苏州祥仲、财信精益、南京祥仲）享有包括治理结构安排、股份转让限制、信息权、优先认购权、优先购买权、共同出售权、回购权、反稀释权、最惠国待遇等特殊股东权利，具体如下：

特殊权利	主要内容
治理结构安排	公司合格 IPO 前，除非经本轮多数投资人（即单独或合计代表超过（不含本数）本轮投资人所持表决权的 50%表决权的投资人）同意，公司承诺除公司日常经营所需外不会：（i）向股东或控股子公司以外的任何第三方提供任何形式的担保；（ii）在公司的全部或部分业务、资产或知识产权上设定补偿、债券、担保权益、抵押、留置权或者其他担保；另外，除非经全体投资人同意，公司承诺不会制定新的股权激励计划导致投资人股权比例被稀释。同时，华润润湘有权委派 1 名董事会观察员，观察员有权列席董事会会议。

股份 转让 限制	公司合格 IPO 之前，未经全体投资人事先书面同意：（i）任何创始人（指马文斌、万建明、彭敏三人）及非创始人股东不得直接或者间接转让、出售或以其他方式处分其直接或间接持有的公司全部或部分股份或其任何权益，也不得质押其所持有公司股份或设置任何权利负担；（ii）任何创始人及非创始人股东不得签署转移其持有的公司全部或部分经济利益和风险的任何股份安排协议或类似协议。实施股权激励而发生转让等特殊情况除外。
信息 权	公司合格 IPO 前，只要投资人在公司中持有股份，应投资人书面要求，公司应向该投资人交付与公司相关的财务报表等文件，在不影响公司正常运营及上市进程的前提下，经投资人合理期限提前书面通知并承担保密义务且创始人尽合理商业努力可以配合的情况下，投资人有权在工作时间内查阅目标公司业务方面的信息和资料，本轮投资人有权向目标公司管理层提出建议并与管理层沟通关于相关事项，查阅和复制公司章程、股东会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议和财务会计报告。
优先 认购 权	公司合格 IPO 前，在公司向任何主体提出任何增资或发行新股要约时，本轮投资人及公司现有股东有权基于其相对持股比例享有相应的优先认购权。公司为执行或实施符合《股东协议》约定且经董事会及股东大会确定的公司员工期权、员工持股计划或股份激励计划等特殊情况而发生的增资除外。
优先 购买 权	公司合格 IPO 前，在遵守《股东协议》关于股份转让限制相关内容的前提下，如创始人拟向任何主体转让其持有的公司股份，投资人及公司其他现有股东有权（但无义务）按照其之间的相对持股比例优先购买全部或部分拟转让的股份。公司为执行或实施经董事会确定的公司员工期权、员工持股计划或股份激励计划等类似情况而发生的股份转让的情形除外。
共同 出售 权	公司合格 IPO 前，如任一投资人没有根据本协议行使优先购买权，则其有权要求与拟转让股份的股东以同样的价格、条款和条件向预期买方共同出售其所持有的公司股份。公司为执行或实施经董事会确定的公司员工期权、员工持股计划或股份激励计划等类似情况而发生的股份转让的情形除外。
回购 权	若以下任一事件发生，（i）就投资人通过本轮融资而取得的新增注册资本，投资人有权要求公司或创始人对投资人通过本轮融资而持有的全部或部分本轮新增注册资本进行回购，为免疑义，投资人应首先要求公司进行回购，如公司无法按照本条约定回购投资人持有的全部或部分股份的，投资人再要求创始人进行回购，且创始人承担的回购责任应以创始人于回购要求向公司提出时持有的公司股权实际变现价值（该实际变现金额应经该名要求回购的投资人与创始人双方认可，若双方未能达成一致，则应以公司聘请并经该名要求回购的投资人确认的第三方评估机构出具的该等股份评估值确定）的 2/3 为限；（ii）就投资人通过本次转股而取得的股份，投资人有权要求公司对投资人通过本次转股而持有的全部或部分股份进行回购，创始人亦应促使公司履行该回购义务： （1）公司未能在 2025 年 12 月 31 日前完成合格 IPO 成功上市； （2）公司或创始人于合格 IPO 前出现重大违法违规行为或重大违约行为，或因公司或创始人出现个人重大诚信问题（包括但不限于存在投资人不知情的账外现金销售收入、资金占用、关联交易或担保、资产转移、财务造假、出于创始人故意造成的重大内部控制漏洞）而对公司经营或上市造成重大不利影响或者导致投资人利益遭受重大损失的且未在本轮投资人发出要求予以补救的书面通知后二十（20）个工作日内补救完成； （3）公司合格 IPO 前，马文斌先生离开公司或终止与其与公司的劳动关系或其他导致公司控制权变更的行为，但经多数投资人（以所持股权比例计，即投资人所持表决权的过半数通过）书面批准的除外； （4）公司合格 IPO 前，创始人违反与投资人的协议约定，以任何直接或间接的方式从事与公司主营业务相同或相似业务的竞争性业务或创始人违反竞业禁止限制且导致公司遭受重大不利影响，但经多数投资人（以所持股权比例计，即投资人所持表决权的过半数通过）书面批准的除外；

	(5) 公司合格 IPO 前，公司实际控制权发生变更或创始人将其持有的公司股份向投资人以外的第三方作出质押或进行任何其他处置可能导致公司的实际控制权发生变更的（但为公司融资之目的提供股权质押、担保的情形除外）； (6) 公司合格 IPO 前，有其他股东行使其赎回权要求公司赎回其所持有的任何股份； (7) 公司合格 IPO 前，公司任一年度的财务数据未能取得经股东大会认可的会计师事务所出具无保留意见的标准审计报告。
反稀释	公司合格 IPO 前，如果公司进行增资时（“进一步增资”），进一步增资中新投资者为获得公司注册资本中登记在其名下的每一元人民币的注册资本而支付的认购价格（简称“新单位价格”），公司及创始人应保证新单位价格不得低于本轮投资人股东本轮融资的单位价格，否则本轮投资人有权与创始人协商确认方式，由创始人补偿本轮投资人。但因以下情形导致增资的除外：（1）按《股东协议》约定经适当批准的员工持股计划发行股份；（2）按照《股东协议》约定的股东大会或董事会决策机制批准的其他股份激励安排下发行股份；（3）以合格 IPO 为目的的重组；或（4）向经创始人及华润润湘、南京星纳亦一致认可的对公司具有价值的战略资源方发行股份。
最惠国待遇	除《股东协议》中提及的权利外，如公司或创始人在本轮融资交割日之前给予任何一个股东享有的权利优于本轮投资人在交易文件中所享有的权利，则本轮投资人有权自动享受最优惠的投资人权利并在交易文件中进行约定，如本轮融资存在其他投资人的，其他投资人存在比本轮投资人更加优惠的条款，则本轮投资人有权享受更优惠条款。如公司或创始人在本轮融资交割日之后至公司合格 IPO 前，给予任何一个股东（经创始人及华润润湘、南京星纳亦一致认可的对公司具有价值的战略资源方除外，特别地，如果是华润润湘或南京星纳亦相关联的战略资源方，华润润湘或南京星纳亦应回避表决）下述相较于本轮投资人在交易文件中所享有的权利更为优惠的权利条款，则该等更优惠条款将自动适用于本轮投资人所持有的公司股份：（1）业绩对赌条款；（2）估值承诺条款；（3）回购触发条件、回购利率及创始人连带回购责任。

2、特殊权利条款的解除情况

2022 年 2 月 28 日，公司及全体股东签署《〈关于英氏控股集团股份有限公司之股东协议〉之补充协议一》（以下简称“《补充协议一》”），主要内容为：①各方一致确认《股东协议》中关于公司承担回购义务及反稀释赔偿义务的内容自始无效，仅由实际控制人马文斌、万建明、彭敏承担《股东协议》中约定的回购义务及反稀释赔偿义务；②各方一致确认，截至《补充协议一》签署之日，未发生过投资人行使上述特殊投资条款涉及的权利的情形。

2022 年 12 月 31 日，公司及全体股东签署《〈关于英氏控股集团股份有限公司之股东协议〉之补充协议二》（以下简称“《补充协议二》”），主要内容为：①各方一致确认全体投资人在《股东协议》《补充协议一》中享有的优先性权利，包括但不限于治理结构安排、股份转让限制、信息权、优先认购权、优先购买权、共同出售权、回购权、反稀释权、最惠国待遇等均自始无效；②各方一致确认，截至《补充协议二》签署之日，未发生过投资人行使上述特殊投资条款涉及的权利的情形。

上述补充协议签订后，公司历史上曾存在的对赌协议或类似安排已完全解除，且上述补充协议中未附有附条件终止或效力恢复的条款。截至本招股说明书签署日，公司及全体股东之间均不存在对赌协议或类似安排情形。

七、 发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况

(一) 控股子公司情况

√适用 □不适用

1. 英氏乳业

子公司名称	湖南英氏乳业有限公司
成立时间	2012 年 3 月 13 日
注册资本	425 万元
实收资本	425 万元
注册地	湖南省长沙市芙蓉区隆平高科技园隆园五路 6 号 1 栋 4 楼
主要生产经营地	湖南省长沙市芙蓉区隆平高科技园隆园五路 6 号 1 栋 4 楼
主要产品或服务	线上销售婴幼儿辅食
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要负责公司婴幼儿辅食的线上销售
股东构成及控制情况	英氏控股持有其 100%股权
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：5,539.63 万元 2025 年 6 月 30 日：7,964.30 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：2,932.16 万元 2025 年 6 月 30 日：4,576.26 万元
最近一年及一期净利润	2024 年 1-12 月：2,870.88 万元 2025 年 1-6 月：1,644.11 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天职国际

2. 英氏营养

子公司名称	湖南英氏营养食品有限公司
成立时间	2008 年 4 月 24 日
注册资本	400 万元
实收资本	400 万元
注册地	浏阳经济技术开发区柳冲路 16 号 2 栋 2 楼
主要生产经营地	浏阳经济技术开发区柳冲路 16 号 2 栋 2 楼
主要产品或服务	婴幼儿辅食、儿童食品、营养食品的研发，以及婴幼儿辅食的生产与销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要负责公司婴幼儿辅食、儿童食品、营养食品的研发，以及婴幼儿辅食的生产与销售
股东构成及控制情况	英氏控股持有其 100%股权
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：51,158.91 万元 2025 年 6 月 30 日：38,498.37 万元

最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：22,374.23 万元 2025 年 6 月 30 日：26,036.66 万元
最近一年及一期净利润	2024 年 1-12 月：14,966.54 万元 2025 年 1-6 月：3,645.09 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天职国际

3. 江西枫树

子公司名称	江西枫树生态科技食品有限公司
成立时间	2001 年 5 月 11 日
注册资本	100 万元
实收资本	100 万元
注册地	江西省宜春市奉新县高新技术产业园应星南大道 1698 号
主要生产经营地	江西省宜春市奉新县高新技术产业园应星南大道 1698 号
主要产品或服务	婴幼儿辅食的生产
主营业务及其与发行人主营业务的关系	负责公司婴幼儿辅食的生产
股东构成及控制情况	英氏控股持有其 100%股权
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：939.10 万元 2025 年 6 月 30 日：873.39 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：749.17 万元 2025 年 6 月 30 日：724.08 万元
最近一年及一期净利润	2024 年 1-12 月：-260.79 万元 2025 年 1-6 月：-25.09 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天职国际

4. 湖南舒比奇

子公司名称	湖南舒比奇生活用品有限公司
成立时间	2013 年 5 月 21 日
注册资本	425 万元
实收资本	425 万元
注册地	湖南省长沙市芙蓉区隆平高科技园隆园五路 6 号 1 栋 501 房
主要生产经营地	湖南省长沙市芙蓉区隆平高科技园隆园五路 6 号 1 栋 501 房
主要产品或服务	婴幼儿卫生用品的品牌运营与销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要负责公司婴幼儿卫生用品的品牌运营与销售
股东构成及控制情况	英氏控股持有其 100%股权
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：2,527.19 万元 2025 年 6 月 30 日：2,458.50 万元

最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：-3,508.92 万元 2025 年 6 月 30 日：-3,437.67 万元
最近一年及一期净利润	2024 年 1-12 月：572.67 万元 2025 年 1-6 月：71.25 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天职国际

5. 湖南伟灵格

子公司名称	湖南伟灵格健康科技有限公司
成立时间	2017 年 12 月 29 日
注册资本	200 万元
实收资本	200 万元
注册地	湖南省长沙市隆平高科技园隆园路五路英氏孕婴童产业园 1 栋 6 楼
主要生产经营地	湖南省长沙市隆平高科技园隆园路五路英氏孕婴童产业园 1 栋 6 楼
主要产品或服务	营养食品的采购、品牌运营与销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要负责公司营养食品的采购、品牌运营与销售
股东构成及控制情况	英氏控股持有其 100%股权
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：324.71 万元 2025 年 6 月 30 日：287.62 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：-57.46 万元 2025 年 6 月 30 日：-58.52 万元
最近一年及一期净利润	2024 年 1-12 月：56.07 万元 2025 年 1-6 月：-10.47 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天职国际

6. 长沙厚博

子公司名称	长沙厚博文化传播有限公司
成立时间	2014 年 3 月 10 日
注册资本	400 万元
实收资本	400 万元
注册地	湖南省长沙市芙蓉区隆平高科技园隆园路五路 6 号 1 栋 301 房
主要生产经营地	湖南省长沙市芙蓉区隆平高科技园隆园路五路 6 号 1 栋 301 房
主要产品或服务	婴幼儿辅食、卫生用品、营养食品和儿童食品的运营、销售与服务
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要负责公司婴幼儿辅食、卫生用品、营养食品和儿童食品的运营、销售与服务

股东构成及控制情况	英氏控股持有其 100%股权
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：30,184.20 万元 2025 年 6 月 30 日：26,551.30 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：5,102.19 万元 2025 年 6 月 30 日：8,559.82 万元
最近一年及一期净利润	2024 年 1-12 月：1,344.45 万元 2025 年 1-6 月：3,469.05 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天职国际

7. 湖南忆小口

子公司名称	湖南忆小口健康科学有限公司
成立时间	2022 年 3 月 25 日
注册资本	400 万元
实收资本	400 万元
注册地	长沙市浏阳经开区康宁路金阳紫星广场商务区（一期）B7 栋 5 层 505 房
主要生产经营地	湖南省长沙市芙蓉区隆平高科技园隆园五路 6 号 1 栋 4 楼
主要产品或服务	儿童食品的采购、品牌运营和销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要负责公司儿童食品的采购、品牌运营和销售
股东构成及控制情况	英氏控股持有其 91%股权，饶易、刘德分别持有其 4.5%股权
最近一年及一期末总资产	2024 年 12 月 31 日：1,859.93 万元 2025 年 6 月 30 日：2,490.79 万元
最近一年及一期末净资产	2024 年 12 月 31 日：-1,292.23 万元 2025 年 6 月 30 日：-1,775.52 万元
最近一年及一期净利润	2024 年 1-12 月：-512.70 万元 2025 年 1-6 月：-483.29 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天职国际

8. 英氏食品

子公司名称	湖南英氏食品科技有限公司
成立时间	2024 年 12 月 2 日
注册资本	400 万元
实收资本	400 万元
注册地	湖南省浏阳市浏阳经济技术开发区柳冲路 16 号 2 栋 3 楼 301
主要生产经营地	湖南省浏阳市浏阳经济技术开发区柳冲路 16 号 2 栋 3 楼 301
主要产品或服务	婴幼儿辅食的采购与销售
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要负责公司婴幼儿辅食的采购与销售

股东构成及控制情况	英氏营养持有其 100%股权
最近一年及一期末总资产	2025 年 6 月 30 日：6,856.45 万元
最近一年及一期末净资产	2025 年 6 月 30 日：5,511.97 万元
最近一年及一期净利润	2025 年 1-6 月：5,111.97 万元
是否经过审计	是
审计机构名称	天职国际

（二） 参股公司情况

☐适用 ☒不适用

八、 董事、监事/董事会审计委员会委员、高级管理人员情况

（一） 董事、监事/董事会审计委员会委员、高级管理人员的简要情况

1、董事

截至本招股说明书签署日，公司董事会由 9 名董事组成，其中 3 名独立董事。公司董事任期 3 年，任期届满可连选连任。现任董事基本情况如下：

序号	姓名	任职	提名人	任期
1	马文斌	董事长、总经理	马文斌、万建明、彭敏	2024.3-2027.3
2	万建明	副董事长、副总经理	马文斌、万建明、彭敏	2024.3-2027.3
3	彭敏	董事、副总经理、营运中心总经理	马文斌、万建明、彭敏	2024.3-2027.3
4	钟永龙	董事、副总经理兼财务总监	钟永龙	2024.3-2027.3
5	胡伟	董事、市场中心总经理	胡伟	2024.3-2027.3
6	曾志华	职工代表董事、人力资源中心总监	马文斌	2025.8-2027.3
7	贺爱忠	独立董事	马文斌、万建明、彭敏	2024.3-2027.3
8	李灿	独立董事	马文斌、万建明、彭敏	2024.3-2027.3
9	谢玉华	独立董事	马文斌、万建明、彭敏	2024.3-2027.3

公司董事简历如下：

马文斌，男，1970 年 6 月出生，中国国籍，工业与装饰设计专业，大专学历，无境外永久居留权。1998 年 8 月至 2003 年 12 月，历任湖南亚华种业股份有限公司南山绿色食品开发分公司企划专员、企划部长、市场总监；2003 年 12 月至 2008 年 8 月，历任湖南亚华乳业有限公司总经理助理、营销事业部总经理；2008 年 9 月至 2017 年 12 月，任英氏营养董事长、总经理；2012 年 7 月至 2017 年 12 月，任英氏乳业总经理；2014 年 10 月至今，任职于英氏控股，现任英氏控股董事长、总经理。

万建明，男，1978年7月出生，中国国籍，香港大学整合营销传播专业，研究生文凭，无境外永久居留权。1998年8月至2003年12月，历任湖南亚华种业股份有限公司南山绿色食品开发分公司省区经理、大区总监、销售总监；2003年12月至2008年3月，历任湖南亚华乳业有限公司华西大区总监、新业务发展部总经理；2008年4月至2017年12月，历任英氏营养北中国区总监、事业部总经理；2014年10月至今，任职于英氏控股，现任英氏控股副董事长、副总经理。

彭敏，男，1978年11月出生，中国国籍，高级工商管理专业，硕士研究生学历，无境外永久居留权。1999年8月至2002年2月，任广东乐百氏集团有限公司销售经理；2002年3月至2003年12月，历任湖南亚华种业股份有限公司南山绿色食品开发分公司省区经理、华中大区总监；2003年12月至2008年3月，历任湖南亚华乳业有限公司华中大区总监、南中国区总监及全国销售总监；2008年4月至2013年12月，任英氏营养南中国区总监；2013年12月至2018年10月，任湖南舒比奇董事、用品事业部总经理；2014年10月至今，任职于英氏控股，现任英氏控股董事、副总经理、营运中心总经理。

钟永龙，男，1981年12月出生，中国国籍，电算会计专业，中专学历，无境外永久居留权。2000年9月至2003年12月，历任湖南亚华种业股份有限公司南山绿色食品开发分公司出纳、会计、会计主管；2003年12月至2008年6月，历任湖南亚华乳业有限公司会计主管、财务部长；2008年6月至2017年12月，任英氏营养财务总监；2012年7月至2017年12月，任英氏乳业财务总监；2014年10月至今，任职于英氏控股，曾任公司财务总监，现任英氏控股董事、副总经理、财务总监。

胡伟，男，1981年7月出生，中国国籍，工商管理专业，本科学历，无境外永久居留权。2003年7月至2003年12月，历任湖南亚华种业股份有限公司南山绿色食品开发分公司奶粉事业市场部市场专员、主管；2003年12月至2008年4月，历任湖南亚华乳业有限公司液态奶企划课课长、奶粉事业市场部华西区企划课课长、奶粉事业部品牌经理；2008年4月至2017年12月，任英氏营养市场总监；2014年10月至今，任职于英氏控股，曾任公司副总经理、用品事业部营销总经理、新零售板块总经理，现任英氏控股董事、市场中心总经理。

曾志华，女，1979年6月出生，中国国籍，中文专业，本科学历，无境外永久居留权。2000年7月至2003年3月，历任湖南中国虎服饰股份有限公司行政专员、行政人事主管、人事行政部长；2003年3月至2003年7月，任三一重工股份有限公司人资BP；2003年8月至2010年6月，历任湖南亚华乳业有限公司人资主管、人资经理；2010年7月至2012年6月，任英氏营养人事行政部部长；2012年7月至2019年12月，任英氏乳业人事行政部部长；2018年9月至今，任职于英氏控股，曾任公司监事、人力资源中心总监、董事，

现任英氏控股**职工代表**董事、人力资源中心总监。

贺爱忠，男，1965年2月出生，中国国籍，管理学博士，教授，无境外永久居留权。1985年8月至1994年1月，历任湖南省商业管理干部学院助教、讲师；1994年2月至2005年10月，历任湖南商学院讲师、副教授、教授及校学术委员会委员；2005年11月至今，任湖南大学教授、博士生导师；2022年2月至今，任职于英氏控股，现任英氏控股独立董事。

李灿，女，1970年1月出生，中国国籍，管理科学与工程专业博士，教授，注册会计师，湖南省121人才工程人选，无境外永久居留权。1991年9月至1997年7月，历任湖南工业职业技术学院助教、讲师；1997年7月至2000年9月，于湖南大学攻读硕士学位；2000年9月至今，历任湖南工商大学会计学院讲师、副教授、教授（二级）、博士生导师；2022年2月至今，任职于英氏控股，现任英氏控股独立董事。

谢玉华，女，1965年11月出生，中国国籍，法学博士，教授，无境外永久居留权。1986年6月至1997年9月，历任湖南教育学院助教、讲师；1997年9月至2000年9月，历任湖南财经学院讲师、副教授；2000年9月至今，历任湖南大学副教授、教授、博士生导师；2022年2月至今，任职于英氏控股，现任英氏控股独立董事。

2、监事/董事会审计委员会委员

截至本招股说明书签署日，**公司取消监事会前**，监事会由3名监事组成，其中1名职工代表监事，基本情况如下：

序号	姓名	任职	提名人	任期
1	胡泽民	原监事会主席	胡泽民	2024.3-2025.8
2	李鸿文	原监事	华润润湘	2024.3-2025.8
3	戴志勇	原职工代表监事	职工代表大会	2024.12-2025.8

2025年8月29日，经公司2025年第三次临时股东大会审议通过取消监事会。公司董事会已设置审计委员会行使《公司法》规定的监事会职权。

截至本招股说明书签署日，公司董事会审计委员会委员3名，具体情况如下：

序号	姓名	职务	任期
1	李灿	董事会审计委员会召集人	2024.3-2027.3
2	贺爱忠	董事会审计委员会委员	2024.3-2027.3
3	胡伟	董事会审计委员会委员	2024.3-2027.3

公司董事会审计委员会委员的具体情况详见本节之“八、董事、监事/董事会审计委员会委员、高级管理人员情况”之“（一）董事、监事/董事会审计委员会委员、高级管理人员”

员的简要情况”之“1、董事”。

3、高级管理人员

截至本招股说明书签署日，公司共有 6 名高级管理人员，现任高级管理人员基本情况如下：

序号	姓名	职务	任期
1	马文斌	董事长、总经理	2024.3-2027.3
2	万建明	副董事长、副总经理	2024.3-2027.3
3	彭敏	董事、副总经理、营运中心总经理	2024.3-2027.3
4	钟永龙	董事、副总经理兼财务总监	2024.3-2027.3
5	邓健	副总经理、线上食品营销中心总监	2024.3-2027.3
6	易佳	董事会秘书	2024.3-2027.3

公司高级管理人员简历如下：

马文斌，详见本节之“八、董事、监事/董事会审计委员会委员、高级管理人员情况”之“（一）董事、监事/董事会审计委员会委员、高级管理人员的简要情况”之“1、董事”相关内容。

万建明，详见本节之“八、董事、监事/董事会审计委员会委员、高级管理人员情况”之“（一）董事、监事/董事会审计委员会委员、高级管理人员的简要情况”之“1、董事”相关内容。

彭敏，详见本节之“八、董事、监事/董事会审计委员会委员、高级管理人员情况”之“（一）董事、监事/董事会审计委员会委员、高级管理人员的简要情况”之“1、董事”相关内容。

钟永龙，详见本节之“八、董事、监事/董事会审计委员会委员、高级管理人员情况”之“（一）董事、监事/董事会审计委员会委员、高级管理人员的简要情况”之“1、董事”相关内容。

邓健，男，1989 年 5 月出生，中国国籍，电子商务专业，本科学历，无境外永久居留权。2012 年 8 月至 2018 年 5 月，历任湖南英氏乳业有限公司电子商务部推广专员、店长、运营经理、电商部部长；2018 年 6 月至今，任职于英氏控股，曾任电商部部长、总经理助理，现任公司副总经理、线上食品营销中心总监。

易佳，男，1980 年 12 月出生，中国国籍，法学专业，本科学历，无境外永久居留权。2003 年 9 月至 2005 年 2 月，任法制日报湖南记者站法务助理；2005 年 3 月至 2015 年 3 月，历任浙江伟星实业发展股份有限公司总厂办公室主任、产业办公室主任；2015 年 4 月至 2015

年 12 月，任理昂生态能源股份有限公司总部行政人事总监；2016 年 1 月至今，任职于英氏控股，曾任总经办主任，现任英氏控股董事会秘书。

（二）直接或间接持有发行人股份的情况

姓名	职位	关系	直接持股数量（股）	间接持股数量（股）	无限售股数量（股）	其中被质押或冻结股数
马文斌	董事长、总经理	公司董事、实际控制人	29,873,853	13,768	0	0
万建明	副董事长、副总经理	公司董事、实际控制人	21,540,837	0	0	0
彭敏	董事、副总经理、营运中心总经理	公司董事、实际控制人	21,540,837	0	0	0
钟永龙	董事、副总经理兼财务总监	公司董事、高级管理人员	8,176,682	0	0	0
胡伟	董事、市场中心总经理	公司董事	9,271,465	0	0	0
曾志华	职工代表董事、人力资源中心总监	公司职工代表董事	0	335,332	0	0
胡泽民	原监事会主席	公司原监事	12,107,316	0	0	0
戴志勇	原职工代表监事、总经理助理、技术中心总监	公司原职工代表监事	0	397,103	0	0
邓健	副总经理、线上食品营销中心总监	公司高级管理人员	0	83,055	0	0
易佳	董事会秘书	公司高级管理人员	0	55,001	0	0

注：2025 年 8 月 29 日，公司召开 2025 年第三次临时股东会审议通过《关于同意员工持股平台份额转让的议案》，邓健成为长沙英茂出资人。截至本招股说明书签署日，邓健通过长沙英瑞间接持有发行人 64,425 股，通过长沙英茂间接持有发行人 18,630 股。

（三）对外投资情况

单位：元、%

姓名	在发行人处职务	对外投资单位名称	投资金额	投资比例
马文斌	董事长、总经理	长沙英瑞	66,864.00	0.26
		长沙渠石	29,700.00	99.00
曾志华	职工代表董事、人力资源中心总监	长沙英瑞	1,628,523.83	6.27
胡泽民	原监事会主席	长沙宾佳乐乳业有限公司	52,000.00	1.45
戴志勇	原职工代表监事、总经理助理、技术中心总监	长沙英瑞	1,928,523.83	7.43
邓健	副总经理、线上食品	长沙英瑞	312,879.36	1.21

	营销中心总监	长沙渠石	300.00	1.00
		长沙英茂	55,888.00	2.63
易佳	董事会秘书	长沙英茂	165,000.00	7.77

注：2025年8月29日，公司召开2025年第三次临时股东会审议通过《关于同意员工持股平台份额转让的议案》，邓健成为长沙英茂出资人。

（四）其他披露事项

1、董事、监事/董事会审计委员会委员、高级管理人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事/董事会审计委员会委员、高级管理人员在公司及子公司之外的兼职情况如下：

姓名	本公司职务	兼职单位名称	兼职职务	兼职单位与公司的关联关系
马文斌	董事长、总经理	长沙英瑞	执行事务合伙人	公司股东
		长沙渠石	执行事务合伙人	无
彭敏	董事、副总经理、营运中心总经理	江西省食品协会	副会长	无
贺爱忠	独立董事	湖南大学	教授、博士生导师	无
李灿	独立董事	湖南工商大学	教授、博士生导师	无
谢玉华	独立董事	湖南大学	教授、博士生导师	无
戴志勇	原职工代表监事、总经理助理、技术中心总监	湖南省食品科学技术学会	第五届理事会常务理事	无
		中国营养保健食品协会	婴幼儿辅食专业委员会第二届副主任委员	无
李鸿文	原监事	润万（深圳）企业管理咨询服务有限公司	副总裁、长沙办公室主任	无

除上述情形外，截至本招股说明书签署日，公司董事、监事/董事会审计委员会委员、高级管理人员均未在其他单位兼职。

2、董事、监事/董事会审计委员会委员、高级管理人员相互之间的亲属关系

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

3、董事、监事/董事会审计委员会委员、高级管理人员变动情况

最近三年，公司董事、监事/董事会审计委员会委员、高级管理人员的变动情况如下：

（1）董事变动情况

期间	董事会成员	变动原因

2022年1月至 2022年2月	马文斌、万建明、彭敏、钟永龙、胡伟、曾志华、戴志勇	-
2022年2月至 2022年3月	马文斌、万建明、彭敏、钟永龙、胡伟、尹剑、贺爱忠、李灿、谢玉华	因引入投资人，公司补选投资人委派的尹剑为董事，增选贺爱忠、李灿、谢玉华为公司独立董事。曾志华、戴志勇不再担任董事职务，但仍在公司任职
2022年3月至 2024年3月	马文斌、万建明、彭敏、钟永龙、胡伟、王子豪、贺爱忠、李灿、谢玉华	因投资人更换委派董事，尹剑辞去董事职务，补选王子豪为公司董事
2024年3月至 2025年1月	马文斌、万建明、彭敏、钟永龙、胡伟、王子豪、贺爱忠、李灿、谢玉华	董事会换届，换届前后人员未发生变化
2025年1月至 2025年3月	马文斌、万建明、彭敏、钟永龙、胡伟、贺爱忠、李灿、谢玉华	因个人原因，王子豪辞去董事职务
2025年4月至 2025年8月	马文斌、万建明、彭敏、钟永龙、胡伟、曾志华、贺爱忠、李灿、谢玉华	为完善公司治理，公司补选曾志华为公司董事
2025年8月至今	马文斌、万建明、彭敏、钟永龙、胡伟、曾志华、贺爱忠、谢玉华、李灿	为落实法律法规要求，曾志华辞去董事职务，公司职工代表大会选举曾志华担任职工代表董事

上述人员变动的主要原因系完善公司治理及股东委派，以及落实《关于新〈公司法〉配套制度规则实施相关过渡期安排》的相关要求，不构成最近三年董事的重大变化，公司核心管理层始终保持稳定，不会对公司的日常管理造成影响。

（2）监事变动情况

期间	监事会成员	变动原因
2022年1月至 2022年2月	胡泽民、欧建容、陈益智	-
2022年2月至 2022年3月	胡泽民、何坚、陈益智	因引入投资人，公司补选投资人委派的何坚为监事。欧建容不再担任监事职务
2022年3月至 2024年3月	胡泽民、李鸿文、陈益智	因投资人更换委派监事，何坚辞去监事职务，补选李鸿文为公司监事
2024年3月至 2024年12月	胡泽民、李鸿文、陈益智	监事会换届，换届前后人员未发生变化
2024年12月至 2025年8月	胡泽民、李鸿文、戴志勇	因职工代表监事陈益智离职，公司补选戴志勇为职工代表监事
2025年8月至今	-	为落实法律法规要求，公司取消监事会及监事设置，现任监事职务自然免除，由董事会审计委员会承接并行使监事会职权

上述人员变动的主要原因系换届选举及股东委派，以及落实《关于新〈公司法〉配套制度规则实施相关过渡期安排》的相关要求，不构成最近三年监事的重大变化，不会对公司的日常管理造成影响。

（3）高级管理人员变动情况

期间	高级管理人员	变动原因
2022年1月至2023年2月	马文斌、万建明、彭敏、钟永龙、胡伟、易佳	-
2023年2月至2024年3月	马文斌、万建明、彭敏、钟永龙、邓健、易佳	因内部职务调整原因，公司聘任邓健为副总经理。胡伟不再担任副总经理职务，但仍在公司任职
2024年3月至今	马文斌、万建明、彭敏、钟永龙、邓健、易佳	因换届重新聘任高级管理人员，聘任前后人员未发生变化

上述人员变动的主要原因系公司内部职务调整，不构成最近三年高级管理人员的重大变化，不会对公司日常经营造成影响。

4、董事、监事、高级管理人员薪酬情况

（1）薪酬组成、确定依据及其调整所需履行的程序

公司建立了完善的董监高薪酬管理制度，在公司经营管理岗位任职的董事、监事，按照在公司任职的职务与岗位责任确定薪酬标准；不在公司担任职务的非独立董事，不在公司领取薪酬、不享受津贴或福利待遇；不在公司任职的监事，不在公司领取薪酬、不享受津贴或福利待遇；独立董事实行津贴制度。

公司高级管理人员的薪酬由基本薪酬和年终奖励组成。计算公式为年度薪酬=基本薪酬+年终奖励。基本薪酬主要依据职位、责任、能力、市场薪资行情等因素确定。年终奖励根据公司年度经营绩效、岗位绩效考核等综合确定，考核周期为年度考核，最终根据当年考核结果统算兑付。

薪酬与考核委员会提出公司董事（非独立董事）的薪酬计划，经公司董事会、股东会审议通过后实施；薪酬与考核委员会提出公司高级管理人员的薪酬方案，经董事会审议通过后实施；独立董事的津贴由董事会制定，提请股东会审议批准后实施；监事的薪酬由股东会审议批准后实施。

（2）薪酬总额占利润总额的比例

在公司领薪的董事、原监事、高级管理人员报告期内的薪酬总额及占公司利润总额的比重情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
薪酬总额	440.84	839.92	1,075.70	970.63
利润总额	20,166.45	27,809.28	28,427.24	15,439.87
占比	2.19%	3.02%	3.78%	6.29%

九、 重要承诺

(一) 与本次公开发行有关的承诺情况

承诺主体	承诺开始日期	承诺结束日期	承诺类型	承诺内容(索引)
实际控制人	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于所持股份限售、持股及减持意向的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
间接持有公司股份的实际控制人	2025 年 9 月 4 日	长期有效	关于所持股份限售、持股及减持意向的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
直接持有公司股份的董事、高级管理人员	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于所持股份限售及减持意向的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
直接持股 5% 以上股东	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于所持股份减持意向的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
直接持股 5% 以上股东	2025 年 9 月 4 日	长期有效	关于所持股份减持意向的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
实际控制人控制的企业	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于所持股份限售、持股及减持意向的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
持有公司股份的实际控制人亲属	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于所持股份限售的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
间接持有公司股份的董事、高级管理人员	2025 年 9 月 4 日	长期有效	关于所持股份限售及减持意向的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
实际控制人	2025 年 12 月 9 日	长期有效	关于延长股份锁定期的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基

				本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
公司	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于稳定公司股价的预案及承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
实际控制人	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于稳定公司股价的预案及承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
非独立董 事、高级管 理人员	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于稳定公司股价的预案及承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
公司	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
实际控制人	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
董事、高级 管理人员	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
公司	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于利润分配政策的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
实际控制人	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于利润分配政策的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）承诺具体内容”
董事、高级 管理人员	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于利润分配政策的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（三）

				承诺具体内容”
公司	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于虚假陈述导致回购股份和向投资者赔偿及相关约束措施的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
实际控制人	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于虚假陈述导致回购股份和向投资者赔偿及相关约束措施的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
董事、高级管理人员	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于虚假陈述导致回购股份和向投资者赔偿及相关约束措施的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
实际控制人	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于避免同业竞争的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
董事、高级管理人员	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于避免同业竞争的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
实际控制人	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于规范和减少关联交易的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
董事、高级管理人员	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于规范和减少关联交易的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
直接持股 5% 以上股东	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于规范和减少关联交易的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
直接持股 5% 以上股东	2025 年 9 月 4 日	长期有效	关于规范和减少关联交易的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
实际控制人	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于避免资金占用	详见本招股说明书

			及规范对外担保的承诺	“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
董事、高级管理人员	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于避免资金占用及规范对外担保的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
直接持股 5% 以上股东	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于避免资金占用及规范对外担保的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
公司	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于未履行公开承诺相关事宜的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
实际控制人	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于未履行公开承诺相关事宜的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
董事、高级管理人员	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于未履行公开承诺相关事宜的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
直接持股 5% 以上股东	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于未履行公开承诺相关事宜的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
公司	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于不存在相关违法违规行为的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
实际控制人	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于任职及规范性相关事项的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”
董事、高级管理人员	2025 年 5 月 6 日	长期有效	关于任职及规范性相关事项的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重

				要承诺”之“(三)承诺具体内容”
公司	2025年5月6日	长期有效	关于股东信息披露的专项承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”
实际控制人	2025年5月6日	长期有效	关于员工缴纳社会保险及住房公积金相关事项的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”
西部证券、湖南启元、天职国际	2025年9月23日	长期有效	关于依法承担赔偿责任的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”
长沙英茂	2025年12月12日	长期有效	关于所持股份持股及减持意向的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”

(二) 前期公开承诺情况

承诺主体	承诺开始日期	承诺结束日期	承诺类型	承诺内容(索引)
实际控制人	2023年11月30日	长期有效	减少或规范关联交易的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”
董事、高级管理人员	2023年11月30日	长期有效	减少或规范关联交易的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”
直接持股5%以上股东	2023年11月30日	长期有效	减少或规范关联交易的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”
实际控制人	2023年11月30日	长期有效	同业竞争承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”
董事、高级管理人员	2023年11月30日	长期有效	同业竞争承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基

				本情况”之“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”
实际控制人	2023 年 11 月 30 日	长期有效	关于保持公司资产、人员、财务、机构和业务独立的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”
实际控制人	2023 年 11 月 30 日	长期有效	关于员工缴纳社会保险及住房公积金相关事项的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”
实际控制人及其控制的企业、董事、高级管理人员	2024 年 6 月 7 日	长期有效	自愿限售的承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”
其他股东	2025 年 1 月 22 日	长期有效	限售承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”
其他股东	2025 年 4 月 15 日	长期有效	限售承诺	详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三)承诺具体内容”

(三) 承诺具体内容

1、与本次公开发行相关的承诺

(1) 股份限售、持股及减持意向相关承诺

1) 实际控制人马文斌、万建明和彭敏承诺

“1、自公司公开发行股票并在北交所上市之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人代为管理本次公开发行前本人直接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。

2、自公司股票上市后 6 个月内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于本次发行的发行价（指公司向不特定合格投资者公开发行股票的发行价格，如果因公司上市后 6 个月内发生派发现金红利、送股、转增股本、配股等除息、除权事项的，则按照北交所的有关规定作除权除息处理，下同），或者公司股票上市后 6 个月期末收盘价低于本次发行的发行价，则本人直接持有公司股票的锁定期自动延长 6 个月；在延长锁定期内，本人不转让或者委

托他人管理本人持有的公司本次发行前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

3、本人在限售期届满后 24 个月内减持公司股份的，减持价格不低于发行价（若公司股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整），减持方式包括但不限于证券交易所集中竞价交易、大宗交易或协议转让、赠与、可交换债换股、股票权益互换等方式。

4、本人在限售期届满后减持直接持有的公司股份时，将严格遵守《上市公司股东减持股份管理暂行办法》等相关法律法规、规章及其他规范性文件的规定，审慎制定股票减持计划，并将按照中国证监会、北交所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

5、若发行人上市后涉嫌证券期货违法犯罪或重大违规行为的，自该行为被发现后 6 个月内，本人不得减持直接或间接持有发行人的股份；若发行人上市后，本人涉嫌证券期货违法犯罪或重大违规行为的，自该行为被发现后 12 个月内，本人不得减持直接或间接持有发行人的股份。

6、自本承诺出具后，若相关法律法规进行调整，本承诺内容与调整后的法律法规不一致的，按调整后的法律法规执行。

7、本人将严格遵守本承诺的内容，如有违反，本人将按照法律、法规、中国证监会和北交所的相关规定承担法律责任。”

2) 间接持有公司股份的实际控制人之一马文斌承诺

“1、自公司公开发行股票并在北交所上市之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人代为管理本次公开发行前本人直接和间接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。

2、自公司股票上市后 6 个月内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于本次发行的发行价（指公司向不特定合格投资者公开发行股票的发行价格，如果因公司上市后 6 个月内发生派发现金红利、送股、转增股本、配股等除息、除权事项的，则按照北交所的有关规定作除权除息处理，下同），或者公司股票上市后 6 个月期末收盘价低于本次发行的发行价，则本人持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月；在延长锁定期内，本人不转让或者委托他人管理本人持有的公司本次发行前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

3、本人在限售期届满后 24 个月内减持公司股份的，减持价格不低于发行价（若公司股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整），减持方式包括但不限于证券交易所集中竞价交易、大宗交易或协议转让、赠与、可交换债换股、股票权益互换等方式。

4、本人在限售期届满后减持持有的公司股份时，将严格遵守《上市公司股东减持股份

管理暂行办法》等相关法律法规、规章及其他规范性文件的规定，审慎制定股票减持计划，并将按照中国证监会、北交所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

5、若发行人上市后涉嫌证券期货违法犯罪或重大违规行为的，自该行为被发现后6个月内，本人不得减持直接或间接持有发行人的股份；若发行人上市后，本人涉嫌证券期货违法犯罪或重大违规行为的，自该行为被发现后12个月内，本人不得减持直接或间接持有发行人的股份。

6、自本承诺出具后，若相关法律法规进行调整，本承诺内容与调整后的法律法规不一致的，按调整后的法律法规执行。

7、本人将严格遵守本承诺的内容，如有违反，本人将按照法律、法规、中国证监会和北交所的相关规定承担法律责任。”

3) 直接持有公司股份的董事、高级管理人员马文斌、万建明、彭敏、钟永龙、胡伟承诺

“1、自公司公开发行股票并在北交所上市之日起12个月内，本人不转让或者委托他人代为管理本次发行前本人直接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。

2、本人直接持有公司的股票在锁定期满后24个月内减持的，减持价格不低于发行价；自公司股票上市后6个月内，如公司股票连续20个交易日的收盘价均低于本次发行的发行价（指公司公开发行股票的发行价格，如果因公司上市后6个月内发生派发现金红利、送股、转增股本、配股等除息、除权事项的，则按照北交所的有关规定作除权除息处理，下同），或者公司股票上市后6个月期末收盘价低于本次发行的发行价，则本人直接持有公司股票的锁定期自动延长6个月；在延长锁定期内，本人不转让或者委托他人管理本人直接持有的公司本次发行前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

3、上述股份限售期届满后，在担任公司董事/高级管理人员期间和任期届满后六个月，本人每年通过集中竞价、大宗交易、协议转让等方式转让持有的公司股份不超过本人所直接持有公司股份总数的25%。如本人出于任何原因离职，则在离职后6个月内，亦不转让或者委托他人管理本人直接持有的公司股份。本人不会因职务变更、离职等原因，而放弃、拒绝履行前述承诺。如违反上述承诺，本人将按照法律、法规、中国证监会和北交所的相关规定承担法律责任。

4、本人在锁定期届满后减持直接持有的公司股票的，将严格遵守《上市公司股东减持股份管理暂行办法》《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等相关法律、法规、规范性文件关于股东减持的规定，审慎制定股票减持计划，并将按照中国证监会、北交所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

5、自本承诺出具后，相关法律法规进行调整，本承诺内容与调整后的法律法规不一致的，按调整后的法律法规执行。

6、本人将严格遵守本承诺的内容，如有违反，本人将按照法律、法规、中国证监会和北交所的相关规定承担法律责任。”

4) 直接持股 5%以上股东王自力、胡泽民承诺

“1、公司公开发行股票并在北交所上市后，本人减持直接持有的公司股票的，将严格遵守《上市公司股东减持股份管理暂行办法》等相关法律法规、规章及其他规范性文件的规定，审慎制定股票减持计划，并将按照中国证监会、北交所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

2、公司公开发行股票并在北交所上市后 24 个月内，若本人通过任何途径或手段减持公司公开发行前已发行的股票，则减持价格根据当时二级市场的价格确定，累计减持比例不超过本人持有公司股票的 100%。

3、自本承诺出具后，相关法律法规进行调整，本承诺内容与调整后的法律法规不一致的，按调整后的法律法规执行。

4、本人将严格遵守本承诺的内容，如有违反，本人将按照法律、法规、中国证监会和北交所的相关规定承担法律责任。”

5) 直接持股 5%以上股东华润润湘承诺

“1、公司公开发行股票并在北交所上市后，在本单位持有公司 5%以上股份的情况下，本单位减持公司股票的，将严格遵守《上市公司股东减持股份管理暂行办法》等相关法律法规、规章及其他规范性文件的规定，审慎制定股票减持计划，并将按照中国证监会、北交所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

2、公司公开发行股票并在北交所上市后 24 个月内，若本单位通过任何途径或手段减持公司公开发行前已发行的股票，则减持价格根据当时二级市场的价格确定，累计减持比例不超过本单位持有公司股票的 100%。

3、自本承诺出具后，相关法律法规进行调整，本承诺内容与调整后的法律法规不一致的，按调整后的法律法规执行。

4、本单位将严格遵守本承诺的内容，如有违反，本单位将按照法律、法规、中国证监会和北交所的相关规定承担法律责任。”

6) 合计直接持股 5%以上股份的股东前海方舟、方舟郑州、前海淮泽、方舟青岛承诺

“1、本单位所持公司的股份自取得之日起 12 个月内不得转让。

2、公司公开发行股票并在北交所上市后，在本单位及一致行动人合计持有公司 5%以上股份的情况下，本单位及一致行动人减持公司股票，将严格遵守《上市公司股东减持股份管理暂行办法》等相关法律法规、规章及其他规范性文件的规定，审慎制定股票减持计划，并将按照中国证监会、北交所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

3、公司公开发行股票并在北交所上市后 24 个月内，若本单位及一致行动人通过任何途径或手段减持公司公开发行前已发行的股票，则减持价格根据当时二级市场的价格确定，累计减持比例不超过本单位持有公司股票的 100%。

4、自本承诺出具后，相关法律法规进行调整，本承诺内容与调整后的法律法规不一致的，按调整后的法律法规执行。

5、本单位将严格遵守本承诺的内容，如有违反，本单位将按照法律、法规、中国证监会和北交所的相关规定承担法律责任。”

7) 实际控制人控制的企业长沙英瑞承诺

“1、自公司公开发行股票并在北交所上市之日起 12 个月内，本单位不转让或者委托他人代为管理本次发行前本单位持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。

2、上述股份限售期届满后，本单位减持公司股票的，将严格遵守相关法律、法规、规范性文件关于股东减持的规定，审慎制定股票减持计划，并将按照中国证监会、北交所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

3、自本承诺出具后，相关法律法规进行调整，本承诺内容与调整后的法律法规不一致的，按调整后的法律法规执行。

4、本单位将严格遵守本承诺的内容，如有违反，本单位将按照法律、法规、中国证监会和北交所的相关规定承担法律责任。”

8) 实际控制人亲属林少波承诺

“1、自公司公开发行股票并在北交所上市之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人代为管理本次发行前本人间接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。

2、自本承诺出具后，相关法律法规进行调整，本承诺内容与调整后的法律法规不一致的，按调整后的法律法规执行。

3、本人将严格遵守已作出的关于所持股份限售的承诺，如违反上述承诺，本人将按照法律、法规、中国证监会和北交所的相关规定承担法律责任。”

9) 间接持有公司股份的董事、高级管理人员曾志华、邓健、易佳承诺

“1、自公司公开发行股票并在北交所上市之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他

人代为管理本次公开发行前本人直接和间接持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。

2、在担任公司董事/高级管理人员期间和任期届满后六个月，本人每年通过集中竞价、大宗交易、协议转让等方式转让持有的公司股份不超过本人持有公司股份总数的 25%。如本人出于任何原因离职，则在离职后 6 个月内，亦不转让或者委托他人管理本人持有的公司股份。本人不会因职务变更、离职等原因，而放弃、拒绝履行前述承诺。如违反上述承诺，本人将按照法律、法规、中国证监会和北交所的相关规定承担法律责任。

3、本人减持公司股票，将严格遵守《上市公司股东减持股份管理暂行办法》《上市公司董事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等相关法律、法规、规范性文件关于股东减持的规定，审慎制定股票减持计划，并将按照中国证监会、北交所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

4、自本承诺出具后，相关法律法规进行调整，本承诺内容与调整后的法律法规不一致的，按调整后的法律法规执行。

5、本人将严格遵守本承诺的内容，如有违反，本人将按照法律、法规、中国证监会和北交所的相关规定承担法律责任。”

10) 长沙英茂关于所持股份持股及减持意向的承诺

“1、自公司公开发行股票并在北交所上市之日起 12 个月内，本单位不转让或者委托他人代为管理本次发行前本单位持有的公司股份，也不提议由公司回购该部分股份。

2、上述股份限售期届满后，本单位减持股票的，将确保相关减持行为不会导致通过本单位间接持有公司股份的高级管理人员违反其作出的股份限售承诺。

3、自本承诺出具后，若中国证监会、北交所作出其他监管规定，且上述承诺不能满足中国证监会、北交所的该等规定时，本单位承诺届时将按照该最新规定出具补充承诺。

4、本单位将严格遵守本承诺的内容，如有违反，本单位将按照法律、法规、中国证监会和北交所的相关规定承担法律责任。”

(2) 关于延长股份锁定期的承诺

公司实际控制人马文斌、万建明和彭敏承诺：

“1、若发行人上市后涉嫌证券期货违法犯罪或重大违规行为的，自该行为被发现后 6 个月内，本人自愿限售直接或间接持有的股份；若发行人上市后，本人涉嫌证券期货违法犯罪或重大违规行为的，自该行为被发现后 12 个月内，本人自愿限售直接或间接持有的股份。

2、发行人上市当年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，延长本人届时所持股份锁定

期限 24 个月；发行人上市第二年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，在前项基础上延长本人届时所持股份锁定期限 12 个月；发行人上市第三年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，在前两项基础上延长本人届时所持股份锁定期限 12 个月。“净利润”以扣除非经常性损益后归母净利润为准；“届时所持股份”是指本人上市前取得，上市当年及之后第二年、第三年年报披露时仍持有的股份。

3、本人将严格履行上述承诺，如本人因违反上述承诺而获得收益的，所得收益归发行人所有，由发行人董事会负责收回。”

（3）稳定股价的相关承诺

1）公司承诺

“1、公司将严格遵守公司制定的《向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市后三年内稳定股价预案》，按照预案的规定履行作为发行人稳定股价的义务。

2、在启动稳定股价措施的前提条件满足时，如公司未采取相关稳定股价的具体措施，公司无条件接受以下约束措施：

（1）公司将在公司股东大会及中国证券监督管理委员会/北交所指定媒体上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉，并提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。

（2）上述承诺为本公司真实意思表示，本公司自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本公司将依法承担相应责任。”

2）实际控制人马文斌、万建明、彭敏承诺

“1、本人将严格遵守公司制定的《向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市后三年内稳定股价预案》，按照该预案的规定履行作为发行人实际控制人稳定股价的义务。

2、本人将根据上述《向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市后三年内稳定股价预案》中的相关规定，在公司回购股份不会对公司经营发展或持续经营能力造成重大不利影响的情况下，在发行人就回购股份事宜召开的董事会或股东大会上，对回购股份的相关决议投赞成票。

3、在启动稳定股价措施的前提条件满足时，如本人未采取上述稳定股价的具体措施，本人无条件接受以下约束措施：

（1）本人将在公司股东大会及中国证券监督管理委员会/北交所指定媒体上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

（2）公司有权扣留本人下一年度与履行增持股份义务所需金额相对应的应得现金分红。

如下一年度本人应得现金分红不足用于扣留，该扣留义务将顺延至以后年度，直至累计扣留金额与本人应履行增持股份义务所需金额相等或本人采取相应的股价稳定措施并实施完毕为止。

4、若法律、法规、规范性文件及中国证券监督管理委员会或北交所对启动股价稳定措施的具体条件、采取的具体措施等有不同规定，或者对相关主体因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定的，本人承诺自愿无条件地遵从该等规定。”

3) 非独立董事、高级管理人员承诺

“1、本人将严格遵守公司制定的《向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市后三年内稳定股价预案》，按照该预案的规定履行作为发行人非独立董事/高级管理人员稳定股价的义务。

2、本人将根据《向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市后三年内稳定股价预案》中的相关规定，在公司回购股份不会对公司经营发展或持续经营能力造成重大不利影响的情况下，在发行人就回购股份事宜召开的董事会或股东大会上，对回购股份的相关决议投赞成票。

3、在启动稳定股价措施的前提条件满足时，如本人未采取上述稳定股价的具体措施，本人无条件接受以下约束措施：

（1）本人将在公司股东大会及中国证券监督管理委员会/北交所指定媒体上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

（2）本人未采取上述稳定股价的具体措施的，公司有权停止发放应付本人的薪酬，且有权停止对本人分配红利（如有）；公司有权扣留本人与应履行增持股份义务所需金额相对应的薪酬及现金红利，直至本人采取相应的股价稳定措施并实施完毕为止。

4、若法律、法规、规范性文件及中国证券监督管理委员会或北交所对启动股价稳定措施的具体条件、采取的具体措施等有不同规定，或者对相关主体因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定的，本人承诺自愿无条件地遵从该等规定。”

（4）关于填补被摊薄即期回报的措施及相关承诺

1) 公司承诺

“1、提升公司市场竞争力，不断扩大公司业务规模。公司将持续发掘自身的资源整合能力，进一步巩固和提升公司产品及服务的综合竞争优势，提升公司盈利能力。

2、加强募集资金管理、提高募集资金使用效率、加快募集资金投资项目建设。本次发行募集资金投资项目紧紧围绕公司主营业务，符合国家相关产业政策，项目建成投产后有利

于扩大公司生产规模，提高产品市场份额，提升公司盈利能力，增强核心竞争力和可持续发展能力。本次发行完成后，公司将根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司监管指引第2号—上市公司募集资金管理和使用的监管要求》及《北京证券交易所股票上市规则》等法律法规、规范性文件和公司《募集资金管理制度》的要求，严格管理募集资金使用，确保募集资金得到充分有效利用。公司建立了募集资金专项存储制度，将在本次募集资金到位后将其存放于公司董事会决定的专户进行集中管理，专款专用。公司将与保荐机构、存管银行签订募集资金三方监管协议，共同监管募集资金按照承诺的用途和金额使用。同时，公司将按照承诺的募集资金的用途和金额，积极推进募集资金投资项目的建设 and 实施，尽快实现项目收益，以维护公司全体股东的利益。为尽快实施募集资金投资项目，本次发行募集资金到账前，公司将预先使用自有资金或负债方式筹集资金先行投入，加快推进募集资金投资项目的投资和建设，充分调动公司各方面资源，及时、高效推进募投项目建设，尽快实现募集资金投资项目的经济预期。

3、强化投资者分红回报。公司制定了上市后适用的分红制度，进一步确定了公司利润分配的总原则，明确了利润分配的条件及方式，制定了现金分红的具体条件、比例及股票股利分配的条件，完善了公司利润分配的决策程序、考虑因素和利润分配政策调整的决策程序，健全了公司分红政策的监督约束机制，保障和增加投资者合理投资的回报，保持公司利润分配政策的连续性和稳定性。

4、继续完善公司治理，提高运营效率。公司将抓住上市契机，建立起较高水平的企业管理和内控制度，提高公司决策水平和战略眼光，把握市场机遇，突出公司的核心竞争优势。同时，公司也将继续改善组织运营效率，完善内控系统，提高公司的财务管理及成本费用控制水平，不断提高公司的总体盈利能力。加强对管理层的考核，将管理层薪酬水平与公司经营效益挂钩，确保管理层恪尽职守、勤勉尽责。

5、其他方式。公司未来将根据中国证券监督管理委员会、北京证券交易所等监管机构出台的具体细则及要求，并参照上市公司较为通行的惯例，继续补充、修订、完善公司投资者权益保护的各項制度并予以实施。”

2) 实际控制人马文斌、万建明、彭敏承诺

“本人不越权干预公司的经营管理活动，不侵占公司利益。

本人若未能履行上述承诺，将在公司股东大会及中国证监会指定的报刊上公开说明未履行上述承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉，因本人违反上述承诺而给公司或公司股东、投资者造成损失的，将依法承担赔偿责任。”

3) 董事、高级管理人员承诺

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

2、对本人的职务消费行为进行约束；

3、不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；

4、在自身职责和权限范围内，全力促使公司董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩，并对公司董事会和股东大会审议的相关议案投票赞成（如有表决权）；

5、如果未来公司实施股权激励，承诺在自身职责和权限范围内，全力促使公司拟公布的股权激励行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩，并对公司董事会和股东大会审议的相关议案投票赞成（如有表决权）；

6、承诺忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益；

7、本承诺出具日后，若中国证券监督管理委员会、北京证券交易所作出关于摊薄即期回报的填补措施及其承诺的其他监管规定，且上述承诺不能满足中国证券监督管理委员会、北京证券交易所该等规定时，承诺届时将按照中国证券监督管理委员会、北京证券交易所的最新规定出具补充承诺。

8、本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。”

（5）关于利润分配政策的相关承诺

1）公司承诺

“1、公司将严格执行股东大会审议通过的上市后适用的《公司章程（草案）》中相关利润分配的政策及《英氏控股集团股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内股东分红回报规划》，公司实施积极的利润分配政策，注重对股东的合理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。

2、公司如违反前述承诺，将及时公告违反的事实及原因，除因不可抗力或其他非归属于公司的原因外，将向公司股东和社会公众投资者道歉，同时向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的利益，并在公司股东大会审议通过后实施补充承诺或替代承诺。”

2）实际控制人马文斌、万建明、彭敏承诺

“本人将采取一切必要的合理措施，促使发行人按照股东大会审议通过的《英氏控股集

团股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内股东分红回报规划》及发行人上市后生效的《英氏控股集团股份有限公司章程（草案）》的相关规定，严格执行相应的利润分配政策和分红回报规划。”

3) 全体董事、高级管理人员承诺

“本人将采取一切必要的合理措施，促使发行人按照股东大会审议通过的《英氏控股集团股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内股东分红回报规划》及发行人上市后生效的《英氏控股集团股份有限公司章程（草案）》的相关规定，严格执行相应的利润分配政策和分红回报规划。

本承诺函在本人具有上述身份的期间内持续有效。”

(6) 关于虚假陈述导致回购股份和向投资者赔偿及相关约束措施的相关承诺

1) 公司承诺

“1、本公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带责任。

2、若中国证监会或其他有权部门认定本公司招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将依法回购本次公开发行的全部新股：

（1）若上述情形发生于本公司本次公开发行的新股已完成发行但未上市交易的阶段内，则本公司于上述情形发生之日起 15 个工作日内，将公开发行募集资金加算银行同期存款利息返还已缴纳股票申购款的投资者；

（2）若上述情形发生于本公司本次公开发行的新股已完成上市交易之后，本公司董事会将在中国证监会或其他有权部门依法对上述事实作出认定或处罚决定后 15 个工作日内，根据相关法律法规及公司章程规定制定及公告股份回购方案并提交股东大会审议批准，依法回购本次公开发行的全部新股。回购价格按照发行价（若发行人股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整）加算银行同期存款利息确定，并根据相关法律、法规规定的程序实施。在实施上述股份回购时，如法律法规、公司章程等另有规定的从其规定。

3、若本公司招股说明书及其他信息披露资料存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，则本公司将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。该等损失的赔偿金额以投资者因此而实际发生的直接损失为限，具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等详细内容待上述情形实际发生时，依据最终确定的

赔偿方案为准，或中国证监会、司法机关认定的方式或金额确定。

4、若法律、法规、规范性文件及中国证监会或北京证券交易所对本公司因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本公司自愿无条件地遵从该等规定。”

2) 实际控制人马文斌、万建明、彭敏承诺

“1、发行人向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，且本人对发行人招股说明书及其他信息披露资料所载内容的真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

2、若发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏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，本人将在中国证监会或其他有权部门作出上述认定时，依法回购本人已转让的原限售股份（如有），并于 10 个交易日内启动购回程序，购回价格为本人转让原限售股份的价格加转让日至回购要约发出日期间的同期银行存款利息并不低于本次发行的发行价（如公司上市后有利利润分配或送配股份等除权、除息行为，发行价进行相应调整）。

3、若中国证监会或其他有权部门认定发行人招股说明书及其他信息披露资料存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断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，本人承诺将督促发行人履行股份回购事宜的决策程序，并在发行人召开股东大会对回购股份做出决议时，承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。

4、若发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，则本人将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。该等损失的赔偿金额以投资者因此而实际发生的直接损失为限，具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等详细内容待上述情形实际发生时，依据最终确定的赔偿方案为准，或中国证监会、司法机关认定的方式或金额确定。如违反上述承诺，则发行人有权将应付本人的现金分红予以暂时扣留，直至本人实际履行上述各项承诺事项为止。

5、若法律、法规、规范性文件及中国证监会或北京证券交易所对发行人因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本人自愿无条件地遵从该等规定。”

3) 全体董事、高级管理人员承诺

“1、发行人向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，且本人对发行人招股说明书及其他信息披露资料所载内容的真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

2、若发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏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，本人将在中国证监会或其

他有权部门作出上述认定时，依法回购本人已转让的原限售股份（如有），并于 10 个交易日内启动购回程序，购回价格为本人转让原限售股份的价格加转让日至回购要约发出日期期间的同期银行存款利息并不低于本次发行的发行价（如公司上市后利润分配或送配股份等除权、除息行为，发行价进行相应调整）。

3、若中国证监会或其他有权部门认定发行人招股说明书及其他信息披露资料存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断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，本人承诺将督促发行人履行股份回购事宜的决策程序，并在发行人召开股东大会对回购股份做出决议时，若本人届时持有发行人股份，承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。

4、若发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，且本人被认定存在责任的，则本人将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。该等损失的赔偿金额以投资者因此而实际发生的直接损失为限，具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等细节内容待上述情形实际发生时，依据最终确定的赔偿方案为准，或中国证监会、司法机关认定的方式或金额确定。如违反上述承诺，则发行人有权将应付本人的现金分红予以暂时扣留，直至本人实际履行上述各项承诺事项为止。

5、若法律、法规、规范性文件及中国证监会或北京证券交易所对发行人因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本人自愿无条件地遵从该等规定。”

（7）关于避免同业竞争的相关承诺

1）实际控制人马文斌、万建明、彭敏承诺

“1、截至本承诺函签署日，本人及本人实际控制的除公司及其子公司以外的其他企业未直接或间接在中国境内外以任何形式经营（包括但不限于自营、与他人共同经营或为他人经营）与公司主营业务相同或相似的业务。

2、本人将来不会以任何形式参与或从事与公司构成或可能构成直接或间接竞争的业务或活动，包括但不限于设立、投资、收购、兼并与公司的主营业务相同或类似的企业，或在该企业任职、为其提供服务。

3、如果将来本人及本人控制的其他企业的产品或业务与公司的业务或活动出现相同或类似的情况，本人承诺将采取以下措施解决：（1）停止生产或经营构成竞争或可能构成竞争的产品和业务；（2）以转让或委托经营的方式将相竞争的业务集中到公司经营；（3）向无关联关系的第三方转让该业务。

4、本人将忠实履行上述承诺，若本人违反上述承诺，因此给公司及其他股东造成损失

的，本人将及时、足额赔偿公司及其他股东因此遭受的全部损失。

5、本承诺函在本人作为公司实际控制人期间内持续有效。”

2) 全体董事、高级管理人员承诺

“1、截至本承诺函签署日，本人及本人实际控制的除公司及其子公司以外的其他企业未直接或间接在中国境内外以任何形式经营（包括但不限于自营、与他人共同经营或为他人经营）与公司主营业务相同或相似的业务。

2、本人将来不会通过本人控制的其他企业从事与公司构成或可能构成直接或间接竞争的业务或活动。

3、如果将来本人及本人控制的其他企业的产品或业务与公司的业务或活动出现相同或类似的情况，本人承诺将采取以下措施解决：（1）停止生产或经营构成竞争或可能构成竞争的产品和业务；（2）以转让或委托经营的方式将相竞争的业务集中到公司经营；（3）向无关联关系的第三方转让该业务。

4、本人将忠实履行上述承诺，若本人违反上述承诺，将依法承担赔偿责任。

5、本承诺函在本人作为公司董事/监事/高级管理人员期间内持续有效。”

(8) 关于规范和减少关联交易的相关承诺

1) 实际控制人马文斌、万建明、彭敏承诺

“1、截至本承诺函出具日，除招股说明书中披露的关联交易外，本承诺人及本承诺人控股或实际控制的其他企业及本承诺人的其他关联方与公司在报告期内不存在其他关联交易。

2、本承诺人及本承诺人控股或实际控制的其他企业及本承诺人的其他关联方将尽量减少及避免与公司之间的关联交易；对于确有必要的关联交易，本承诺人保证关联交易按照公平、公允和等价有偿的原则进行，依法与公司签署相关交易协议，以与无关联关系第三方相同或相似的交易价格为基础确定关联交易价格以确保其公允性、合理性，按照相关法律法规、规章及其他规范性文件和公司章程的规定履行关联交易审批程序，并按照约定严格履行已签署的相关交易协议。

3、公司股东大会和/或董事会对涉及本承诺人及本承诺人控股或实际控制的其他企业及本承诺人的其他关联方与公司发生的相关关联交易进行表决时，本承诺人将严格按照相关规定履行关联股东和/或关联董事回避表决义务。

4、本承诺人将依照公司章程的规定平等地行使股东和/或董监高权利并承担股东和/或董监高义务，保证不利用关联交易非法转移公司的资金、利润、谋取其他任何不正当利益或使

公司承担任何不正当的义务，不利用关联交易损害公司及其他股东的利益。

5、本承诺人将严格履行上述承诺，否则将依法承担相应法律责任。

6、本承诺函在本承诺人具有上述身份的期间内持续有效。”

2) 全体董事、高级管理人员承诺

“1、截至本承诺函出具日，除招股说明书中披露的关联交易外，本承诺人及本承诺人控股或实际控制的其他企业及本承诺人的其他关联方与公司在报告期内不存在其他关联交易。

2、本承诺人及本承诺人控股或实际控制的其他企业及本承诺人的其他关联方将尽量减少及避免与公司之间的关联交易；对于确有必要的关联交易，本承诺人保证关联交易按照公平、公允和等价有偿的原则进行，依法与公司签署相关交易协议，以与无关联关系第三方相同或相似的交易价格为基础确定关联交易价格以确保其公允性、合理性，按照相关法律法规、规章及其他规范性文件和公司章程的规定履行关联交易审批程序，并按照约定严格履行已签署的相关交易协议。

3、公司股东大会和/或董事会对涉及本承诺人及本承诺人控股或实际控制的其他企业及本承诺人的其他关联方与公司发生的相关关联交易进行表决时，本承诺人将严格按照相关规定履行关联股东和/或关联董事和/或关联监事回避表决义务。

4、本承诺人将依照公司章程的规定平等地行使股东和/或董监高权利并承担股东和/或董监高义务，保证不利用关联交易非法转移公司的资金、利润、谋取其他任何不正当利益或使公司承担任何不正当的义务，不利用关联交易损害公司及其他股东的利益。

5、本承诺人将严格履行上述承诺，否则将依法承担相应法律责任。

6、本承诺函在本承诺人具有上述身份的期间内持续有效。”

3) 直接持股 5%以上股东王自力、华润润湘，合计直接持股 5%以上股份的股东前海方舟、方舟郑州、前海淮泽、方舟青岛承诺

“1、截至本承诺函出具日，除招股说明书中披露的关联交易外，本承诺人及本承诺人控股或实际控制的其他企业及本承诺人的其他关联方与公司在报告期内不存在其他关联交易。

2、本承诺人及本承诺人控股或实际控制的其他企业及本承诺人的其他关联方将尽量减少及避免与公司之间的关联交易；对于确有必要的关联交易，本承诺人保证关联交易按照公平、公允和等价有偿的原则进行，依法与公司签署相关交易协议，以与无关联关系第三方相同或相似的交易价格为基础确定关联交易价格以确保其公允性、合理性，按照相关法律法规、

规章及其他规范性文件和公司章程的规定履行关联交易审批程序，并按照约定严格履行已签署的相关交易协议。

3、公司股东大会和/或董事会对涉及本承诺人及本承诺人控股或实际控制的其他企业及本承诺人的其他关联方与公司发生的相关关联交易进行表决时，本承诺人将严格按照相关规定履行关联股东和/或关联董事回避表决义务。

4、本承诺人将依照公司章程的规定平等地行使股东和/或董监高权利并承担股东和/或董监高义务，保证不利用关联交易非法转移公司的资金、利润、谋取其他任何不正当利益或使公司承担任何不正当的义务，不利用关联交易损害公司及其他股东的利益。

5、本承诺人将严格履行上述承诺，否则将依法承担相应法律责任。

6、本承诺函在本承诺人具有上述身份的期间内持续有效。”

4) 直接持股 5%以上股东胡泽民承诺

“1、截至本承诺函出具日，除招股说明书中披露的关联交易外，本承诺人及本承诺人控股或实际控制的其他企业及本承诺人的其他关联方与公司在报告期内不存在其他关联交易。

2、本承诺人及本承诺人控股或实际控制的其他企业及本承诺人的其他关联方将尽量减少及避免与公司之间的关联交易；对于确有必要的关联交易，本承诺人保证关联交易按照公平、公允和等价有偿的原则进行，依法与公司签署相关交易协议，以与无关联关系第三方相同或相似的交易价格为基础确定关联交易价格以确保其公允性、合理性，按照相关法律法规、规章及其他规范性文件和公司章程的规定履行关联交易审批程序，并按照约定严格履行已签署的相关交易协议。

3、公司股东会或/或董事会对涉及本承诺人及本承诺人控股或实际控制的其他企业及本承诺人的其他关联方与公司发生的相关关联交易进行表决时，本承诺人将严格按照相关规定履行关联股东和/或关联董事回避表决义务。

4、本承诺人将依照公司章程的规定平等地行使股东和/或董监高权利并承担股东和/或董监高义务，保证不利用关联交易非法转移公司的资金、利润、谋取其他任何不正当利益或使公司承担任何不正当的义务，不利用关联交易损害公司及其他股东的利益。

5、本承诺人将严格履行上述承诺，否则将依法承担相应法律责任。

6、本承诺函在本承诺人具有上述身份的期间内持续有效。”

(9) 关于避免资金占用及规范对外担保的承诺

1) 实际控制人马文斌、万建明、彭敏承诺

“1、本人及本人控制的其他企业不存在非经营性占用发行人资金的情况，不存在要求发行人违反法律、法规及规范性文件提供担保的情况；

2、严格限制本人及关联方与发行人在发生经营性资金往来中占用资金，不要求发行人为其垫支工资、福利、保险、广告等期间费用，也不互相代为承担成本和其他支出；

3、不利用实际控制人身份要求发行人以下列方式将资金直接或间接地提供给本人及本人控制的其他关联方使用：有偿或无偿地拆借公司的资金给本人及本人控制的其他关联方使用；通过银行或非银行金融机构向本人及本人控制的其他关联方提供委托贷款；委托本人及本人控制的其他关联方进行投资活动；为本人及本人控制的其他关联方开具没有真实交易背景的商业承兑汇票；代本人及本人控制的其他关联方偿还债务；

4、本人保证依法行使股东权利，不滥用实际控制人身份损害发行人或其他股东的利益，不以借款、代偿债务、代垫款项等方式直接或间接占用发行人资金或要求发行人违规提供担保；

5、如因本人违反上述承诺而导致发行人或其他股东的利益受到损害，本人愿意承担由此产生的全部责任，赔偿发行人或其他股东的实际损失。”

2) 全体董事、高级管理人员承诺

“1、截至本承诺函出具日，本人及本人控制的其他企业不存在非经营性占用发行人资金的情况，不存在要求发行人违反法律、法规及规范性文件提供担保的情况；

2、严格限制本人及关联方与发行人在发生经营性资金往来中占用资金，不要求发行人为其垫支工资、福利、保险、广告等期间费用，也不互相代为承担成本和其他支出；

3、不利用董事/监事/高级管理人员身份要求发行人以下列方式将资金直接或间接地提供给本人及本人控制的其他关联方使用：有偿或无偿地拆借公司的资金给本人及本人控制的其他关联方使用；通过银行或非银行金融机构向本人及本人控制的其他关联方提供委托贷款；委托本人及本人控制的其他关联方进行投资活动；为本人及本人控制的其他关联方开具没有真实交易背景的商业承兑汇票；代本人及本人控制的其他关联方偿还债务；

4、如本人违反上述承诺的，本人自愿承担相应法律责任；

5、本承诺函在本承诺人具有上述身份的期间内持续有效。”

3) 直接持股 5%以上股东胡泽民、胡伟、王自力、钟永龙承诺

“1、本人及本人控制的其他企业不存在非经营性占用发行人资金的情况，不存在要求发行人违反法律、法规及规范性文件提供担保的情况；

2、严格限制本人及关联方与发行人在发生经营性资金往来中占用资金，不要求发行人

为其垫支工资、福利、保险、广告等期间费用，也不互相代为承担成本和其他支出；

3、不利用持股 5%以上股东身份要求发行人以下列方式将资金直接或间接地提供给本人及本人控制的其他关联方使用：有偿或无偿地拆借公司的资金给本人及本人控制的其他关联方使用；通过银行或非银行金融机构向本人及本人控制的其他关联方提供委托贷款；委托本人及本人控制的其他关联方进行投资活动；为本人及本人控制的其他关联方开具没有真实交易背景的商业承兑汇票；代本人及本人控制的其他关联方偿还债务；

4、本人保证依法行使股东权利，不滥用持股 5%以上股东身份损害发行人或其他股东的利益，不以借款、代偿债务、代垫款项等方式直接或间接占用发行人资金或要求发行人违规提供担保；

5、如因本人违反上述承诺而导致发行人或其他股东的利益受到损害，本人愿意承担由此产生的全部责任，赔偿发行人或其他股东的实际损失。”

4) 直接持股 5%以上股东华润润湘承诺

“1、截至本承诺函出具日，本单位及本单位控制的其他企业不存在非经营性占用发行人资金的情况，不存在要求发行人违反法律、法规及规范性文件提供担保的情况；

2、本单位作为发行人持股 5%以上股东期间，不要求发行人为其垫支工资、福利、保险、广告等期间费用，也不互相代为承担成本和其他支出；

3、本单位作为发行人持股 5%以上股东期间，不利用持股 5%以上股东身份要求发行人以下列方式将资金直接或间接地提供给本单位及本单位控制的其他关联方使用：有偿或无偿地拆借公司的资金给本单位及本单位控制的其他关联方使用；通过银行或非银行金融机构向本单位及本单位控制的其他关联方提供委托贷款；委托本单位及本单位控制的其他关联方进行投资活动；为本单位及本单位控制的其他关联方开具没有真实交易背景的商业承兑汇票；代本单位及本单位控制的其他关联方偿还债务。

4、如本单位违反上述承诺的，本单位自愿承担相应法律责任。”

5) 合计直接持股 5%以上股份的股东前海方舟、方舟郑州、前海淮泽、方舟青岛承诺

“1、截至本承诺函出具日，本单位及本单位控制的其他企业不存在非经营性占用发行人资金的情况，不存在要求发行人违反法律、法规及规范性文件提供担保的情况；

2、本单位及一致行动人作为发行人持股 5%以上股东期间，不要求发行人为其垫支工资、福利、保险、广告等期间费用，也不互相代为承担成本和其他支出；

3、本单位及一致行动人作为发行人持股 5%以上股东期间，不利用持股 5%以上股东身份要求发行人以下列方式将资金直接或间接地提供给本单位及本单位控制的其他关联方使

用：有偿或无偿地拆借公司的资金给本单位及本单位控制的其他关联方使用；通过银行或非银行金融机构向本单位及本单位控制的其他关联方提供委托贷款；委托本单位及本单位控制的其他关联方进行投资活动；为本单位及本单位控制的其他关联方开具没有真实交易背景的商业承兑汇票；代本单位及本单位控制的其他关联方偿还债务。

4、如本单位违反上述承诺的，本单位自愿承担相应法律责任。”

(10) 关于未履行公开承诺相关事宜的相关承诺

1) 公司承诺

“1、若本公司非因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因，未能履行、确已无法履行、无法按期履行相关公开承诺，本公司将采取以下措施：

(1) 本公司将及时在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明本公司未能履行、无法履行或无法按期履行相关公开承诺的具体原因；

(2) 若本公司违反的相关公开承诺可以继续履行，本公司将及时有效地采取相关措施消除相关违反承诺事项；若本公司违反的相关公开承诺确已无法履行的，本公司将向公司股东和社会公众投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代性承诺提交股东大会审议；

(3) 若因本公司未能履行、无法履行或无法按期履行相关公开承诺导致股东遭受损失的，本公司将依法承担法律责任。

2、若因相关法律法规、政策变化、自然灾害等本公司无法控制的客观原因导致本公司未能履行、确已无法履行或无法按期履行相关公开承诺的，本公司将及时在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明本公司未能履行、无法履行或无法按期履行相关公开承诺的具体原因，并积极采取变更承诺、补充承诺等方式维护公司和投资者的权益。”

2) 实际控制人马文斌、万建明、彭敏承诺

“1、若本人非因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因，未能履行、确已无法履行、无法按期履行相关公开承诺，本人将采取以下措施：

(1) 本人将通过公司及时在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明本人未能履行、无法履行或无法按期履行相关公开承诺的具体原因；

(2) 若本人违反的相关公开承诺可以继续履行，本人将及时有效地采取相关措施消除相关违反承诺事项；若本人违反的相关公开承诺确已无法履行的，本人将向公司股东和社会公众投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代

性承诺提交股东大会审议；

（3）若因本人未能履行、无法履行或无法按期履行相关公开承诺导致公司及其股东、社会公众投资者遭受损失的，本人将依法承担法律责任。

2、若因相关法律法规、政策变化、自然灾害等本人无法控制的客观原因导致本人未能履行、确已无法履行或无法按期履行相关公开承诺的，本人将通过公司及时在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明本人未能履行、无法履行或无法按期履行相关公开承诺的具体原因，并积极采取变更承诺、补充承诺等方式维护公司和投资者的权益。”

3）全体董事、高级管理人员承诺

“1、若本人非因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因，未能履行、确已无法履行、无法按期履行相关公开承诺，本人将采取以下措施：

（1）本人将通过公司及时在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明本人未能履行、无法履行或无法按期履行相关公开承诺的具体原因；

（2）若本人违反的相关公开承诺可以继续履行，本人将及时有效地采取相关措施消除相关违反承诺事项；若本人违反的相关公开承诺确已无法履行的，本人将向公司股东和社会公众投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代性承诺提交股东大会审议；

（3）若因本人未能履行、无法履行或无法按期履行相关公开承诺导致公司及其股东、社会公众投资者遭受损失的，本人将依法承担法律责任。

2、若因相关法律法规、政策变化、自然灾害等本人无法控制的客观原因导致本人未能履行、确已无法履行或无法按期履行相关公开承诺的，本人将通过公司及时在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明本人未能履行、无法履行或无法按期履行相关公开承诺的具体原因，并积极采取变更承诺、补充承诺等方式维护公司和投资者的权益。”

4）直接持股 5%以上股东胡泽民、胡伟、王自力、钟永龙承诺

“1、若本人非因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因，未能履行、确已无法履行、无法按期履行相关公开承诺，本人将采取以下措施：

（1）本人将通过公司及时在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明本人未能履行、无法履行或无法按期履行相关公开承诺的具体原因；

（2）若本人违反的相关公开承诺可以继续履行，本人将及时有效地采取相关措施消除相关违反承诺事项；若本人违反的相关公开承诺确已无法履行的，本人将向公司股东和社会公众投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代

性承诺提交股东大会审议；

（3）若因本人未能履行、无法履行或无法按期履行相关公开承诺导致公司及其股东、社会公众投资者遭受损失的，本人将依法承担法律责任。

2、若因相关法律法规、政策变化、自然灾害等本人无法控制的客观原因导致本人未能履行、确已无法履行或无法按期履行相关公开承诺的，本人将通过公司及时在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明本人未能履行、无法履行或无法按期履行相关公开承诺的具体原因，并积极采取变更承诺、补充承诺等方式维护公司和投资者的权益。”

5）直接持股 5%以上股东华润润湘、合计直接持股 5%以上股份的股东前海方舟、方舟郑州、前海淮泽、方舟青岛承诺

“1、若本单位非因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本单位无法控制的客观原因，未能履行、确已无法履行、无法按期履行相关公开承诺，本单位将采取以下措施：

（1）本单位将通过公司及时在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明本单位未能履行、无法履行或无法按期履行相关公开承诺的具体原因；

（2）若本单位违反的相关公开承诺可以继续履行，本单位将及时有效地采取相关措施消除相关违反承诺事项；若本单位违反的相关公开承诺确已无法履行的，本单位将向公司股东和社会公众投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代性承诺提交股东大会审议；

（3）若因本单位未能履行、无法履行或无法按期履行相关公开承诺导致公司及其股东、社会公众投资者遭受损失的，本单位将依法承担法律责任。

2、若因相关法律法规、政策变化、自然灾害等本单位无法控制的客观原因导致本单位未能履行、确已无法履行或无法按期履行相关公开承诺的，本单位将通过公司及时在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明本单位未能履行、无法履行或无法按期履行相关公开承诺的具体原因，并积极采取变更承诺、补充承诺等方式维护公司和投资者的权益。”

（11）关于不存在相关违法违规行为的承诺

公司承诺：

“截至本承诺出具之日，本公司在全国股转系统挂牌期间不存在组织、参与内幕交易、操纵市场等违法违规行为或者为违法违规交易本公司股票提供便利的情形。”

（12）关于任职及规范性相关事项的承诺

公司实际控制人、全体董事及高级管理人员承诺：

“1、最近 36 个月内，本人不存在以下情形：（1）担任因规范类和重大违法类强制退市情形被终止上市企业的董事、高级管理人员，且对触及相关退市情形负有个人责任；（2）作为前述企业的控股股东、实际控制人且对触及相关退市情形负有个人责任。

2、发行人在全国中小企业股份转让系统挂牌期间，本人不存在组织、参与内幕交易、操纵市场等违法违规行为或者为违法违规交易公司股票提供便利的情形。”

（13）关于股东信息披露的专项承诺

公司承诺：

“1、本公司股东均具备持有本公司股份的适当资格，该等股东不属于法律法规规定禁止持股的主体，亦不存在法律法规规定禁止持股的主体通过该等股东间接持有本公司股份的情形。

2、截至本承诺函签署之日，本次公开发行上市的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有发行人股份的情形。

3、截至本承诺函签署之日，本公司股东不存在以本公司股份进行不当利益输送的情形。

上述承诺为本公司的真实意思表示，本公司自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺，本公司将依照中国证券监督管理委员会、全国中小企业股份转让系统及北京证券交易所的规定承担相应责任。”

（14）关于员工缴纳社会保险及住房公积金相关事项的承诺

实际控制人马文斌、万建明、彭敏承诺：

“如因公司在本次发行上市前违反社会保险、住房公积金相关法律、法规、政策规定，未及时、足额为全体员工缴纳各项社会保险及住房公积金，导致公司被行政主管机关要求补缴社会保险金或住房公积金，或者被行政主管机关进行处罚，或者有关人员向公司追索，本人将全额承担该部分补缴、被处罚或被追索的支出及费用，且在承担前述费用后不向公司追偿，保证公司不会因此遭受任何损失。”

（15）中介机构关于依法承担赔偿责任的承诺

1) 西部证券承诺：

“若因本公司为发行人本次发行上市所制作、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，将依法赔偿投资者的损失。”

2) 湖南启元承诺：

“若因本所为发行人本次发行上市所制作、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，将依法赔偿投资者的损失。”

3) 天职国际承诺：

“若监管部门认定因本所为发行人本次发行上市所制作、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，本所将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。”

2、前期公开承诺情况

(1) 关于减少或规范关联交易的承诺

1) 公司实际控制人、董事、高级管理人员、直接持股 5%以上自然人股东承诺

“1、截至本承诺函出具日，除公开转让说明书披露的关联交易外，本承诺人及本承诺人控股或实际控制的其他企业及本承诺人的其他关联方与公司在报告期内不存在其他关联交易。

2、本承诺人及本承诺人控股或实际控制的其他企业及本承诺人的其他关联方将尽量减少及避免与公司之间的关联交易；对于确有必要且无法避免的关联交易，本承诺人保证关联交易按照公平、公允和等价有偿的原则进行，依法与公司签署相关交易协议，以与无关联关系第三方相同或相似的交易价格为基础确定关联交易价格以确保其公允性、合理性，按照相关法律法规、规章及其他规范性文件和公司章程的规定履行关联交易审批程序，并按照约定严格履行已签署的相关交易协议。

3、公司股东大会对涉及本承诺人及本承诺人控股或实际控制的其他企业及本承诺人的其他关联方与公司发生的相关关联交易进行表决时，本承诺人将严格按照相关规定履行关联股东和/或关联董事回避表决义务。

4、本承诺人将依照公司章程的规定平等地行使股东和/或董监高权利并承担股东和/或董监高义务，保证不利用关联交易非法转移公司的资金、利润、谋取其他任何不正当利益或使公司承担任何不正当的义务，不利用关联交易损害公司及其他股东的利益。

5、本承诺人将严格履行上述承诺，否则将依法承担相应法律责任。

6、本承诺函在本承诺人具有上述身份的期间内持续有效。”

2) 直接持股 5%以上股东华润润湘、曾经的持股 5%以上股东南京星纳亦承诺

“1、截至本承诺函出具日，除公开转让说明书披露的关联交易外，本承诺人及本承诺人控股或实际控制的其他企业及本承诺人的其他关联方与公司在报告期内不存在其他关联交易。

2、本承诺人及本承诺人控股或实际控制的其他企业及本承诺人的其他关联方将尽量减

少及避免与公司之间的关联交易；对于确有必要且无法避免的关联交易，本承诺人保证关联交易按照公平、公允和等价有偿的原则进行，依法与公司签署相关交易协议，以与无关联关系第三方相同或相似的交易价格为基础确定关联交易价格以确保其公允性、合理性，按照相关法律法规、规章及其他规范性文件和公司章程的规定履行关联交易审批程序，并按照约定严格履行已签署的相关交易协议。

3、公司股东大会对涉及本承诺人及本承诺人控股或实际控制的其他企业及本承诺人的其他关联方与公司发生的相关关联交易进行表决时，本承诺人将严格按照相关规定履行关联股东和/或关联董事回避表决义务。

4、本承诺人将依照公司章程的规定平等地行使股东和/或董监高权利并承担股东和/或董监高义务，保证不利用关联交易非法转移公司的资金、利润、谋取其他任何不正当利益或使公司承担任何不正当的义务，不利用关联交易损害公司及其他股东的利益。

5、本承诺人将严格履行上述承诺，否则将依法承担相应法律责任。

6、本承诺函在本承诺人具有上述身份的期间内持续有效。”

(2) 关于规范或避免同业竞争的承诺

1) 公司实际控制人承诺

“1、截至本承诺函签署日，本人及本人实际控制的除公司及其子公司以外的其他企业未直接或间接在中国境内外以任何形式经营（包括但不限于自营、与他人共同经营或为他人经营）与公司主营业务相同或相似的业务。

2、本人将来不会以任何形式参与或从事与公司构成或可能构成直接或间接竞争的业务或活动，包括但不限于设立、投资、收购、兼并与公司的主营业务相同或类似的企业，或在该企业任职、为其提供服务。

3、如果将来本人及本人控制的其他企业的产品或业务与公司的业务或活动出现相同或类似的情况，本人承诺将采取以下措施解决：（1）停止生产或经营构成竞争或可能构成竞争的产品和业务；（2）以转让或委托经营的方式将相竞争的业务集中到公司经营；（3）向无关联关系的第三方转让该业务。

4、本人将忠实履行上述承诺，若本人违反上述承诺，因此给公司及其他股东造成损失的，本人将及时、足额赔偿公司及其他股东因此遭受的全部损失。

5、本承诺函在本人作为公司实际控制人期间内持续有效。”

2) 公司董事、高级管理人员承诺

“1、截至本承诺函签署日，本人及本人实际控制的除公司及子公司以外的其他企业未

直接或间接在中国境内外以任何形式经营（包括但不限于自营、与他人共同经营或为他人经营）与公司主营业务相同或相似的业务。

2、本人将来不会通过本人控制的其他企业从事与公司构成或可能构成直接或间接竞争的业务或活动。

3、如果将来本人及本人控制的其他企业的产品或业务与公司的业务或活动出现相同或类似的情况，本人承诺将采取以下措施解决：（1）停止生产或经营构成竞争或可能构成竞争的产品和业务；（2）以转让或委托经营的方式将相竞争的业务集中到公司经营；（3）向无关联关系的第三方转让该业务。

4、本人将忠实履行上述承诺，若本人违反上述承诺，将依法承担赔偿责任。

5、本承诺函在本人作为公司董事/监事/高级管理人员期间内持续有效。”

（3）公司实际控制人关于保持公司资产、人员、财务、机构和业务独立的承诺

“（一）保证公司人员独立

1、保证公司的高级管理人员均专职在公司任职并领取薪酬，不在本人及控制的其他企业担任除董事、监事以外的职务；

2、保证公司的劳动、人事及薪酬管理与本人及控制的其他企业之间完全独立；

3、保证本人向公司推荐董事、监事和高级管理人员的人选均通过合法程序进行，不干预公司董事会和股东大会行使职权作出人事任免决定。

（二）保证公司资产独立完整

1、保证公司及其控制的企业具有与经营有关的业务体系和独立完整的资产；

2、除正常经营性往来外，保证公司不存在资金、资产和其他资源被本人及控制的其他企业违规占用的情形；

3、保证公司及其控制的企业与本人及控制的其他企业之间在办公机构和生产经营场所等方面完全分开。

（三）保证公司财务独立

1、保证公司及其控制的企业建立独立的财务部门和独立的财务核算体系，具有规范、独立的财务会计制度；

2、保证公司及其控制的企业独立在银行开户，不与本人及控制的其他企业共用银行账户；

3、保证公司及其控制的企业的财务人员不在本人及控制的其他企业处兼职；

4、保证公司及其控制的企业依法独立纳税；

5、保证公司及其控制的企业能够独立作出财务决策，本人及控制的其他企业不干预公司的资金使用。

（四）保证公司机构独立

1、保证公司及其控制的企业建立健全法人治理结构，拥有独立、完整的组织机构；

2、保证公司及其控制的企业独立自主地运作，本人不会超越股东大会直接或间接干预公司的决策和经营。

（五）保证公司业务独立

1、保证公司的业务独立于本人及控制的其他企业；

2、保证公司拥有独立开展经营活动的资产、人员、资质和能力，具有面向市场独立自主持续经营的能力；

3、保证本人及控制的其他企业不对公司的业务活动进行不正当干预；

4、保证本人及控制的其他企业避免从事与公司具有实质性竞争的业务；

5、保证尽量减少、避免本人及控制的其他企业与公司的关联交易；在进行确有必要且无法避免的关联交易时，保证按市场化原则和公允价格进行公平操作，并按相关法律法规以及规范性文件 and 公司章程的规定履行交易程序及信息披露义务。”

（4）公司实际控制人关于员工缴纳社会保险及住房公积金相关事项的承诺

“如因公司在本次挂牌前违反社会保险、住房公积金相关法律、法规、政策规定，未及时、足额为全体员工缴纳各项社会保险及住房公积金，导致公司被行政主管机关要求补缴社会保险金或住房公积金，或者被行政主管机关进行处罚，或者有关人员向公司追索，本人将全额承担该部分补缴、被处罚或被追索的支出及费用，且在承担前述费用后不向公司追偿，保证公司不会因此遭受任何损失。”

（5）公司实际控制人及其控制的长沙英瑞、直接持股的董事、高级管理人员关于自愿限售的承诺

上述主体承诺所持股份自股权登记日（2024年6月6日）的次日起至完成股票发行并在北京证券交易所上市之日，或公开发行并在北交所上市事项终止之日期间自愿限售。

（6）公司股东前海方舟、方舟郑州、前海淮泽、方舟青岛和齐鲁前海关于取得股份限售的承诺

“本承诺人所持英氏控股股份自取得之日起 12 个月内不得转让。”

(7) 公司股东可孚医疗关于取得股份限售的承诺

“本承诺人所持英氏控股股份自取得之日起 12 个月内不得转让。”

十、 其他事项

无。

第五节 业务和技术

一、 发行人主营业务、主要产品或服务情况

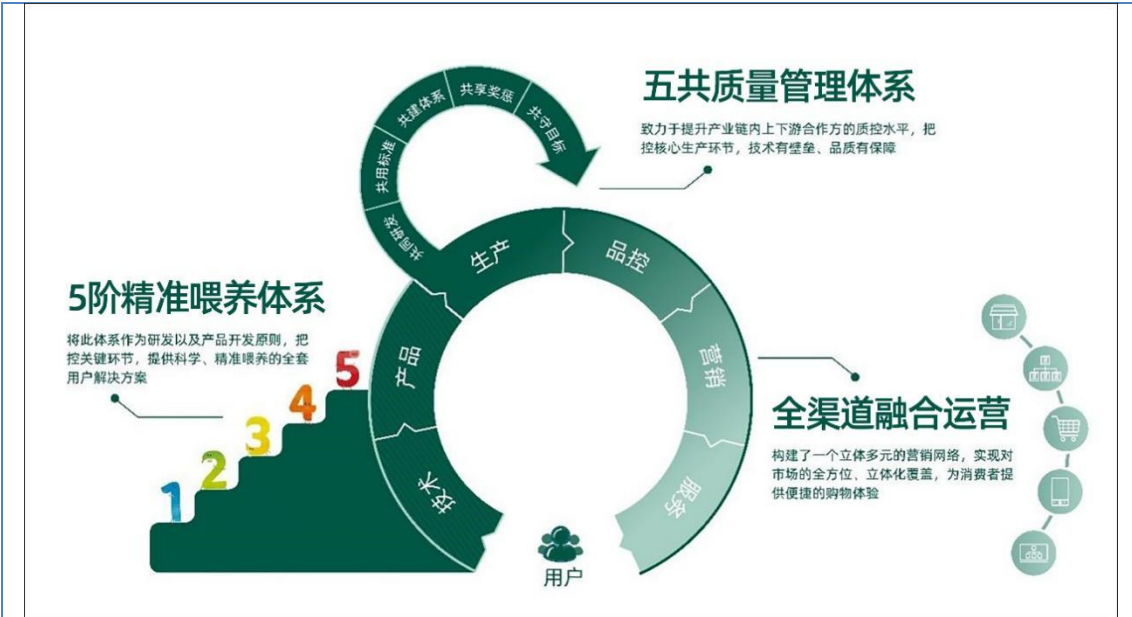
（一）主营业务、主要产品或服务的基本情况

1、主营业务情况

公司是一家贯彻“健康中国”理念，以满足中国婴幼儿的营养照护需求为核心，婴童食品及婴幼儿卫生用品两大业务板块协同发展的综合性、大型母婴产品研发、生产及运营企业。公司是国内婴幼儿辅食行业的龙头企业。

婴幼儿辅食是特殊膳食，婴幼儿辅食行业是国家健康产业的重要组成部分。作为人类生命早期营养和食物的重要来源，辅食的科学添加及产品的质量安全对婴幼儿的生长发育具有重要意义。根据中国营养学会发布的《中国居民膳食指南》和国家卫生健康委发布的《婴幼儿喂养健康教育核心信息》、《婴幼儿营养喂养评估服务指南》，6月龄后的婴幼儿仅靠母乳已无法满足其能量和营养素需求，必须在继续母乳喂养的基础上添加辅食。根据中共中央、国务院发布并实施的《“健康中国2030”规划纲要》，到2030年要建立起体系完整、结构优化的健康产业体系，形成一批具有较强创新能力和国际竞争力的大型企业；制定实施国民营养计划，全面普及膳食营养知识，发布适合不同人群特点的膳食指南，引导居民形成科学的膳食习惯；建立健全居民营养监测制度，对重点区域、重点人群实施营养干预，重点解决微量营养素缺乏等问题。适时科学添加健康辅食对于我国婴儿生长发育、神经心理行为发育、消化系统发育、骨骼运动发育起到重要作用。作为“健康中国”战略的践行者，公司主营业务聚焦儿童早期发展、促进婴幼儿营养改善领域，通过专业化运营，为健康产业政策尽快落地贡献力量。公司的“英氏”品牌已成为我国行业知名度高、技术实力领先、行业影响力大的国民辅食品牌。公司结合消费者不断迭代的个性化与多元化需求，着力推进多品牌、全品类的产品策略。“英氏”品牌辅食、“舒比奇”婴幼儿卫生用品、“忆小口”儿童食品和“伟灵格”营养食品，共同构建起了满足我国0-12岁婴童健康喂养和照护的全方面品牌及产品矩阵。

公司是“湖南省省级企业技术中心”“博士后创新创业实验基地”“湖南省产融合作制造业重点企业”，是“十四五”国家重点研发计划-“食品营养与安全关键技术研发”项目的参与单位之一。公司与多家科研院所和高校建立了联合研发关系，并长期跟踪生理学、营养学、医学等学科的前沿学术发现。在此基础上，公司经过长期的研究实践，构建和完善了“5阶+五共+全渠道融合”的商业模式，打造了企业的核心竞争力和长期竞争优势，实现了国内婴幼儿辅食行业市场份额第一和业绩的可持续增长。



作为我国辅食分阶喂养的倡导者和先行者，公司长期致力于婴幼儿辅食添加的科学性、合理性研究，独创的“科学 5 阶精准喂养体系”，从生理、营养和感知力发育三个维度，以婴幼儿成长的重要生命体征信号为核心，以婴幼儿成长的五个关键节点“坐”“咬”“爬”“站”“走”作为辅食分阶变化的标志，指导消费者科学育儿，为万千中国家庭带来了更加精准、便捷、科学、高效的婴幼儿喂养解决方案。



公司持续推动技术创新与品质管理，“科学 5 阶精准喂养体系”作为一种科学的产品研发思路，助力了公司的技术创新、产品开发与升级。“英氏”婴幼儿辅食作为民族品牌的代表，积累了广泛的品牌认知度与消费者美誉度，目前已超过一众国际知名品牌，在国内的辅食市场份额连续三年排名第一。根据北京大学国家发展研究院发布的《中国线上消费品牌指数（2023-2025）》，在反映品牌质量的“全球品牌中国线上 500 强”中，“英氏”是其中唯一的辅食品牌。中华商标协会 2025 年 9 月核准“英氏”品牌为知名商标品牌 AAA 级。根据艾

瑞咨询估计，在中国婴幼儿辅食市场份额排名中，“英氏”在 2022 年排名第一。根据 CIC 灼识咨询估计，“英氏”的市场份额在 2023 年、2024 年居于行业首位。

在质量管理方面，公司结合自有工厂生产经验和对供应链的管理实践，提炼和开发出了“共同研发、共用标准、共建体系、共享奖惩、共守目标”的“五共质量管理体系”，向供应链输出完善的作业规范及严格、科学的质控标准，提升产业上下游合作方的生产管理水平，既为“英氏”品牌提供了稳定的产品质量保障，也为整个婴幼儿食品行业输送了产业质量标准模板，助力行业高质量发展。“五共质量管理体系”入围了国家市场监督管理总局《2024 年企业首席质量官质量变革创新入围案例名单》。

公司坚持全渠道融合发展，形成了以线下直营渠道与经销渠道，线上自营店铺、电商平台、分销渠道相结合的立体多元的营销网络，实现了对全国 31 个省市自治区的全面市场覆盖，并借助发达的快递物流体系，使产品高效触达千家万户。公司为满足我国婴童家庭多样化、精细化的喂养需求和宣贯公司科学分阶的喂养理念提供了高效与便利的场景。

2、主要产品的基本情况

公司的产品根据用途、产品功能、适用年龄等，分为婴幼儿辅食、婴幼儿卫生用品、儿童食品和营养食品四大类。公司通过建立品牌及产品矩阵，以不同品牌及产品对应不同消费需求，实现了对各年龄段婴童需求的覆盖。

报告期内，“英氏”品牌婴幼儿辅食是公司的核心产品，是公司收入的主要来源，公司报告期各期主要产品如下：

(1) 婴幼儿辅食

公司的婴幼儿辅食产品主要包括“英氏”品牌的婴幼儿米粉、即食粥、面条、果蔬泥、佐餐油、肉制品、饼干、零食类产品，各品类产品按照“科学 5 阶精准喂养体系”，对配方、口味、形状、尺寸大小、色彩等进行开发设计，具体如下：

产品	主要产品图示	产品说明	食用场景
米粉		英氏米粉，从 1 阶强化铁过渡到 2 阶强化钙、3 阶强化锌，以满足不同阶段的营养需求；从单一谷物过渡到添加不同大小果蔬颗粒，以满足不同阶段的咀嚼锻炼需求；从原味过渡到果蔬配方、荤素搭配，以满足不同阶段婴幼儿的口味需求；产品执行婴幼儿谷类辅助食品标准，主要以东北绿色大米或有机五常大米为原料，通过淀粉酶解工艺制成；产	作为婴幼儿最早摄入的辅食，除了满足饱腹感及营养需求，还针对不同阶段婴幼儿的生理发育进行研究，专门设计产品配方，以帮助婴幼儿锻炼咀嚼、吞咽能力，平稳安全过渡到成人饮食。

		品执行婴幼儿谷类辅助食品标准。	
即食粥		英氏婴幼儿鲜汤肉粥，包括2阶牛肉胡萝卜、鸡肉香菇口味；3阶牛肉芦笋猴头菇、鳕鱼羽衣甘蓝猴头菇口味；4阶牛肉番茄鹰嘴豆、鲜虾玉米鹰嘴豆口味；从2阶强化钙、3阶补锌到4阶丰富蛋白以满足不同阶段宝宝营养需求，同时通过稀稠度和颗粒度分阶，满足不同阶段宝宝咀嚼能力锻炼需求；包装立袋成碗设计，方便外出携带；产品执行婴幼儿罐装辅助食品标准。	开袋即食满足外出进食场景需求，同时颗粒度分阶以帮助婴幼儿锻炼咀嚼、吞咽能力，平稳安全过渡到成人饮食。
面条		英氏面条，包括1阶加铁粒粒面、2阶加钙碎碎面、3阶加锌线面、4阶双蛋白彩蝶面、5阶螺旋面等；从1阶小口慢慢抿的细小颗粒面、到2阶启蒙咀嚼的碎碎面、3阶锻炼吸吮吞咽能力的10cm长面条、4阶立体耐嚼的动物造型面、5阶螺旋面，逐步帮助婴幼儿训练咀嚼能力；产品执行婴幼儿谷类辅助食品标准。	面条是婴幼儿咀嚼吞咽能力锻炼的重要辅助食品。对各阶设计不同色彩、口味、造型的产品，从味觉、嗅觉、视觉等方面逐渐提升婴幼儿的感知觉发育。
果蔬泥		英氏果蔬泥，包括1阶玉米泥、西梅系列果泥，2阶多种水果复合果泥，3阶谷物果泥；从1阶简单口味，过渡到2阶多种水果搭配，再到3阶添加谷物，以满足不同阶段婴幼儿的口味及营养需求；产品执行婴幼儿罐装辅助食品标准。	果蔬泥是婴幼儿水果、蔬菜类食物的主要来源，可补充膳食纤维，帮助宝宝婴幼儿肠胃蠕动，促进消化，缓解常见的便秘问题。

佐餐油		英氏佐餐油，包括有机核桃油、有机山核桃油、有机亚麻籽油、有机牛油果油等；选用优质有机原料或进口原料，通过低温物理冷榨工艺制成；采用滴管设计，精准控量，生产过程充氮锁鲜，产品安全新鲜。	补充婴幼儿生长发育所需的不饱和脂肪酸，有助于维生素 A 和其他脂溶性维生素的吸收。
肉制品		英氏肉制品，包括 1 阶肝粉、2 阶无调味猪肉酥和牛肉酥、4 阶芝麻海苔猪肉酥和牛肉酥；从 1 阶肝粉过渡到 2 阶和 4 阶肉酥，以满足不同阶段婴幼儿对铁及肉制品的营养需求；从 2 阶无调味过渡到 4 阶复合口味，以满足不同阶段婴幼儿的口味需求；肝粉产品执行婴幼儿粉状（非谷物）辅助食品或婴幼儿粉状辅助食品（非谷类）标准；肉酥产品执行婴幼儿肉酥（肉松）标准。	6 月龄以上婴幼儿应添加富含铁的食物。肝粉采用铁含量较高的动物肝脏为主要原料，其所含的铁易于被人体吸收利用，是铁的优质来源。肉酥是宝宝肉制品补充的重要来源，选用优质动物蛋白和植物蛋白，以满足婴幼儿辅食添加逐步多样化的营养需求。
饼干类		英氏饼干类，包括磨牙棒、米饼、饼干、小小馒头、炭烧棒等；从可满手抓握的 1 阶波浪形磨牙棒（含防掉型）、泰国茉莉香米米饼，过渡到可锻炼精细动作的 2 阶泡泡饼干及点赞饼干、蟹田大米米饼，再到可锻炼手眼协调能力的 3 阶松脆米饼，4 阶小小馒头等，最终到 5 阶华夫脆饼干及炭烧棒等，从相对单一的形状过渡到多种造型，以满足不同阶段的婴幼儿生理需求；从单一口味过渡到复合果蔬口味，以满足不同阶段的婴幼儿口味需求；产品执行婴幼儿谷类辅助食品标准。	磨牙棒硬韧不易断，长条形易于抓握，可满足 6 月龄以上婴幼儿吮吸或啃咬的需求，还能缓解出牙期间的牙龈不适。米饼是适合婴幼儿的低敏健康食品。1、2 阶米饼形状大小锻炼满手抓握；3、4 阶米饼丰富口味，帮助增加进食乐趣。多种造型、多种质地结构的饼干，在补充基础营养的同时，可帮助宝宝锻炼咀嚼能力及精细动作，帮助认知图案形状，尝试社交分享。

零食类		英氏零食类，包括 2 阶单一口味小鱼泡芙、DHA 牛奶溶溶豆等，3 阶复合口味小鱼泡芙、益生菌水果溶溶豆、五彩嘟嘟泡芙等，4 阶钙奶黑米谷物棒等，5 阶婴幼儿爆米花等；从 2 阶单一口味过渡到 3 至 5 阶复合口味，以满足不同阶段婴幼儿的口味需求，从 2 阶、3 阶化口性好的泡芙、溶溶豆，过渡到 4 阶、5 阶质地疏松、不易卡喉的谷物棒、爆米花等，以满足不同阶段婴幼儿的生理需求；产品执行婴幼儿谷类辅助食品标准。	英氏零食类辅食造型多样、色彩及口味丰富、化口性好，丰富了婴幼儿食物形态；产品原材料为天然谷物、果蔬，口感清淡自然；可用于婴幼儿自主练习手指拿捏并放入口中，锻炼手眼协调能力和提高手部精细运动能力。

(2) 婴幼儿卫生用品

公司的婴幼儿卫生用品主要为“舒比奇”品牌的成长裤、纸尿裤等产品，具体如下：

产品	主要产品图示	产品说明
成长裤		以纺织纤维、吸水高分子、粘合剂、橡筋等为主要原料，基于外防内护与医研共创理念，结合护肤精华+专利舒敏乳霜添加制成的敏感肌婴儿成长裤；产品结构采用分段式橡筋布局+弹性记忆专利结构工艺设计，具备良好的一体包裹合身性，对于爬、滚、跑动等婴幼儿学步场景有良好穿着体验。
纸尿裤		以纺织纤维、吸水高分子、粘合剂、橡筋等为主要原料，基于外防内护与医研共创理念，结合护肤精华+专利舒敏乳霜添加制成的敏感肌婴儿纸尿裤；采用一体大环腰工艺设计，腰围形成风琴式透气贴合布局。

(3) 儿童食品及营养食品

公司 2022 年推出的新品牌“忆小口”，系为满足消费者对健康儿童食品需求打造的儿童食品品牌，主要产品包括山楂系列、儿童意面、儿童肉制品、儿童饼干等产品。自品牌上市以来，公司不断加大产品开发，扩充产品品类，受到市场的广泛认可。公司营养食品为“伟灵格”品牌的益生菌、DHA、叶黄素等产品。

产品	主要产品图示	产品说明

山楂系列		1、从儿童人群饮食需降糖需求出发，通过添加不易龋齿的海藻糖、低聚异麦芽糖等，降低产品的蔗糖及总糖含量。 2、利用山楂药食同源特性，通过添加鸡内金、益生菌发酵浆、陈皮粉等，具有一定消食开胃功能。 3、从儿童人群喜好度出发，利用冲压工艺、浇筑成型、食材凝胶成型等，制作出 3D 造型的山楂棒、形状大小适宜的山楂片等产品，质地软糯适合儿童咀嚼。
儿童意面		1、针对儿童咀嚼特性，设计了专利风车造型，6-8 分钟易煮快熟，好嚼好吞咽；彩色螺旋意面以鸡蛋、南瓜粉、紫薯粉和面，彩色面体增加食欲，熟制后易咬断。 2、控盐、控油酱包设计，意式肉酱、番茄牛肉酱、芝士土豆酱，以儿童喜爱的番茄打底，酸甜可口。 添加芝士海苔营养包，芝士、海苔鲜香调味，同时补充钙铁锌等营养。
儿童肉制品		包含儿童鳕鱼肠、肉肠、午餐肉、牛肉棒，产品从儿童需要摄入优质蛋白食物出发，选用优质动物蛋白为主要原料，采用减盐配方，通过软罐头杀菌工艺，让产品在不添加防腐剂的情况下能常温贮存。
儿童饼干		1、不采用香精、色素，通过精选食材搭配，以鲜鸡蛋和面，酥松可口，新西兰进口黄油加冻干果蔬粉，保留食材自然营养与本味，满足儿童健康和美味需求。 2、通过设备创新，摆脱传统滚轮模具成型工艺，以生动造型增加食用趣味。
营养食品		包含 DHA 藻油凝胶糖果、复合益生菌粉、叶黄素酯复合果蔬饮品、钙系列复合运动营养钙铁锌（饮）、钙维生素 D（凝胶糖果）、多维营养素片等，为大脑、肠道、视力、骨骼提供所需营养。

3、主营业务收入的主要构成

(1) 按产品种类划分

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
婴幼儿辅食	86,373.85	76.49%	152,447.77	77.40%	144,533.55	82.35%	103,045.03	79.75%
婴幼儿卫生用品	19,267.67	17.06%	34,015.83	17.27%	25,910.26	14.76%	24,846.26	19.23%
儿童食品	6,807.83	6.03%	9,477.65	4.81%	3,649.43	2.08%	564.09	0.44%
营养食品	475.28	0.42%	1,006.98	0.51%	1,410.81	0.80%	750.38	0.58%
合计	112,924.63	100.00%	196,948.22	100.00%	175,504.04	100.00%	129,205.76	100.00%

(2) 按销售渠道划分

公司形成了线上线下相结合的销售模式，实现了对市场的全面覆盖。线上销售包括自营店铺、线上分销和平台销售模式，线下销售包括线下直营、线下经销。公司同时为其他品牌商代工生产纸尿裤、成长裤等产品。

报告期内，公司各渠道的销售情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
自营店铺	54,981.61	48.69%	91,503.87	46.46%	71,172.83	40.55%	48,521.94	37.55%
平台销售	22,148.72	19.61%	37,811.30	19.20%	36,289.33	20.68%	27,735.09	21.47%
线上分销	4,861.12	4.30%	7,928.24	4.03%	9,152.03	5.21%	6,643.68	5.14%
线上小计	81,991.45	72.61%	137,243.41	69.69%	116,614.20	66.45%	82,900.70	64.16%
线下经销	23,335.94	20.67%	45,928.70	23.32%	44,311.20	25.25%	31,291.80	24.22%
线下直营	4,343.74	3.85%	8,300.71	4.21%	8,584.66	4.89%	8,488.42	6.57%
线下小计	27,679.67	24.51%	54,229.41	27.53%	52,895.86	30.14%	39,780.22	30.79%
用品代加工	3,253.51	2.88%	5,475.39	2.78%	5,993.99	3.42%	6,524.84	5.05%
合计	112,924.63	100.00%	196,948.22	100.00%	175,504.04	100.00%	129,205.76	100.00%

(二) 主要经营模式

1、盈利模式

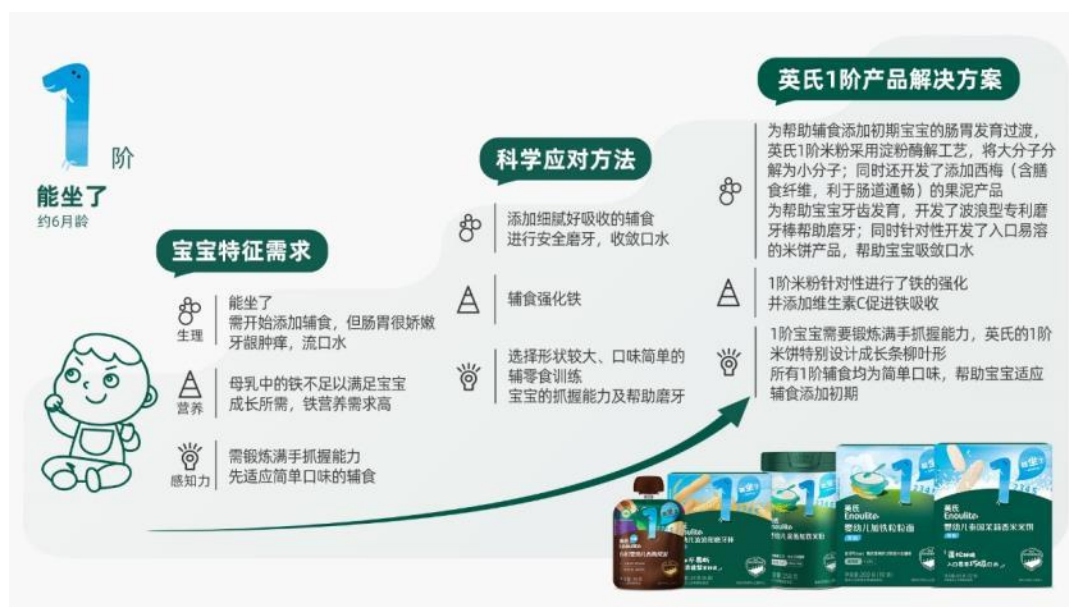
公司深入贯彻“健康中国”理念，以满足中国婴幼儿的营养照护需求为核心，通过向客

户提供婴幼儿辅食、婴幼儿卫生用品、儿童食品和营养食品产品获取收入和利润。公司以国家鼓励生育的政策推动及消费者认知提升为契机，以婴幼儿辅食为核心，为客户提供涵盖婴幼儿卫生用品、儿童食品和营养食品的婴幼儿养育多品类解决方案，持续提升盈利能力。

2、产品开发模式

（1）以“科学5阶精准喂养体系”为核心的产品开发策略

公司以婴幼儿成长的重要生命体征信号为核心，以婴幼儿成长的五个关键节点“坐”“咬”“爬”“站”“走”作为辅食分阶递进的标志，指导消费者科学育儿。对应“科学5阶精准喂养体系”，公司从营养、生理和感知力三个维度研究婴幼儿生长发育特点，结合《中国居民膳食指南（2022）》中关于7-24月龄婴幼儿喂养对蛋白、果蔬、谷物及油脂的添加指导，创新性地开发适应于不同阶段的产品，满足不同阶段婴幼儿的需求。公司“科学5阶精准喂养体系”与产品开发的对应情况如下：



2 阶

爱咬了
约7-9月龄



宝宝特征需求

- 生理** 切牙萌出 爱啃咬
- 营养** 牙齿和骨骼快速发育 对钙的需求加大
- 感知力** 需锻炼手眼协调能力 探索谷蔬果混合口味

科学应对方法

- 添加细颗粒状或细软的辅食 安全启蒙咀嚼
- 辅食强化钙
- 选择小造型零食训练宝宝 手眼协调能力 尝试谷蔬果食材搭配, 进行口味探索

英氏2阶产品解决方案

- 为帮助该阶段宝宝启蒙咀嚼, 英氏2阶米粉添加了果蔬颗粒, 还开发了细小的粒粒面、细软的碎碎面和较细的线面等2阶面条产品
- 为帮助补充钙, 2阶米粉和面条分别都进行了钙的强化, 并添加维生素D促进钙吸收
- 2阶宝宝需要锻炼手眼协调能力, 英氏专门开发设计了小造型的泡芙、溶豆等产品
- 2阶辅食开始进阶为谷蔬果复合配方以满足该阶段宝宝的口味探索



3 阶

爬得溜
约9-12月龄



宝宝特征需求

- 生理** 爱爬爱动 长出2-4颗乳牙
- 营养** 需要更充足能量
- 感知力** 需锻炼拾取拿捏能力 尝试荤素搭配食材

科学应对方法

- 添加碎块状的食物 进一步锻炼咀嚼
- 辅食强化锌, 改善食欲 提供丰富能量的食物
- 选择凹凸造型的零食训练 拾取拿捏能力 荤素搭配食材丰富口味

英氏3阶产品解决方案

- 3阶宝宝的咀嚼能力需要进阶, 英氏3阶米粉添加了较2阶产品更大的果蔬颗粒, 同时3阶面条设计为长10cm的线面, 在锻炼咀嚼的同时, 进一步训练吸吮能力
- 英氏的3阶米粉和面条分别都进行了锌的强化, 以帮助改善食欲, 防止挑食厌食
- 为帮助3阶宝宝锻炼拾取拿捏能力, 针对性设计了具有凹凸造型的泡芙和颗粒刚好合适的溶豆产品。
- 3阶辅食进阶为荤素搭配配方, 以满足口味丰富需求增加进食乐趣



4 阶

能独站
约12-18月龄



宝宝特征需求

- 生理** 能独站 乳磨牙开始萌出
- 营养** 饮食中奶的占比降低 需要通过其他食物增加蛋白质摄入
- 感知力** 需认知形状颜色、注重趣味互动和情感培养

科学应对方法

- 尝试立体块状的食物 强化咀嚼吞咽能力
- 添加含多样化蛋白质的辅食
- 选择颜色和造型丰富的食物 来培养自主进食

英氏4阶产品解决方案

- 为帮助宝宝强化咀嚼训练, 4阶设计立体造型的彩蝶面、意式贝壳面等开始具有一定嚼劲的产品
- 4阶宝宝活动范围变大, 需要提供更多蛋白质营养英氏4阶面条均为强化蛋白质的双蛋白配方
- 为帮助4阶宝宝培养自主进食能力, 英氏针对性设计了造型趣味、色彩丰富的面条和泡芙等产品





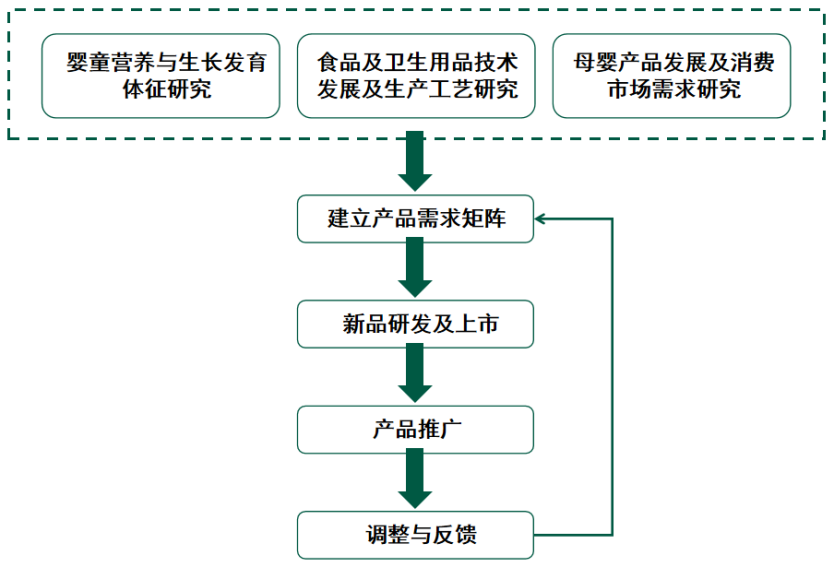
(2) 公司的产品开发模式

公司以婴幼儿生长发育过程中对食品的需求为根本, 注重产品创新, 拥有一支具有丰富专业知识和行业经验的产品研究开发团队, 主要成员在食品营养、母婴市场研究等领域深耕多年, 对中国婴童的生理发育、营养需求、生长特性和产品需求有着较为深刻的理解, 并将其充分运用在产品开发中, 科学指导公司建立起完善的产品矩阵, 强有力的新品开发组织能力是公司的核心竞争力之一。公司从婴童营养与生长发育体征、行业技术与生产工艺发展、产品更新迭代及消费市场需求三方面开展研发工作, 建立了适合中国婴幼儿及其哺喂养育人群的产品矩阵, 并通过市场反馈反哺技术创新, 不断对产品进行调整和改进, 以更好地满足消费者的需求。

公司的研发团队长期跟踪生理学、营养学、医学等学科前沿学术发现, 并与高校、科研院所展开合作, 积累婴童在不同年龄段的发育特征、营养需求, 为产品研发提供生理学、营养学、医学方面的科学依据。公司研发团队在生物活性因子筛选、原材料特性选择、婴幼儿消化吸收特性研究、产品营养功效及潜在不良因子干预等方面与高校、科研院所开展合作, 满足公司对行业重点技术和生产工艺开展前瞻性研究的需求。另一方面, 公司着力于巩固产品稳定性、安全性并发挥产品营养物质的最大效能, 全面满足婴幼儿群体的需求。公司坚持以市场需求为导向, 通过建立用户模型, 描绘用户画像, 细化消费者差异化需求, 更加精准、科学地进行新品开发。新品研发完成后, 公司组织自有工厂和受托生产商进行产品生产。公司掌握了多项婴童食品生产关键技术, 同时以“五共质量管理体系”管理受托生产商, 保障产品质量。产品上市后, 质检部门对产成品进行抽检, 追踪确保新产品质量的安全稳定。

公司通过多渠道的布局, 精准把握消费者的喂养需求, 以此反哺技术创新。公司通过电商客服记录、社交媒体监测、线下终端门店活动等方式及时了解消费者对产品的反馈和意见,

并将消费者意见反馈至产品研发团队。研发团队制定相应的策略并对产品的配方、包装、口味等方面进行调整和改进，以更好地满足消费者的需求。公司具体产品开发流程如下：



3、采购模式

公司的采购主要分为原材料采购、包材采购与委托生产品采购。公司建立了严格的供应商管理体系，对供应商和采购流程进行管理，坚持“以销定产，以产定购”的原则，实行统一采购、统一管理。

（1）原材料及包材采购

公司原材料主要包括婴幼儿辅食生产所需的粮食加工品、果蔬制品、肉制品、食品营养强化剂等；婴幼儿卫生用品生产所需的吸收物料、无纺布、氨纶等；包材采购主要为产品所需的内外包装材料。

公司优先选择一线和知名品牌产品采购，秉承质量为先的原则，综合考量供应商资质、交付保障、质量体系和交易成本，选择合适的供应商。所有原辅料供应商需经样品测试及小批量试用合格后，才能列入公司《合格供应商名录》开始采购。供应链管理部根据营销部门提报的销售需求，编制生产计划，采购部通过生产计划，结合材料库存及采购周期，编制采购计划，经批准后组织下单采购。

公司建立了严格的供应商管理体系和 SRM 供应商管理系统平台，制定了《采购控制制度》《供应商开发与管理制

（2）委托生产品采购

公司除自主生产外，存在委托生产情况。委托生产品采购具体情况详见本节“一、发行

人主营业务、主要产品或服务情况”之“(二)主要经营模式”之“4、生产模式”。

4、生产模式

公司根据自有产能以及产品开发和投放的需要,采用自主生产与委托生产相结合的方式安排生产。报告期内,公司自主生产的产品主要有婴幼儿辅食产品中的米粉和婴幼儿卫生用品中的纸尿裤、成长裤和纸尿片。部分婴幼儿辅食、儿童食品、营养食品及少量婴幼儿卫生用品,委托具有较高品控能力的企业代为生产。

(1) 自主生产

公司自主生产的产品主要为“英氏”品牌的婴幼儿米粉及“舒比奇”品牌的纸尿裤、成长裤、纸尿片。自主生产模式下,公司依靠自有技术、设备和人员组织生产。报告期内,发行人子公司江西枫树食品工厂和英氏浏阳生产基地负责婴幼儿辅食产品的生产,发行人总部用品工厂负责婴幼儿卫生用品的生产。自主生产采用以销定产的生产模式,根据市场销售订单安排生产计划。

生产过程中,公司根据生产计划进行进程控制和全面协调,依照生产计划任务安排生产,并严格执行管控流程。每月公司供应链管理部根据销售部门预估销售情况制定下月度生产任务,下达至食品及用品工厂。工厂根据原辅材料库存、成品库存和月度生产任务,制定《周计划排产表》,并将原材料需求和到货要求提交采购部,由采购部负责安排物料采购及到货,工厂各车间负责组织生产。产品完工后,成品由质检团队检验合格后入库。

(2) 委托生产

报告期内,公司委托生产的产品包括婴幼儿辅食、儿童食品、营养食品和少量婴幼儿卫生用品。

对于婴幼儿辅食和儿童食品,由于对该类产品的营养、品质、安全性的要求较高,公司产品配方定型后指导受托生产商进行生产。为保证产品质量,公司建立了“五共质量管理体系”对受托生产商进行管理,生产环节由公司提供产品配方、规格、参数指标等工艺质量标准,并对工厂从采购到成品生产中的主要环节进行全过程管控,“五共质量管理体系”的具体情况详见本招股说明书“第二节 概览”之“九、发行人自身的创新特征”。

对于蚊香液等少部分婴幼儿卫生用品和营养食品类产品,主要由公司确认产品质量后,从受托生产商处采购。

5、销售模式

公司坚持以用户为中心,全渠道融合运营,形成了以线下直营、线下经销与线上电商平台、线上自营店铺、线上分销等渠道相结合的立体多元的营销网络和渠道布局,实现了对用户的全触点营销和全渠道深度覆盖。

公司的线下渠道包括孩子王、乐友、爱婴室、小飞象、孕婴世界等专业母婴连锁渠道，以及遍布全国 31 个省市自治区的线下经销商网络。截至本招股说明书签署日，公司产品覆盖线下六万余个零售终端，包括沃尔玛、Ole’、大润发、永辉、盒马、山姆会员店等专业超市，以及美团、京东到家等渠道和众多小型母婴店、中小型超市等。线下渠道为消费者提供了更直观的购物体验，增加客户触点，进一步加快品牌市场渗透，提升品牌知名度。

线上渠道方面，公司电商运营团队经过多年实践，积累了丰富的品牌推广与销售经验，与天猫、京东、抖音、拼多多等主流电商平台建立合作关系，依托电商平台面向终端消费者。同时，公司积极把握直播电商平台的快速发展节奏，自建直播团队使品牌直播间成为产品、品牌和“5 阶科学喂养理念”宣传推广的窗口。

线上线下互相融合的营销渠道突破了品牌营销网络建设的局限性，为更多的消费者提供更优质的产品与服务，是公司报告期收入持续快速增长的重要保障。

（1）线上销售

1) 自营店铺

公司在天猫、京东、拼多多、抖音等主流 B2C 电商平台开设自营店铺，由电商部门自主运营并直接向终端消费者销售产品。电商平台主要提供互联网信息服务及相关软件、技术与运营支持，公司负责店铺运营、物流配送、销售管理及客户管理等工作。



2) 平台销售

平台销售模式下，公司客户为京东超市、天猫超市、唯品会超市等主流电商平台，电商平台根据自身订单需求向公司下达订单，由平台负责商品的销售，售后环节一般由电商平台负责与消费者对接，公司按照约定与电商平台合作方进行结算。



3) 线上分销

公司的线上分销商客户一般为在电商平台开设母婴产品专营店的主体。公司与线上分销商签署购销协议，线上分销商根据自身需要向公司采购产品，公司将货物配送至线上分销商指定收货地点，线上分销商负责产品后续的销售和服务。



(2) 线下销售

1) 线下直营

线下直营模式下，公司与客户签订年度销售协议，客户根据需要向公司下达订单需求，公司安排发货至指定门店或仓库。公司与线下直营客户一般采用月结或定期结算的方式，按照代销清单对账进行结算。



2) 线下经销

公司根据经销商的经营资质、经营规模、资信能力、商业信誉及合作意向等因素对其进行全面评估，通过评估后，公司与经销商签订年度经销合同，根据合同约定，授权经销商在指定区域内销售公司的产品，经销商根据需求向公司发出订单，公司审单通过后将产品配送至经销商指定的收货仓库，由线下经销商自行负责向客户销售。



（三）设立以来主营业务、主要产品或服务及主要经营模式的演变情况

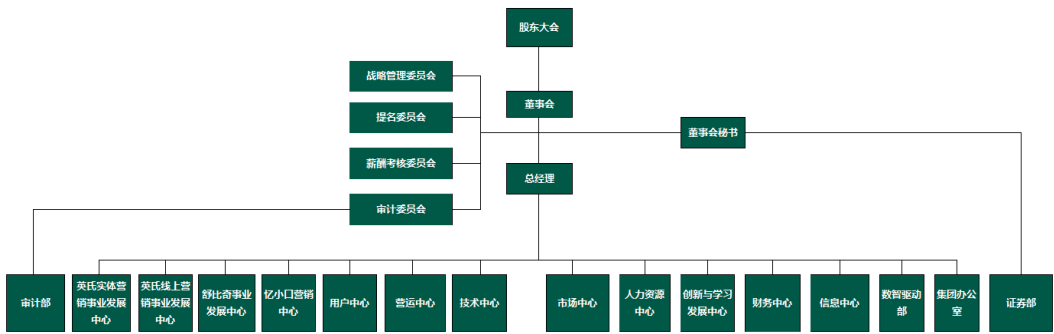
公司自设立之初即专注于深耕中国母婴行业，并逐步确立了婴童食品、用品两大主业协同发展的模式，陆续开发了婴幼儿辅食、婴幼儿卫生用品、儿童食品、营养食品等品类。2019年公司以生理学、营养学、医学的理论基础，结合我国婴童的生长发育特征，提出了“科学5阶精准喂养体系”，并同时确立了以婴幼儿辅食为核心，婴幼儿辅食、婴幼儿卫生用品、儿童食品、营养食品四大品类协同发展的战略思路。此外，公司以自有工厂体系实践和受托生产商管理实践，凭借深耕行业多年的产业技术和管理经验，搭建了“五共质量管理体系”，助推行业供应链整体能力的提升。公司凭借多年来积累的品牌口碑、产品创新能力及高效的综合服务能力，逐步建立形成了多品牌多品类的产品矩阵和线上线下全渠道覆盖的营销网络，充分满足了0-12岁婴童的营养照护需求。

截至本招股说明书签署日，发行人生产经营环境不存在发生重大不利变化的情形。

（四）组织结构、生产流程及方式

1、组织架构

截至本招股说明书签署日，公司内部组织结构如下所示：



2、公司各部门职责

公司建立了较为健全的管理机构，各职能部门分工明确，运行有效，各部门主要职责如下：

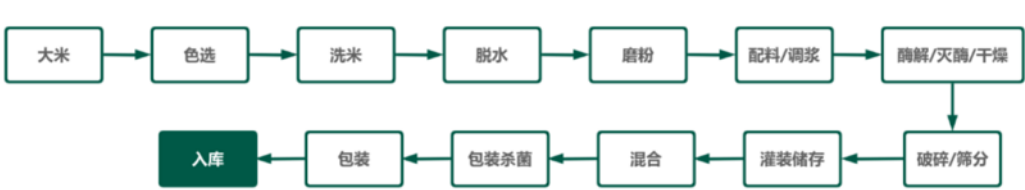
序号	部门名称	部门职责
1	英氏实体营销事业发展中心	负责公司食品在实体的渠道布局与管理、客户管理、销售目标及经营预算管理、区域销售管理、终端品牌建设与管理、销售需求计划管理等工作。
2	英氏线上营销事业发展中心	负责公司食品在货架电商渠道、兴趣电商渠道的销售布局与运营管理、销售经营预算管理、线上渠道品牌建设及用户管理、销售需求计划管理等工作。
3	舒比奇事业发展中心	负责公司舒比奇品牌产品的研发生产管理及在线上线下渠道的销售布局与运营管理、客户管理、销售经营预算管理、品牌建设及推广、销售需求计划管理等工作。

4	忆小口营销事业发展中心	负责公司忆小口品牌产品在线上各平台、线下渠道的销售布局与运营管理、客户管理、销售经营预算管理、品牌建设及推广、销售需求计划管理等工作。
5	营运中心	负责公司供应链管理、采购管理、自有食品工厂管理、受托生产商管理等运营管理工作。
6	技术中心	负责公司食品研发管理工作，包含产品可行性评估、新产品研发、已有产品优化精进、基础科研及研发知识产权建设、产品合规性及法规标准建设等工作；负责公司食品品质管理工作，确保产品质量符合法规和体系管理要求。
7	市场中心	负责公司品牌战略规划及布局、品牌建设与媒介管理、分阶管理、产品概念与上市管理、品类壮大管理等工作。
8	用户中心	负责公司用户管理及规划、全域用户运营体系及用户增值体系搭建及推进工作。
9	财务中心	负责公司财务规划、财务类制度流程管理、会计核算、税务管理、资金管理、财务分析、预算管理等工作。
10	信息中心	负责公司信息化建设规划、系统开发与运维、硬件设备管理、信息安全管理及数字化建设。
11	人力资源中心	负责公司人力资源规划、人事关系管理、公司组织架构设计及调整，承担公司招聘与培训、薪酬与绩效、员工关系与福利管理等工作，为公司的持续经营提供良好的机制与氛围。
12	创新与学习发展中心	负责公司培训规划与体系建设、学习力发展、创新力研究与促进等工作。
13	集团办公室	负责公司行政及后勤业务管理，包括食堂、宿舍、消防、卫生等，并使其运作规范化；负责公司企业文化建设、法务管理及政府关系维护等工作。
14	审计部	负责公司各内部机构、控股子公司的内部审计事务，包括但不限于日常管理审计、工作流程审计、费用稽查、生产成本审计等工作。
15	数智驱动部	负责公司数据中台搭建、数据资产管理、数据分析与预测等工作。
16	证券部	负责公司股权管理、对外信息披露、投资者关系管理、监管文件处理及与监管机构外联工作。

3、主要生产流程

报告期内，公司形成了自主生产与委托生产相结合的生产模式。公司自主生产的主要产品包括米粉、成长裤和纸尿裤，公司自主生产主要产品的生产流程图如下：

(1) 米粉



(2) 成长裤



(3) 纸尿裤



(五) 生产经营中涉及的主要环境污染物及相应处理情况

发行人及子公司主要产品不属于生态环境部《环境保护综合名录（2021 年版）》中规定的“高污染、高环境风险”产品，主要生产过程不涉及高污染物产生，因此，公司不属于重污染行业企业。报告期内，发行人及子公司生产经营中涉及环境污染的具体环节、主要污染物名称及排放量、主要处理设施及处理能力、环保投入及排污资质取得情况如下：

1、主要污染物及处理设施

(1) 英氏控股

项目	主要污染物	处理措施	处理能力	排放量达标情况
废气	生产过程中的粉尘	粉尘由筒仓式除尘器处理后处理废气通过高排气筒排放。	满足《大气污染物综合排放标准》（GB16297-1996）表2 二级标准。	达标
废水	生活废水	经隔油沉淀池 与化粪池预处理后排入市政污水管网。	满足《污水综合排放标准》（GB8978-1998）表4 三级标准。	达标
固体废弃物	生活垃圾	分类集中收集后，由当地环卫部门统一清运。	分类收集，妥善处理，符合相关规定要求。	达标
	餐厨垃圾	专用收集容器收集后由专业处置公司收集处理。		达标
	废边角料及包材	集中收集后，定期由专业公司进行处理。		达标
	危险废弃物	实验室废液在危废暂存间暂存后送有资质单位处置。		达标
噪声	生产设备运行产生的噪音	通过合理布局高噪声设备、减震、选取低噪声设备进行降噪处理。	满足《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）3 类标准，交通干线两	达标

			侧执行 4 类标准。	
(2) 江西枫树				
项目	主要污染物	处理措施	处理能力	排放量达标情况
废气	运输、投料过程中产生的粉尘	运输过程中尽量减少米袋的拖拉，避免扬尘，投料与搅拌工序上采取密闭方式，并在周边安装足够抽风机，废气经由除尘布袋收集粉尘后排放。	满足《大气污染物综合排放标准》(GB16297-1996)表 2 无组织排放监控浓度限值。	达标
	恶臭气体	对产生恶臭的区域进行加盖密封。	满足《恶臭污染物排放标准》(GB14554-93)表 1 二级排放标准。	达标
废水	洗米、磨粉等过程中产生的废水	经二级沉淀池与板框压滤机预处理后进入一体化污水处理设施，经处理后排入市政污水管网。	满足奉新县高新技术产业园污水处理厂接管标准。	达标
	生活废水	经化粪池与一体化污水处理设施处理后排入市政污水管网。		达标
固体废弃物	生活垃圾	生产经营过程中产生的其他废料及生活垃圾集中收集后，由环卫部门统一清运。	分类收集，妥善处理，符合相关规定要求。	达标
	废边角料及多余包材	生产经营过程中产生的边角料、不合格品与废弃包装物经收集后处置。		达标
	危险废弃物	实验室废液在危废暂存间暂存后送有资质单位处置。		达标
噪声	生产设备运行产生的噪音	通过合理布局高噪声设备、减震、选取低噪声设备进行降噪处理。	满足《工业企业厂界环境噪声排放标准》(GB12348-2008)3 类标准。	达标
(3) 英氏营养				
项目	主要污染物	处理措施	处理能力	排放量达标情况
废气	拆包投料粉尘	在投料口上方设置收集罩并配有集尘风机，经除尘滤芯、车间换风系统处理后排放。	满足《大气污染物综合排放标准》(GB16297-1996)表 2 二级标准。	达标
	配料筛分粉尘	经车间换风系统处理后排放。		达标
	磨米粉尘	经布袋除尘器处理后由排气筒排放。		达标
	实验废气	经碱液喷淋塔+气水分离装置+活性炭吸附装置处		达标

		理后由排气筒排放。		
废水	生活污水	食堂废水经隔油池处理、生活污水经化粪池处理后排入市政管网。	满足《污水综合排放标准》（GB8978-1996）表 4 中的三级标准、《污水排入城市下水道水质标准》（GB31962-2015）中 B 级标准。	达标
	实验废水、设备清洗废水、洗衣废水、车间清洁废水、喷淋塔废液	经厂区自建污水处理站处理后排入市政管网。		达标
固体废弃物	生活垃圾	由环卫部门统一清运。	分类收集，妥善处理，符合相关规定要求。	达标
	一般固废	暂存于一般固废仓库，集中收集后由相关单位处理。		达标
	危险废物	暂存于危险废物暂存间，定期交由有资质单位处理。		达标
噪声	生产设备	隔声、减震、消声等措施。	满足《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）3 类标准。	达标

公司主要生产婴幼儿米粉和婴幼儿卫生用品，不属于高风险、重污染行业，生产过程中产污环节少，主要是废气、废水、噪声以及固体废物等少量污染，不存在重污染情况。对于生产经营中的废气、废水，主要通过相应的环保净化装置进行污染物处理，确保排放的污染物指标符合排放标准。对于生产经营中产生的噪声，发行人通过合理布局与相应减震设备等方式进行降噪处理，确保满足《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）；对于生产过程中的固体废物，委托具有相关资质单位处理，生活垃圾委托环卫部门清运处理。

报告期内，发行人环保投资和相关费用支出情况如下所示：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
环保相关费用	52.82	69.45	42.15	59.63
环保投资	-	573.59	-	42.72
合计	52.82	643.04	42.15	102.35

报告期内，发行人的环保投入主要为环保配套设施支出。2024 年环保投资金额较大主要系当年发行人新投产浏阳生产基地，需要购置新的环保配套设备，进而导致 2024 年环保投资大幅提高。报告期内，发行人环保投入、环保相关成本费用与处理公司生产经营所产生的污染相匹配。

2、排污相关资质

截至本招股说明书签署日，发行人取得的《排污许可证》或登记情况详见本节之“四、关键资源要素”之“（二）业务资质、资格及认证证书”。

报告期内，公司在生产经营活动中遵守国家和地方有关环境保护方面法律法规的规定，未发生过环保事故，不存在因违反环境保护方面法律法规而受到行政处罚的情形。

二、 行业基本情况

（一）所属行业及确定依据

公司专业从事婴童产品的研发、生产和销售业务，主要产品为婴幼儿辅食及婴幼儿卫生用品。根据《国民经济行业分类标准》（GB/T4754-2017），公司的婴幼儿辅食业务属于制造业（分类代码：C）中的食品制造业（分类代码：C14）下的营养食品制造（分类代码：C1491）；婴幼儿卫生用品业务属于制造业（分类代码：C）中的造纸和纸制品业（分类代码：C22）下的其他纸制品制造业（分类代码：C2239）。

（二）行业主管部门、监管体制、主要法规及政策及对发行人经营发展的影响

1、行业主管部门和行业监管体制

婴幼儿辅食作为特殊膳食类食品，行业的主管部门是国家市场监督管理总局，中华人民共和国国家卫生健康委员会亦对国民健康领域进行管理；行业自律组织包括中国食品工业协会、中国营养保健食品协会婴幼儿辅食专业委员会、中国妇幼保健协会儿童营养专业委员会等。

行业主要管理部门及自律组织的职责如下：

部门名称	职能
国家市场监督管理总局	负责市场监督管理和行政执法的有关工作，起草有关法律、法规草案，制定工商行政管理规章和政策；负责起草食品安全等监督管理的法律法规草案，拟订政策规划和部门规章，推动建立落实食品安全企业主体责任，建立食品药品重大信息直报制度，并组织实施和监督检查等；负责全国质量、计量、出入境商品检验、出入境卫生检疫、出入境动植物检疫、进出口食品安全和认证认可、标准化等。
中华人民共和国国家卫生健康委员会	组织拟订国民健康政策，拟订卫生健康事业发展法律法规草案、政策、规划，制定部门规章和标准并组织实施；协调推进深化医药卫生体制改革，研究提出深化医药卫生体制改革重大方针、政策、措施的建议等。
中国食品工业协会	主要职能为研究分析食品安全、行业发展和产业安全问题；提出调整食物结构、增加食品门类、拓宽生产领域等一系列建议，为政府决策提供依据；推动食品工业科技进步、引导行业发展；与地方政府合作共建，推动食品工业特色园区发展；制订产品质量和食品安全相关标准；参与食品安全法律法规和标准体系建设；健全行业规范，加强行业自律等。
中国营养保健食品协会婴幼儿辅食专业委员会	搭建国内外婴幼儿辅食生产销售企业的交流平台，推动婴幼儿辅食相关标准完善，促进婴幼儿辅食产业健康有序发展。 发行人全资子公司英氏营养系中国营养保健食品协会婴幼儿辅食专业委员会的发起单位之一。

中国妇幼保健协会儿童营养专业委员会	完善人才培养机制，培训专业人员；促进我国妇幼保健体系的儿童营养学科的国家标准、操作规范建立；制定儿童营养领域的诊治指南，专业学科标准、行业操作规范；实行行业规范及儿童营养大数据管理；促进并推广儿童营养管理流程和相关软件；组织并开展儿童营养领域的各项学术交流；促进国际间的学术交流与合作；对下级学组进行指导和服务等。
中国营养学会	举办营养科学和技术领域的学术交流活动；开展科普工作；开展营养科学领域的继续教育和技术培训；开展营养科学领域的国际学术交流与合作；承担政府委托职能及承办委托任务；积极开展科技咨询服务、技术研发、技术转让，促进科技成果转化、推广营养科学技术成果；依法开展奖励表彰、成果鉴定和专业技术水平认证等工作等。
中国造纸协会生活用纸专业委员会	加强生活用纸及吸收性卫生用品行业自律，在企业与政府部门之间起桥梁和纽带作用，组织领导生活用纸方面的学术及技术交流，建立生活用纸行业数据库和信息网，强化与海外同行业的联系，提供国内外生活用纸发展的技术、经济和市场信息等。

2、行业主要法律法规及产业政策

（1）婴幼儿辅食行业主要法律法规及产业政策

时间	部门	政策法规名称	具体内容
2025 年	国家卫生健康委	《婴幼儿营养喂养评估服务指南（试行）》	为进一步加强婴幼儿营养喂养评估服务，提高服务可及性和规范性，提升儿童营养和健康状况，降低贫血率、生长迟缓率，减少超重肥胖的发生，努力实现《中国儿童发展纲要（2021-2030 年）》相关目标。
2024 年	国务院办公厅	《关于加快完善生育支持政策体系推动建设生育友好型社会的若干措施》	普及科学育儿知识与技能，改善婴幼儿营养状况，大力推进儿童早期发展工作。
2024 年	国家卫生健康委	《婴幼儿早期发展服务指南（试行）》	大力推进儿童早期发展工作，贯彻落实有关工作要求，进一步加强婴幼儿早期发展服务，提高科学性和可及性。
2022 年	国家卫生健康委	《“十四五”国民健康规划	促进儿童和青少年健康。实施母乳喂养促进行动，开展婴幼儿养育专业指导，加强婴幼儿辅食添加指导，实施学龄前儿童营养改善计划，降低儿童贫血患病率和生长迟缓率。实施健康儿童行动提升计划，完善儿童健康服务网络，建设儿童友好医院，加强儿科建设，推动儿童保健门诊标准化、规范化建设，加强儿童保健和医疗服务。
2022 年	国家市场监督管理总局	《食品生产许可审查通则（2022 版）》	为了加强食品生产许可管理，规范食品生产许可审查工作。
2022 年	人口监测与家庭发展司	《关于进一步完善和落实积极生育支持措施的指导意见》	提高儿童健康服务质量、提高家庭婴幼儿照顾能力。
2022 年	国家市场监督管理总局	《食品生产企业风险分级管理办法》（征求意见稿）	推进食品生产企业食品安全风险分级与信用风险分类管理，优化监管资源配置，提升监管效能。

			婴幼儿辅助食品等专供特定人群主辅食品等高风险食品的生产企业静态风险等级较高为IV档。
2021 年	国务院	《中国儿童发展纲要（2021-2030）》	关注儿童生命早期 1000 天营养，开展孕前、孕产期营养与膳食评价指导。普及为 6 月龄以上儿童合理添加辅食的知识技能。
2021 年	全国人民代表大会常务委员会	《中华人民共和国食品安全法》（2021 修正）	对食品安全标准、食品生产经营、食品检验等作出法律规范。同时，将网购食品纳入监管范围，网络食品交易第三方应当对入网食品经营者进行实名登记，明确其食品安全管理责任；依法应当取得许可证的，还应当审查其许可证。
2021 年	妇幼健康司	《健康儿童行动提升计划（2021-2025 年）》	坚持儿童有限、共建共享、遵循儿童优先发展理念，动员全社会力量，共同保障儿童健康，为经济社会可持续发展提供健康人力资源。
2020 年	国家卫生健康委	《婴幼儿辅食添加营养指南》	对重点人群提供科学合理的膳食指导，也对人群可能存在的营养素缺乏提供评估和筛查手段，充分体现了标准研制过程中以人群营养健康需求为中心、以提高人群健康水平为出发点的指导思想。
2020 年	妇幼健康司	《婴幼儿喂养健康教育核心信息》	向父母、养育人和社会公众传播婴幼儿科学喂养的重要意义，普及喂养知识和技能，改善儿童营养状况。
2020 年	健康中国行动推进委员会	《推进实施健康中国行动 2020 年工作计划》	持续推进营养健康标准体系建设，制定食品安全基础上的食品营养相关标准。修订完善预包装食品营养标签通则和包装管理，及时掌握上市食品规范标示情况；启动实施母婴安全提升行动计划、健康儿童行动提升计划。
2019 年	国务院办公厅	《国务院办公厅关于促进 3 岁以下婴幼儿照护服务发展的指导意见》	坚持以人民为中心的发展思想，以需求和问题为导向，推进供给侧结构性改革，建立完善促进婴幼儿照护服务发展的政策法规体系、标准规范体系和服务供给体系，充分调动社会力量积极性，多种形式开展婴幼儿照护服务，逐步满足人民群众对婴幼儿照护服务的需求，促进婴幼儿健康成长、广大家庭和谐幸福、经济社会持续发展。
2019 年	健康中国行动推进委员会	《健康中国行动（2019-2030 年）》	通过普及健康知识、参与健康行动、提供健康服务与延长健康寿命等路径，达到 2030 年全民健康素养水平大幅提升，健康生活方式基本普及，居民主要健康影响因素得到有效控制，实现《“健康中国 2030”规划纲要》有关目标。
2019 年	中华人民共和国国务院	《中华人民共和国食品安全法实施条例》	细化了生产经营者主体责任、政府监管职责和问责措施，依法按程序加大对违法违规企业及其法定代表人等相关责任人的处罚力度，并完善了食品安全标准、风险监测等制度，确保食品安全，维护人民健康。
2019 年	中共中央、国务院	《关于深化改革加强食品安全工作的意见》	严把食品加工质量安全关，实行生产企业食品安全风险分级管理；严把流通销售质量安全关，建立覆盖基地贮藏、物流配送、市场批发、销售终端全链条的冷链配送系统；建立食品安全追溯体系，食品生产企业对其产品追溯负责。

2018 年	国家市场监督管理总局	《关于进一步加强婴幼儿谷类辅助食品监管的规定》	规范婴幼儿谷类辅助食品生产经营行为，落实生产经营者主体责任，加强监管，防范风险，严惩违法违规，保障婴幼儿食品安全。
2018 年	全国人民代表大会常务委员会	《中华人民共和国产品质量法》（2018 修正）	加强对产品质量的监督管理，提高产品质量水平，明确产品质量责任，保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序。
2017 年	国家食品药品监督管理总局	《婴幼儿辅助食品生产许可审查细则（2017 版）》	做好婴幼儿辅助食品生产许可审查工作，规范婴幼儿辅助食品生产加工活动。
2017 年	国家食品药品监督管理总局	《关于食品生产经营企业建立食品安全追溯体系的若干规定》	要求食品生产经营企业要建立食品安全追溯体系，客观、有效、真实地记录和保存食品质量安全信息，实现食品质量安全顺向可追溯、逆向可溯源、风险可管控，发生质量安全问题时产品可召回、原因可查清、责任可追究，切实落实质量安全主体责任，保障食品质量安全。
2017 年	中华人民共和国国家发展和改革委员会、中华人民共和国工业和信息化部	《关于促进食品工业健康发展的指导意见》	改善供给结构，提高供给质量，支持发展养生保健食品，进一步健全标准体系，提升产品品质，引导企业增强品牌意识，鼓励食品企业加强品牌建设，夯实品牌发展基础，提升产品附加值和软实力，打造百年食品品牌，加强与大型电商品牌对接，拓宽销售渠道等。
2017 年	国家食品药品监督管理总局	《食品经营许可管理办法》（2017 年修订）	明确了食品流通许可证的申请与受理、审查与批准、许可的变更及注销、许可证的管理、监督检查等具体标准和管理方法及措施。

（2）婴幼儿卫生用品行业主要法律法规及产业政策

时间	部门	法律法规名称	具体内容
2018 年	全国人民代表大会常务委员会	《中华人民共和国产品质量法》（2018 修正）	加强对产品质量的监督管理，提高产品质量水平，明确产品质量责任，保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序。
2017 年	国家卫生和计划生育委员会	《消毒管理办法》	消毒剂、消毒器械和卫生用品生产企业取得工商行政管理部门颁发的营业执照后，还应当取得所在地省级卫生计生行政部门发放的卫生许可证，方可从事消毒产品的生产。
2017 年	国家卫生部	《卫生行政许可管理办法》	卫生行政许可是卫生行政部门根据公民、法人或者其他组织的申请，按照卫生法律、法规、规章和卫生标准、规范进行审查，准予其从事与卫生管理有关的特定活动的行为。
2014 年	国家卫生和计划生育委员会	《消毒产品卫生安全评价规定》	进一步深化卫生行政审批制度改革，规范消毒产品的生产经营行为，保障用于传染病防治的消毒产品的有效性、安全性。
2010 年	国家卫生部	《消毒产品生产企业卫生许可规定》	在国内从事消毒产品生产、分装的单位和个人，必须按照本规定要求申领《消毒产品生产企业卫生许可证》

此外，基于对婴幼儿营养健康及成长发育的关注，以及为“三孩”制定配套政策，近年来出台的各项涉及国民健康及鼓励生育的政策，也对婴幼儿辅食行业起到了监管及促进作用。

3、行业主要法律、法规、政策对公司经营发展的影响

婴幼儿辅食的质量安全是践行“健康中国行动”、提升中国婴幼儿科学喂养水平、增强中国下一代人口素质的重要一环。以《中华人民共和国食品安全法》为核心的法律法规，贯穿于产业链中，为公司提升经营管理水平、提高产品研发实力提供了方向。

2017 年《关于食品生产经营企业建立食品安全追溯体系的若干规定》及《婴幼儿辅助食品生产许可审查细则（2017 版）》的实施，对辅食行业参与者提出了更高的要求。一方面，对辅食生产厂商的生产场所、设备设施、设备布局与工艺流程、人员管理、管理制度等进行了细化与补充，进一步严格了食品生产许可条件；另一方面，食品安全追溯体系的建立，要求市场参与者提升自身的信息化水平，提高全程质量安全信息的记录和管理。我国的婴幼儿辅食市场管理日益严格，有助于辅食行业规范化、高质量发展，有利于淘汰行业内研发技术实力不强、质量控制能力较弱的中小企业，促进行业良性发展。对于在行业内技术领先、产品开发能力强、市场影响力大、质量管控水平高的企业，有利于其在市场竞争中进一步巩固自身的行业地位。

在婴幼儿卫生用品方面，国家出台的行业发展政策对技术标准、分类规格等作出规范与约束，扶持和促进行业相关企业不断学习和积累先进技术经验，提升国产婴幼儿卫生用品产品和品牌的竞争力。

（三）行业的技术水平及技术特点

1、婴幼儿辅食行业的产品特性

特殊膳食食品是为满足特殊的身体或生理状况和（或）满足疾病、紊乱等状态下的特殊膳食需求，专门加工或配方的食品，包括婴幼儿配方食品、婴幼儿辅助食品、特殊医学用途配方食品和其他特殊膳食用食品等。其中，婴幼儿辅助食品，简称“辅食”，是从婴儿满 6 月龄开始，添加给婴儿的母乳之外的非乳类食物。辅食包括米粉、果蔬泥等半固体食物或细小颗粒状食物，随着婴幼儿生长逐渐过渡到软饭、软面条（片）、切成小块的水果和蔬菜等固体食物。婴幼儿是生理功能最脆弱的人群之一，辅食的添加不仅为婴幼儿提供营养，还与儿童的生理发育、牙齿萌出、消化系统对食物的适应性、手眼口协调动作发育、良好饮食习惯养成、对食物的感知、心理行为发展等密切相关。两岁以下儿童的喂养状况将会直接影响婴幼儿的营养状况，从而影响儿童的生存能力及后续发育潜能，最终关系到国家可持续发展后续优质人才的储备。因此，辅食的添加及辅食的质量对儿童生长发育以及保障我国未来的人口素质具有重要作用。婴幼儿辅食产业是国家健康产业的重要组成部分。

项目		婴幼儿成长发育特征	辅食的功能作用
生理	体格生长	婴幼儿期是人生命周期中身高体重增长最快的时期	6 月龄后，辅食可提供维持机体运转及生长发育所需的营养和能量，补充母乳中营养素的不足

	神经系统发育	出生后 2 年内是脑发育的关键时期。脑细胞增殖分化的特点是“一次性完成”，错过这一时期，将造成不可逆转的损伤	充足的营养是脑发育的物质基础，辅食能提供脑发育所需的多种营养元素
	口腔发育	吸吮、吞咽、咀嚼及其他口腔动作逐渐发育，6~10 月龄是训练婴儿咀嚼、吞咽的关键期，需要适时培养婴幼儿学习进食技能	6 月龄添加辅食后，吞咽动作才逐渐发展成熟；通过添加固体食物训练，促进咀嚼发育；通过不同月龄提供不同食物类型食物和进食技能训练，有利于儿童口腔功能发育成熟
	牙齿发育	乳牙在婴儿 6~12 月龄时开始萌出；18 个月时第一乳磨牙萌出；2 岁半至 3 岁时，全部乳牙萌出	适时添加辅食，鼓励咀嚼，有利于牙齿的萌出
	肠道菌群发育	婴儿肠道正常菌群脆弱，易受内外因素影响，导致消化功能紊乱；辅食添加后，肠道菌群会发生变化	辅食添加可以改变婴幼儿的肠道菌群环境，形成多样化、稳定的肠道菌群。肠道菌群具有辅助代谢作用，同时可合成多种维生素，促进免疫发育
	味觉发育	新生儿与生俱来喜欢甜味，4~5 月龄时表现出对咸味的偏爱，2~7 月龄婴儿可能存在味觉敏感期	在味觉敏感发育期接触多样化的味道，有助于将来接受多样化的食物
	触觉发育	婴儿口周的神经末梢较多，6 月龄内婴儿常常将东西放入口中用舌感触。触觉的发育可让儿童积累对软硬、冷热、不同材质的经验，使儿童了解周围环境以保护自己	通过添加不同材质的食物，使其与口腔的接触，使婴幼儿感受食物的温度、质地等，增强婴幼儿的触觉辨识
营养	蛋白质	婴幼儿需要维持旺盛的成长发育，需要充足的蛋白质供给，6 月龄以上的婴幼儿在母乳蛋白摄入外，需要添加辅食蛋白。蛋白质摄入不足会明显制约幼儿的生长发育	除了乳类食物为婴幼儿提供优质蛋白质外，随辅食添加的蛋类、鱼类、瘦肉等也是优质蛋白质的重要来源
	脂肪和脂肪酸	婴幼儿对脂肪的需求量较高，高能量密度脂肪的供给是婴幼儿生长发育所必需，也是适应婴幼儿胃肠道功能及渗透压的最佳选择	亚油酸和 α -亚麻酸是人体需要而不能自身合成、必须依赖外界食物提供的脂肪酸，需要由辅食添加提供
	碳水化合物	膳食纤维等碳水化合物具有较强的生理功能，刺激肠道蠕动，促进肠道菌群的生长繁殖	通过谷类、薯类辅食的添加，增加膳食纤维的摄入；随着婴幼儿食物种类和膳食构成逐渐成人化，碳水化合物成为能量的最主要来源。此外，应限制蔗糖和其他添加糖的摄入
	钙	婴幼儿脱离纯母乳喂养后，钙的辅食摄入量增加；幼儿骨骼中的钙每 1~2 年更新一次，加上体格生长对钙沉积的需要，缺钙可导致骨骼钙化不良，生长迟缓，严重者出现骨软化和佝偻病	辅食中适当添加钙，有助于骨骼发育。但补充需要适量，否则会导致身体负荷超限，并干扰铁、锌等二价金属离子的吸收
	铁	母乳中铁含量不高，新生儿的铁储备会在 4-6 月龄耗竭，出现缺铁	婴儿所添加的第一个辅食应当是铁强化食物，如强化铁米粉；

		性贫血；幼儿期因生长较快，生长需要的血容量扩增和肌肉增加，需要较多的铁。 幼儿期的铁缺乏可造成不可逆的神经发育损伤和行为异常，及引起幼儿免疫力低下	幼儿在添加辅食时，应引入富血红素铁的食物如肉类食物
	锌	锌对幼儿体格生长、免疫、中枢神经系统发育均有重要作用。锌缺乏可造成幼儿食欲减退、生长发育迟缓、腹泻、免疫力减退，并影响认知能力。	辅食中加入锌元素，有助于预防锌缺乏
	碘	碘是甲状腺素的组分，对于维持机体的正常代谢、体格生长和脑发育极为重要。在生命早期，碘缺乏所致的生长发育障碍是不可逆的	膳食碘的来源除饮用水之外，主要是海藻等海产食品。同时，我国政策性推行碘强化食盐
	维生素 A	维生素 A 对于维持正常的视力、基因表达、生殖、胚胎发育、生长和免疫功能尤为重要。维生素 A 的缺乏，在世界范围内仍是影响幼儿健康的重要因素，是造成幼儿感染、失明，甚至死亡的重要原因之一	维生素 A 的活性形式视黄醇主要来源于动物性食物。辅食中适当添加维生素 A，可以预防维生素 A 缺乏
	维生素 C	又称抗坏血酸，水溶性维生素，机体储存较少，参与体内重要物质的合成与分解，对维持身体功能起到重要作用，同时具有抗氧化作用，可促进铁的吸收	人体不能合成维生素 C，通过辅食摄入，预防维生素 C 缺乏
	维生素 D	维生素 D 是维持幼儿血钙水平的稳定、钙在骨骼的沉积及骨骼的正常矿化过程的重要维生素，也对肌肉收缩、神经传导以及维持细胞基本功能等有重要作用。维生素 D 缺乏会引起幼儿佝偻病	婴幼儿食品中强化维生素 D 或直接补充维生素 D 是预防维生素 D 缺乏的重要措施
	B 族维生素	B 族维生素为幼儿能量代谢所必需，对维持生长发育、机体正常功能有重要作用	通过肉禽蛋奶及谷类辅食摄入，可以预防 B 族维生素缺乏
心理 行为 与感 知力	运动协调能力	婴幼儿的运动发育阶段包括抬头、翻身、坐、爬、站立、行走等大运动，也包括手的精细运动	接受辅食喂养的过程，可以使婴幼儿进一步学习自主进食所必须具备的运动协调能力。如鼓励婴幼儿手抓进食以及使用餐具，可锻炼提高其精细运动及运动协调能力的发育
	独立能力	喂养和进食是婴幼儿体验外界环境，进行社会交往的最早机会	通过辅食添加，促使婴幼儿学习自主进食，培养独立能力，增强自信心
	社会适应能力	进食是一种社会性活动。良好的喂养和进食行为的建立，需要婴幼儿与喂养者之间的良好互动，有利于儿童情绪和社会性的发展	辅食的引入，以及与家人共同进餐，使婴幼儿与父母及喂养者之间产生交流互动。辅食的喂养过程中，婴幼儿模仿成人的进食模

			式，以喂养者为榜样，学习适应社会
	健康饮食习惯	出生早期是形成食物偏好的关键期，而在婴幼儿期形成的食物偏好可持续至成年。幼儿期建立健康的食物偏好，有助于良好饮食习惯的培养。	婴幼儿通过接触食物而学习并接受食物的味道，在辅食添加期间，增加食物多样性可促进幼儿接受新食物。婴儿越早接触蔬菜，就越容易接受多样化的蔬菜。健康的饮食习惯不仅能保证婴幼儿获得充足的营养以供生长所需，而且能促进婴幼儿的心理行为发育，实现儿童身心健康成长。健康饮食习惯的培养应从小做起。

婴儿满 6 月龄时，必须在持续母乳喂养的基础上添加辅食。过晚添加辅食会增加婴幼儿能量及蛋白质、铁、锌、碘、维生素 A 等营养素缺乏的风险，进而导致营养不良和缺铁性贫血等各种营养素缺乏性疾病，并且造成长期不可逆的不良影响；此外，过晚添加辅食容易造成婴幼儿饮食行为异常和增加过敏性疾病的风险。 根据国家卫生健康委发布的《婴幼儿喂养健康教育核心信息》，婴儿 6 个月起应当添加辅食，在添加辅食基础上可继续母乳喂养至 2 岁及以上；添加辅食坚持由少量到多量、由一种到多种，引导婴儿逐步适应；6 个月至 2 岁期间逐步增加辅食添加的频次、种类，确保婴幼儿良好生长发育；逐渐调整辅食质地，满足 6 个月至 2 岁婴幼儿所需营养素和能量供给。根据《婴幼儿营养喂养评估服务指南（试行）》，养育应每日从谷薯类、豆类和坚果类、动物性食物、蛋类、含维生素 A 丰富的蔬果、其他浅色蔬果、奶类及奶制品等 7 类食物中选材给婴幼儿制作辅食，每日添加的辅食种类不少于 4 类，且至少包括 1 种富铁动物性食物、1 种蔬果和 1 种谷薯类食物。辅食添加频次应自 6 月龄往后逐步增加。 2、婴幼儿辅食行业的技术水平和特点 经过多年的发展，我国婴幼儿辅食行业的技术水平和研发能力得到了较大幅度的提升，已崛起一批具有自主研发能力且规模较大的婴幼儿辅助食品制造企业。作为全球新生人口数量最大的市场之一，我国婴幼儿辅食行业经过多年产业升级，已拥有较高的技术研发水平，能够将食品工艺学、食品营养学等领域先进的技术和研发成果应用于实际的生产经营中，以满足我国日益增长各类婴幼儿辅食市场需求。 此外，婴幼儿辅食产品直接面向终端消费者，因此完善的信息技术也是产品开发设计、供应链管理、销售及渠道管理的重要支撑。行业内领先的企业通过深入挖掘消费者需求、有效管理供应链、搭建数字化营销平台等措施，利用信息技术实现智能化生产管理及运营管理，提升企业的经营决策水平。 婴幼儿辅食行业的技术水平主要体现在生产加工工艺、质量控制措施及产品开发设计等			

方面。在生产加工工艺方面，酶解技术、冻干技术、隔氧锁鲜技术、湿法干燥技术、挤压膨化技术和快速冲调等技术在行业内得到了广泛应用，为了应对日趋严格的辅食生产规范，各厂商也不断对生产技术进行研发改进，婴幼儿辅食生产与加工技术的不断升级，不仅推动了婴幼儿辅食产品品质的提升，也更好地迎合了消费者对健康化、便捷化等多元产品的需求，驱动行业规模扩容。在质量控制方面，《婴幼儿辅助食品生产许可审查细则（2017 版）》的颁布和实施及食品安全国家标准婴幼儿辅食标准，对婴幼儿辅食生产企业在生产管理、人员素质、检验检测能力和产品质量安全等方面提出了比一般食品细分行业更高的要求，整体看来，辅食产业技术水平较一般食品更高。在产品开发设计方面，辅食产品的开发需要综合考虑婴幼儿的营养需求、生理发育特征、心理需求以及家庭照护的便捷性，高水平的产品开发能够兼顾以上各方面，更全面地满足消费者的需要。各厂商充分利用专业人才储备及对消费者需求的深入调研分析，不断提升自身产品开发能力。

3、婴幼儿卫生用品行业的技术水平及特点

婴幼儿卫生用品的产品结构一般由表层、传导层、吸收层以及底层构成，形成吸收与存储液体的核心功能。其中吸收层的芯体作为婴幼儿卫生用品的核心结构，成为技术创新重要投入部分。目前国内婴幼儿卫生用品芯体已发展至第四代的多层预制芯体，显著提升了婴幼儿用品轻薄性、透气性、柔软度、平整性等特点；其余层面则以材料创新以及复合工艺创新为主要发展方向，目标始终围绕增加舒适性以及透气性，为婴儿提供更健康、更舒适的穿戴体验。

未来婴儿卫生用品工厂会依然保持从结构和材料两方面提升产品性能以及提高产品性价比。以芯体为核心的材料与配料创新、芯体加工工艺将成为重要研发方向。从消费者端分析，不同群体消费需求差异会进一步引导厂商未来产品技术的发展方向，通过对婴幼儿卫生用品产品进行不断迭代升级，厂商为消费者的不同使用偏好打造更加个性化、定制化的婴幼儿卫生用品产品。此外，在政策以及行业监管端，由中国轻工业联合会主张制定的婴幼儿卫生用品国家标准，也在产品生产技术可行性、产品质量安全性、消费者健康方面提出更详细的要求，为未来婴幼儿卫生用品技术发展指明方向。

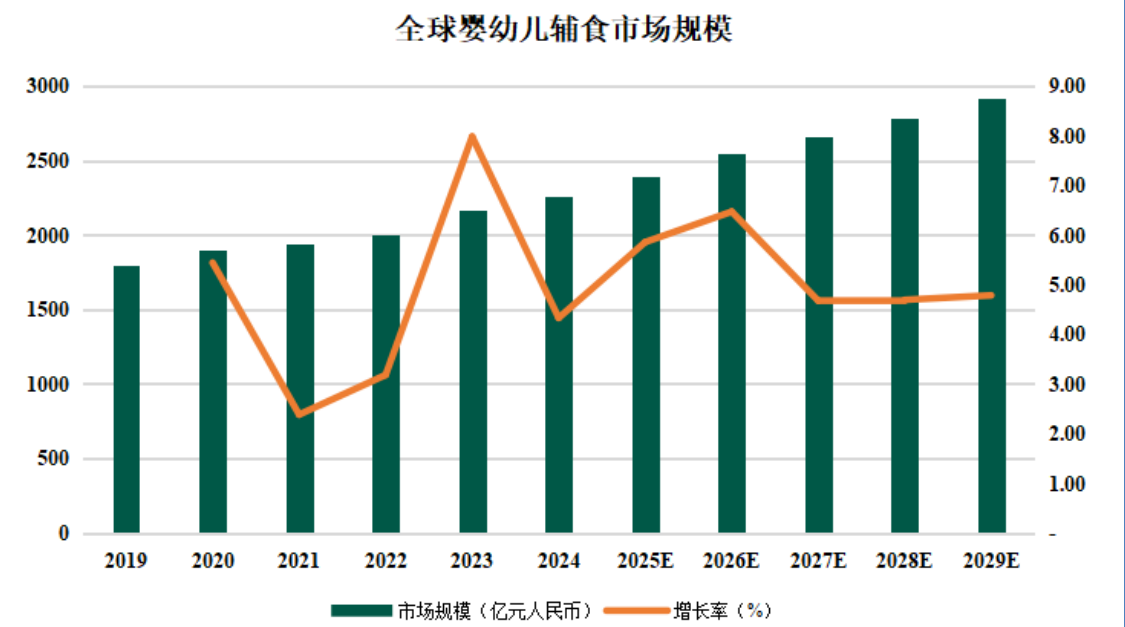
（四）行业情况及发展趋势

1、婴幼儿辅食产业发展概况和趋势

（1）全球婴幼儿辅食产业发展状况

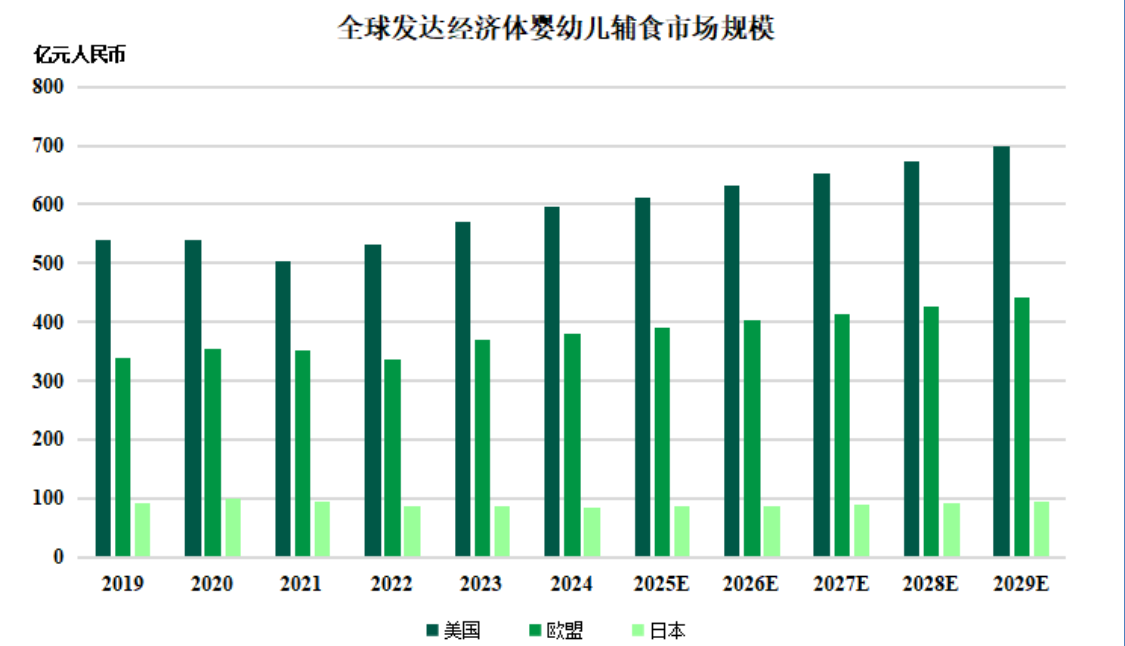
全球婴幼儿辅食行业发展至今已有 150 多年历史，经历了从家庭自制到工业化生产的发展历程。伴随全球经济的发展、居民消费能力的提升以及精细化育儿观念的普及，婴幼儿辅食行业得到长足发展；其原料来源更加多样，产品品类不断丰富，产品质量持续提升，满足了消费者对婴幼儿辅食多元化的需求，全球婴幼儿辅食市场规模也随之提升。

根据 CIC 灼识咨询的测算，全球婴幼儿辅食市场规模从 2019 年的 1,798.6 亿元人民币增长至 2024 年的 2,257.1 亿元人民币，复合增长率约 4.6%；在全球消费者付费意愿与育儿要求不断提升下，2029 年全球婴幼儿辅食市场规模有望增至 2,921.3 亿元人民币。



数据来源：CIC 灼识咨询《2024 年全球及中国婴幼儿辅食行业蓝皮书》

欧美、日本等发达国家与地区的婴幼儿辅食市场发展较为成熟，市场渗透率高，规模增速有所放缓。2024 年美国、欧盟、日本的婴幼儿辅食渗透率已达到 81%、77%和 71%。但在非洲等欠发达地区渗透率相对较低，2024 年全球婴幼儿辅食整体渗透率约为 20%，预计 2029 年能够达到 25.3%。从全球市场看，婴幼儿辅食市场仍有较大的发展空间。



数据来源：CIC 灼识咨询《2024 年全球及中国婴幼儿辅食行业蓝皮书》

(2) 我国婴幼儿辅食产业发展情况与市场规模

我国婴幼儿辅食的基础研究和发展的历史较短。我国第一代的婴幼儿辅食研制始于1954年，但受限于尚无针对婴幼儿食品标准的规定，且国内生产设备不完善、技术水平不足，婴幼儿辅食年产量较低。改革开放之后，外资品牌把婴幼儿辅食喂养的理论依据、喂养原则、生产技术及管理经验等带入中国，随后我国发布了最早一批的婴幼儿辅食相关标准。

随着我国经济的持续发展，海外品牌逐步进入我国市场，外资品牌如亨氏、嘉宝等，曾长期主导我国的婴幼儿辅食市场。近年来，众多国产婴幼儿辅食品牌涌现，如英氏、秋田满满、窝小芽、宝宝馋了等，逐渐取代了外资品牌，成为我国婴幼儿辅食市场的主导者。

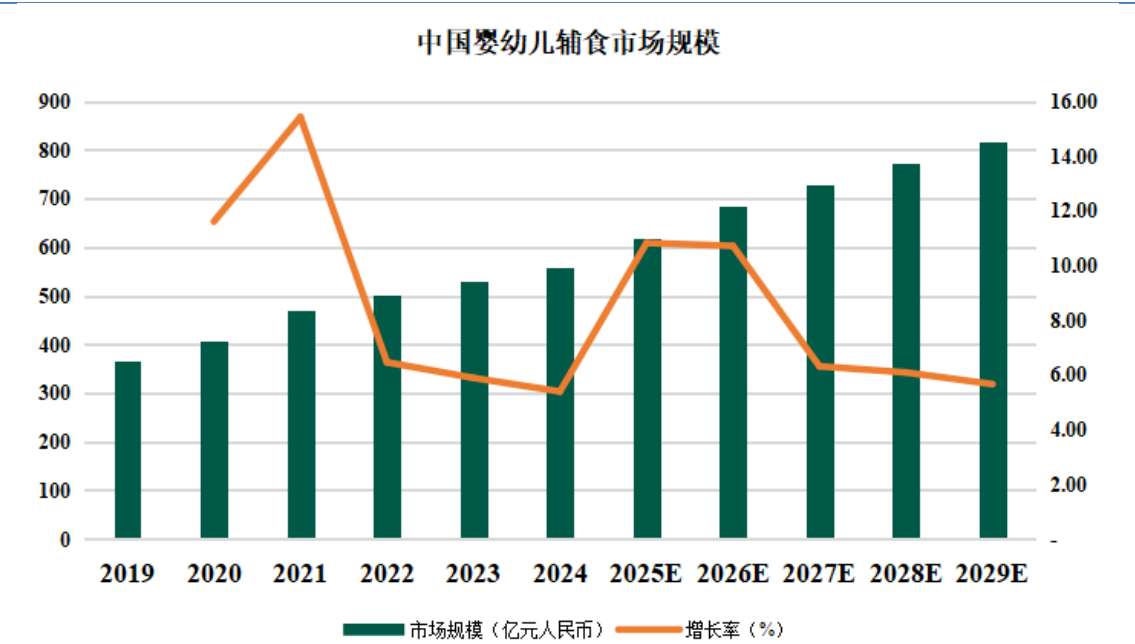
在政策支持层面，政府及相关行业机构出台了一系列政策及文件规范行业发展，其中婴幼儿谷类辅助食品及婴幼儿罐装辅助食品的食品安全国家标准，对两类辅食进行了明确定义，并从产品分类、技术要求、营养成分、污染物、微生物等方面对婴幼儿辅食产品做出了定量与定性要求，给婴幼儿辅食企业提供了详细的产品规格的参考标准，指导企业进行产品生产与检验。

在生产层面，我国通过实施《婴幼儿辅助食品生产许可审查细则》（2017版）等政策法规，细化了婴幼儿辅食产品的生产要求，包括不得以分装方式生产婴幼儿辅食、对生产区域进行划分、明确必要生产设施、提高相关人员专业度，以及对原料与供应商进行严格检查与筛选等，提升了婴幼儿辅食行业的进入门槛。

消费者引导层面，2022年中国营养学会发布《中国婴幼儿膳食指南（2022）》，从日常膳食的角度对婴幼儿辅食操作进行了详细指导，包括提出婴幼儿满6月龄开始添加辅食，引入多样化食物，以及减少添加糖和盐的使用，积极推动居民辅食喂养及科学育儿意识的提高。而中国妇幼保健协会儿童营养专业委员会主编的《中国婴幼儿辅食分阶喂养指导手册》为我国婴幼儿科学分阶喂养提供了理论支撑。

随着国家标准的进一步完善，我国辅食工厂和产业技术进一步发展，资本和人才大量涌入，品牌运作理念及操作方法升级，婴幼儿辅食产业集中度不断提高，大型企业逐渐涌现。国产婴幼儿辅食品牌通过进一步强化多品类优势和渠道运营优势，并通过对我国婴童更深入的了解和差异化的产品开发及品牌运营，成功建立了良好的品牌形象与消费者认可度，成功实现了对外资品牌地位的反超。

根据CIC灼识咨询出具的《全球及中国婴幼儿辅食行业蓝皮书》，中国婴幼儿辅食市场处于早期的高速发展阶段，2024年市场规模约559.1亿元人民币，2019-2024年复合年均增长率为8.9%。在政策支持及家长对婴幼儿精细化养育的重视下，未来5年中国婴幼儿辅食市场预计以7.9%的复合年均增长率继续增长，2029年市场规模有望达到817.5亿元人民币。



数据来源：CIC 灼识咨询《2024 年全球及中国婴幼儿辅食行业蓝皮书》

(3) 我国婴幼儿辅食市场的发展趋势

1) 我国消费者喂养方式向高端化、精细化、多品类方向转变，消费习惯向成熟市场靠拢

近年来，消费者对于辅食产品细节与婴幼儿个体差异的关注度有所提升。在营养成分外，消费者对于制作方式、宝宝进食能力培养以及特异性需求方面要求增加，开始尝试有机辅食、手指辅食、低敏辅食等产品，喂养习惯向高端化、精细化方向发展。

我国辅食市场上也呈现出各细分品类多元化和快速增长的态势。这种发展趋势丰富了市场上辅食产品供给，有助于满足不同婴幼儿和家长对于辅食产品个性化的需求。丰富的辅食产品能够激发婴幼儿对于辅食的兴趣，提升其对辅食产品的接受度，促进我国辅食产品渗透率的提升。目前，中国婴幼儿辅食产品的多元化主要体现在原料成分、包装设计，以及产品形态三大方面。在原料成分方面，辅食厂商通过在产品中添加益生菌、DHA 等营养物质，进一步丰富了婴幼儿辅食的营养价值，开发不同口味与质地的产品，丰富产品供给的多元化，同时兼顾天然成分、低食品添加剂、过敏体质等进阶需求，提供功能更为全面的产品类目；在包装设计方面，通过采用醒目颜色和图案、便携式小包装，以及滴管设计等元素，辅食产品更好地满足了不同场景下的使用需求，帮助提高市场渗透率；在产品形态方面，采用圆圈、手指、牙龈等设计的辅食产品有助于提升宝宝对辅食产品的好感与探索欲，提升对辅食的接受程度，促进其健康成长。

2) 婴幼儿辅食法规与标准体系日臻完善，但仍有细化与发展空间

《婴幼儿谷类辅助食品》和《婴幼儿罐装辅助食品》等国家标准主要针对谷物类、泥状

辅食，众多辅食品类的标准仍需进一步明确，相比欧盟、日本，我国婴幼儿辅食标准在原料、营养成分、颗粒度、污染物等方面仍有进一步细化的空间。随着新国标修订及各类标准的建设，预计我国婴幼儿辅食行业标准会逐步向国际先进水平看齐，行业体系将更加标准化、全面化，推动市场格局向头部品牌集中；同时相关指南的发布将有效引导家长系统化学习喂养知识，实现喂养教育科学化。

项目	美国	欧盟	日本	中国
主要国家标准及规则	《婴幼儿即食谷物食品规定》 《婴儿米粉中的无机砷行动水平行业指南》	《婴幼儿谷类加工食品和婴幼儿食品》 《关于婴幼儿食品、特殊医疗用途食品和控制体重代餐的条例》	《婴幼儿食品推荐性标准》	《婴幼儿谷类辅助食品》 《婴幼儿罐装辅助食品》 《辅食营养补充品》
原料要求	清洁、无污染、无寄生虫、健康的谷物以及其他	符合要求的谷物及淀粉根类食物，不含危害健康的物质	不使用经辐照处理的原料； 使用非转基因原料； 香辛料应选用低刺激、适合婴幼儿的品种	谷物及其他符合要求的材料 不使用氢化油脂 不使用经辐照处理的原料 罐装辅食不得使用香辛料
营养成分要求	明确蛋白质、脂肪、维生素、钙、钠的定量要求	明确了蛋白质、脂肪、维生素、矿物质、牛磺酸、胆碱等的大类营养素及其具体添加物的范围	钠含量外，对营养成分指标没有明确要求	明确蛋白质、脂肪、维生素、钙、钠等基本矿物质的定量要求 明确添加蔗糖、果糖、葡萄糖或葡萄糖浆的总量≤7.5g/100kcal
污染物要求	婴儿米粉中无机砷含量低于 100 μg/kg 或 100ppb； 铅含量不超过 10ppb（水果、蔬菜等）与 20ppb（婴儿干麦片）	单个品种农药在食物中的残留量不得大于 0.01mg/kg，部分农药残留量不得大于 0.003mg/kg	对铅、无机砷、汞、硝酸盐、亚硝酸盐、黄曲霉毒素、沙门氏菌、霉菌等做了限量要求 规定双酚 A、壬基酚的限定值	明确对铅、无机砷、汞、硝酸盐、亚硝酸盐、黄曲霉毒素、沙门氏菌、霉菌，镉等的限量要求

3）蓬勃发展的市场推动婴幼儿辅食产能快速提升

随着消费者对婴幼儿营养和健康的关注度不断提升，辅食作为婴幼儿饮食的重要组成部分，其市场需求日益增长，渗透率不断提升，推动企业扩大产能。另一方面，消费者逐渐倾向于为婴幼儿提供更加专业化、更具功能性及健康性的辅食，以提高喂养质量，这促进了客均消费金额的提升，也催生了对新型辅食产品的开发及产能建设的需求。由此可见，当前婴幼儿辅食市场的发展驱动力主要源于渗透率以及客均消费金额的提升，而非仅依赖婴幼儿数

量的增加。我国婴幼儿辅食产品渗透率偏低，且客均消费金额逐步上涨，进行新产能建设仍具备一定必要性。

就我国而言，2024 年我国婴幼儿辅食需求量约 29 万吨，国内产能相比需求量存在约 3 万吨的缺口，同时也存在部分产能未转化为实际产量，这些缺口全部由进口辅食产品满足。预计到 2029 年，我国婴幼儿辅食需求量将继续增长至约 37 万吨。在辅食需求量持续增长的情况下，国内厂商继续建设辅食产能有利于缩小供需缺口，提升国内辅食供给能力，满足不断增长的市场需求，并降低对进口婴幼儿辅食产品的依赖，实现进口替代，促进本土婴幼儿辅食产业的可持续发展。

4) 生产与加工技术不断升级，驱动行业规模扩容

近年来，我国婴幼儿辅食行业得到了快速发展，行业内的生产与加工技术不断升级，推动了婴幼儿辅食产品品质的提升，同时也更好地迎合消费者健康化、便捷化等多元需求，驱动行业规模扩容。我国婴幼儿辅食行业的代表性技术包括酶解技术、冻干技术、隔氧锁鲜技术、湿法干燥技术、挤压膨化技术、快速冲调技术等，这些技术迎合了婴幼儿特殊的生理体质和其对食材高质量的需求。未来随着生产工艺的不断迭代升级，新的技术也会孕育而生，为婴幼儿辅食行业的规模扩容带来技术保障。

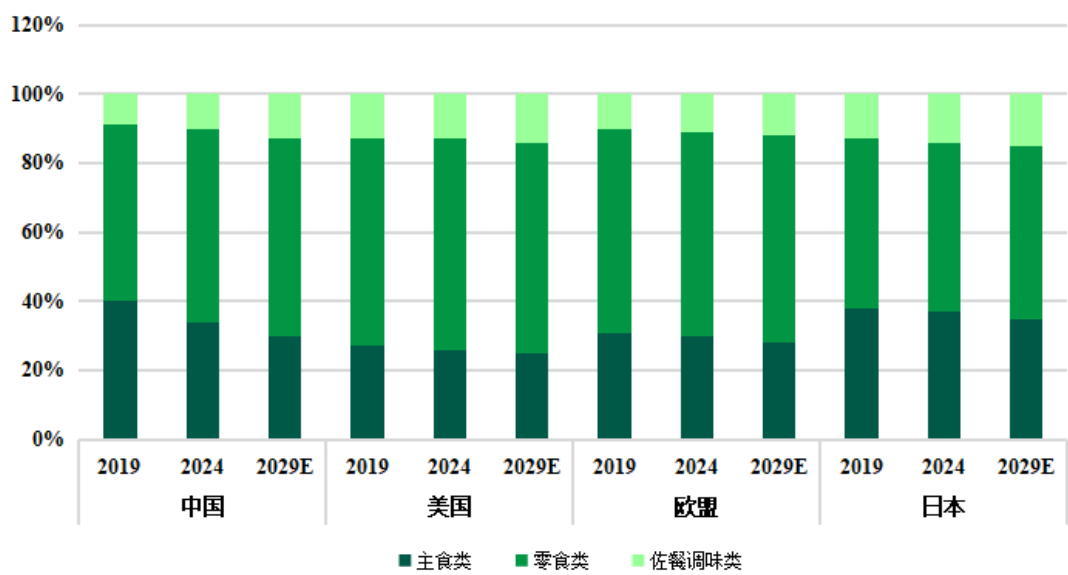
5) 我国婴幼儿辅食市场的产品结构走势与成熟市场一致

2024 年，我国婴幼儿辅食市场规模达 559.1 亿元人民币，其中以磨牙棒、饼干等品类为代表的零食类辅食占比最大，占总市场规模的约 57%；其次为以米粉、面条为代表的主食类辅食，占比达约 34%；以调味油和拌饭酱为代表的佐餐调味类辅食占比较低，2024 年仅占约 10%。

我国婴幼儿辅食市场正处于快速发展的阶段，市场仍在不断扩展和细化，同时市场教育与消费者认知仍在不断发展，因此我国婴幼儿辅食市场的产品结构仍在演变与调整。

随着家长们对健康和营养意识的提升，他们开始为婴幼儿选择更多样化、营养更加均衡的辅食产品，同时由于现代家庭的生活节奏加快，家长们对便携即食的辅食产品需求也在增加。因此，佐餐零食类辅食作为便捷性、多样化的营养选择，博得了消费者的喜爱，在市场上的占比有所提升；调料类辅食则为婴幼儿的味觉开发提供了有利条件，家长们希望通过调料类辅食为宝宝提供丰富的调味选择、加强辅食口感与营养的同时，促进宝宝的味觉发育，因此调料类辅食的市场占比也有所提升。预计未来我国婴幼儿辅食市场中主食类辅食占比降低、佐餐零食类和调料类辅食占比提升的产品结构变化趋势仍将延续，与其他成熟辅食市场的走向一致。

我国与成熟市场辅食产品结构对比情况

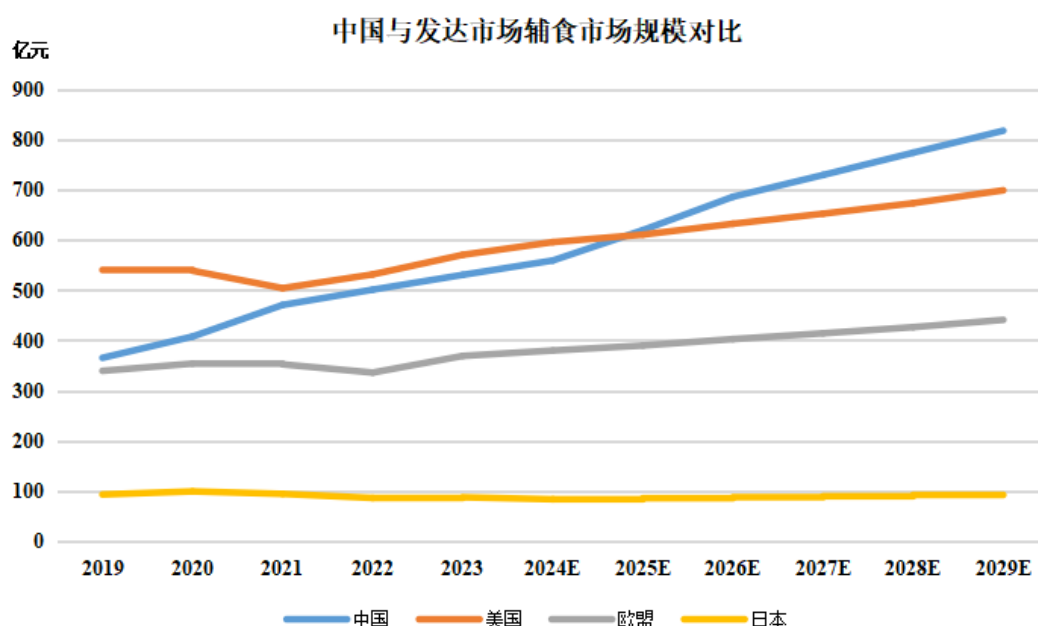


数据来源：CIC 灼识咨询《2024 年全球及中国婴幼儿辅食行业蓝皮书》

6) 我国婴幼儿辅食市场高速增长，未来我国将成为全球第一大辅食市场

在辅食市场较发达的国家，婴幼儿辅食的渗透率普遍已达到 70%-80%，而 2024 年中国婴幼儿辅食渗透率仅为 38%，相对发达市场仍有较大的上升空间。随着消费者教育持续推进，2029 年我国婴幼儿辅食渗透率预计将达 51%。

过去五年，与其他成熟辅食市场对比，我国婴幼儿辅食渗透率仍处于较低水平，但由于我国人口基数相对较大，在较低渗透率的情况下每年食用婴幼儿辅食的人数仍具有一定体量，因此我国婴幼儿辅食市场整体规模与成熟辅食市场处于同一梯队。2024 年，我国婴幼儿辅食市场规模为 559.1 亿元人民币，仅次于美国的 595.7 亿元人民币，已超越欧盟及日本辅食市场。预计到 2025 年，随着我国婴幼儿辅食渗透率的进一步提升，我国婴幼儿辅食市场规模将超越美国，届时将成为全球第一大辅食市场。



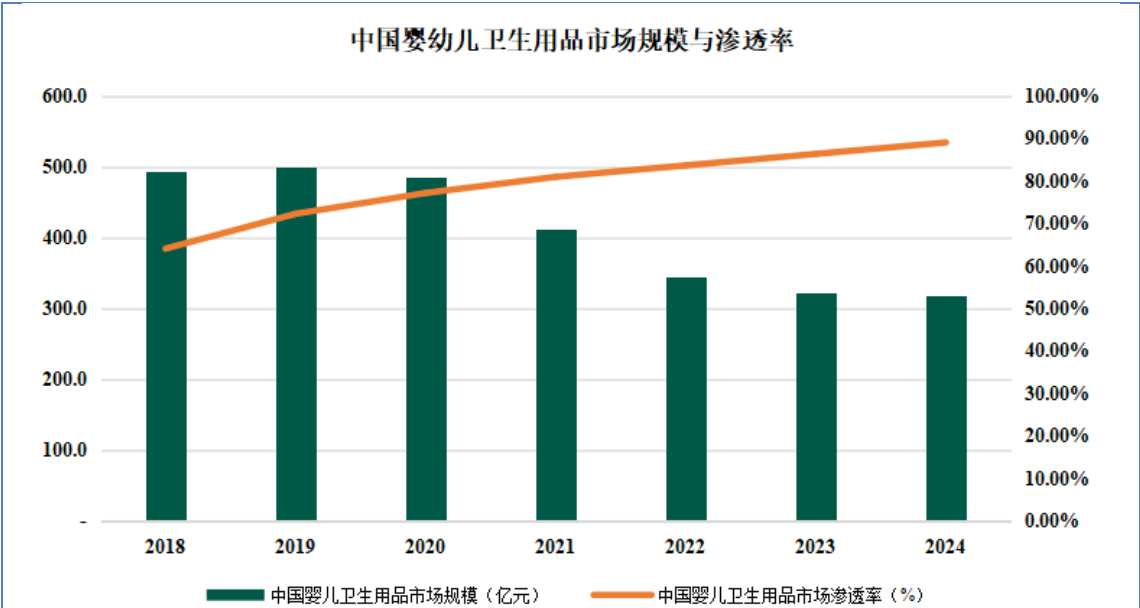
数据来源：CIC 灼识咨询《2024 年全球及中国婴幼儿辅食行业蓝皮书》

2、婴幼儿卫生用品产业发展概况和趋势

(1) 我国婴幼儿卫生用品行业的发展概况

20 世纪 90 年代，我国婴幼儿卫生用品市场开始起步，由外资厂商引入的先进技术及对消费者科学育儿理念的引导，推动了以婴幼儿纸尿裤为代表的婴幼儿卫生用品市场的快速发展。进入 21 世纪以后，随着国民消费观念的转变，健康、卫生、便捷的婴幼儿卫生用品获得消费者的青睐，国内品牌兴起了建厂热潮，国产婴幼儿卫生用品品牌实现了技术研发和产能的提升。2010 年至今，消费群体对国产品牌的信任度与认同度上升，国产品牌的崛起促使越来越多的本土自主品牌与外资品牌展开正面竞争。特别是近年来，消费者对于国产品牌的接纳度逐渐提升，中国婴幼儿卫生用品由“中国代工制造”向“中国品牌质造”的格局转变，实现了国内婴幼儿卫生用品品牌的崛起。

“三孩政策”的执行以及全国各地区鼓励生育相关政策和配套措施的逐步完善，预计我国新生儿数量依然维持较为可观水平，未来国内婴幼儿卫生用品市场仍有较大的发展空间。同时，国内企业产业链完整、制造效率高等优势较为明显，为婴幼儿卫生用品行业的持续发展奠定了基础。随着我国城镇化的推进，大众卫生健康意识提高，消费者对婴幼儿卫生用品的接受度也在提高，为婴幼儿卫生用品产业带来更多的市场渗透机会。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的统计，2024 年度我国婴幼儿卫生用品市场规模为 317.1 亿元，根据头豹研究院的研究预测，到 2027 年度，国内婴幼儿卫生用品市场渗透率将增长至 97.10%。



数据来源：中国造纸协会生活用纸专业委员会

随着新一代年轻父母收入水平的提高与对婴幼儿卫生用品使用观念的改变，消费者对婴幼儿卫生用品产品的消费意愿提升、价格敏感度降低、消费品质升级。在育儿新观念的作用下，婴幼儿卫生用品日均更换率增加，使用年龄延长，有望增加人均使用片数，带动婴幼儿卫生用品市场规模稳步增长。

(2) 我国婴幼儿卫生用品行业的发展趋势

1) 婴幼儿卫生用品向中高端化发展，市场存在结构性机会

2024 年，我国更新了《一次性使用卫生用品卫生要求》(GB15979-2024)，新要求对原材料、生产过程和产品卫生质量提出了更高的要求，对产品包装、运输、贮存和标识描述了相应的检测方法，这使得婴幼儿卫生用品在生产、销售和使用过程更加严格化和规范化。新一代年轻父母注重品质生活，秉持科学育儿理念，对婴幼儿卫生用品的接受度和依赖度有所提升，中国家庭婴童用品支出有所增长。年轻父母展现出的更高品质的育儿观念，对舒适性、透气性和安全性要求更高，年轻家庭母婴消费占家庭消费的比例逐步攀升，为婴幼儿卫生用品中高端化发展提供了空间。

2) 婴幼儿卫生用品向精细化发展，推动形成产品多方位差异化竞争

我国 90 后、00 后人群具有较为科学化、精细化的育儿观念，婴幼儿卫生用品产品也因此在使用人群、使用场景、功能上具有更加细分的差异化设计。品牌在进一步满足消费者精细化育儿需求的同时，继续深度探索挖掘婴幼儿卫生用品市场，推动婴幼儿卫生用品品牌向多方位、差异化竞争布局，增加品牌发展及扩张空间。

3) 国产婴幼儿卫生用品受到消费者认可，国产品牌快速崛起

新生代消费者在婴幼儿卫生用品的选择上更注重产品品质以及实用性，国内婴幼儿卫生用品凭借更加快速的产品迭代、日益精进的开发能力以及不断提升的产品质量，成为市场新的主力。目前，婴幼儿卫生用品市场**中国品牌快速崛起**，2024 年我国婴幼儿卫生用品及材料的进口总额为 5,671.03 万美元，较 2023 年下降 54.64%。

4) 中国婴幼儿卫生用品积极参与海外市场竞争

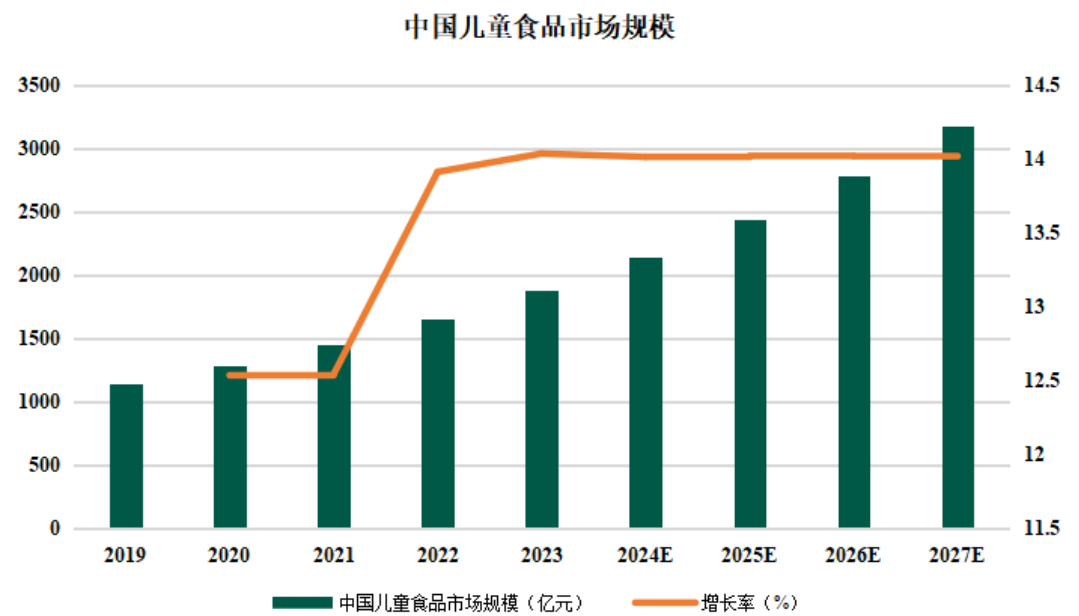
受近年来我国新生儿数量下降，以及婴幼儿卫生用品市场渗透率较高等因素影响，我国婴幼儿卫生用品市场竞争加剧。为拓展更大的客户群，许多品牌开始放眼全球市场，向东南亚及欧洲等国家和地区出口或设厂。2024 年我国婴幼儿卫生用品及材料的出口总额已达到 19.22 亿美元，较 2023 年增长 12.32%。

3、儿童食品产业发展概况和趋势

(1) 我国儿童食品行业的发展概况

广义上儿童食品是指儿童在成长过程中健康状态下（非疾病、亚健康等状态）所食用或饮用的与其成长阶段相适应的所有食品，包括食品、饮用品，但不包括药品、保健品。

我国休闲零食市场容量巨大，正处于快速发展阶段，从市场规模上看，儿童食品市场规模约占休闲零食市场规模的 1/10。2024 年中国儿童食品行业市场规模约 2,140 亿元。预计 2025—2027 年中国儿童食品行业市场规模年均增长率将达到 14%，到 2027 年儿童食品市场规模有望突破 3,000 亿元。



数据来源：中国食物与营养《儿童食品发展现状及展望》

(2) 我国儿童食品市场的发展趋势

1) 我国父母对儿童健康成长日益关切，儿童食品市场空间巨大

儿童处于快速生长发育阶段，合理的饮食结构和良好的饮食习惯至关重要。我国父母在日常饮食之外，通常还会通过营养补充品、功能食品、乳制品等对儿童成长所需的营养进行补充，并且格外关注原材料品质、成分功效等情况，儿童食品的需求量开始释放。父母重视儿童健康成长，对儿童身高发育、免疫力提升、智力发育、肠胃调理、视力保护、心理健康等问题的关注度提升，为我国健康的儿童食品市场规模高速增长提供了动力。

2) 儿童食品对产业链要求极高

儿童食品产业链联系紧密，具有规模的品牌商通过整合产业链以实现儿童食品从研发、原料、辅料、工艺、包材等全产业链的全面覆盖，形成品牌护城河。儿童食品的高标准对产业链提出极高的要求，以菌落总数为例，《儿童零食通用要求》对菌落总数要求控制在1,000-10,000个，远低于普通零食的1万-10万个水平，这要求产业链从上游到下游需要有更高的技术和质量控制水平。

3) 行业持续繁荣需要创新加持

我国的食品行业已达多元化成熟发展阶段，儿童食品产业需要在产品及品牌创新、渠道创新方面进一步发力，驱动行业持续繁荣。随着消费者对健康饮食认知增强，儿童食品企业积极在原料、烹饪工艺和配方等多个方面进行深度健康化升级，不仅满足了消费者对健康食品的期待，也推动了整个儿童食品市场的持续创新与发展。此外，规模化的儿童食品品牌商通过创新市场营销活动，使品牌能够迅速提升曝光度和消费者关注度，从而吸引更多潜在消费者，为行业发展注入新活力。

4) 儿童食品具有多重功能

营养健康的食品能够满足饱腹需求，提供所需营养。儿童食品还具备缓解情绪的功能和社交属性。因此，儿童食品品牌需要设计更加符合儿童饮食习惯的包装，给孩子带来不一样的趣味性和体验感。具备高颜值的儿童食品产品能更吸引家长和儿童的注意力，深受儿童喜欢的卡通人物的外包装也成为了赢得市场的重要条件之一。

5) 市场向差异化、多元化方向发展

我国儿童饮食结构复杂，为避免同质化竞争的局面，儿童食品品牌开发出了新品类、新口味以满足国内儿童群体的饮食习惯和个性化需求，品类的创新可以帮助儿童食品品牌及生产者占据市场主导地位。

(五) 行业的主要壁垒及衡量核心竞争力的关键指标

1、婴幼儿辅食行业

(1) 品牌壁垒

品牌是在企业发展的过程中逐步积累形成的，其形成和发展需要经历较长的时间。对婴幼儿辅食企业而言，品牌知名度的形成是企业品牌建设、产品开发、质量管控、营销服务等方面不懈努力的结果。拥有品牌优势的企业具有更高的知名度与美誉度，良好的品牌形象是婴幼儿辅食企业产品质量与服务的保证，是决定其是否能在激烈的市场竞争中生存和发展的重要因素。由于品牌知名度的形成需要经历长期的成本投入和经验积累，先发优势较为明显，因此婴幼儿辅食行业新进入者通常很难在较短时间内建立起品牌优势。

（2）技术研发壁垒

辅食产品获得消费者的认可，除了需要满足基本的功能和质量要求外，还需要满足大众喂养观念变化带来的多样化的诉求。辅食企业在产品研发领域面临诸多挑战，一方面，为了更好地迎合消费者不断变化的需求，越来越多婴幼儿辅食产品的上市周期在不断缩短，产品持续推陈出新，对企业的产品研发能力提出了更高的要求；另一方面，婴幼儿辅食的产品需求呈现多样化、差异化、分阶化的发展趋势。企业是否拥有良好的产品开发与自主研发创新能力，是否能够及时、全面地了解消费者的需求，并根据市场趋势调整或制定自身的研发策略，逐渐成为婴幼儿辅食行业的主要壁垒之一。

（3）供应链管理壁垒

在产品流通环节，强大的产品质量控制能力与高效的供应链整合能力对于婴幼儿辅食企业而言至关重要。婴幼儿辅食产品具有 SKU 种类多、效期要求较高、客户分散、零售终端量大等特点，因此快捷响应的供应链系统能够为婴幼儿辅食企业在市场竞争中取得优势提供保障。一方面，产品质量是婴幼儿辅食企业长期发展的核心要素，企业需要建立完善的质量控制体系和切实有效的质量控制措施，组建专业的质量控制团队，以保证婴童食品和卫生用品的产品质量，从而提高品牌的美誉度。另一方面，在保证质量的同时，企业需要通过对信息流、物流、资金流的控制，将产业链从采购环节到最终销售环节的全过程进行系统整合，从而节省人力、物力和时间成本，不断提升运营效率。对于新入行的公司来说，建立过硬的产品质量控制体系和构建符合公司发展规划的供应链管理体系，是一项长期而艰巨的任务。

（4）政策监管壁垒

监管部门和民众对婴童食品与卫生用品的安全越来越重视，传统婴幼儿辅食行业的监管体系不断健全，行业标准日趋完善。《中国儿童发展纲要》《中华人民共和国食品安全法》《食品安全标准与监测评估“十四五”规划》《国民营养计划》《婴幼儿辅助食品生产许可审查细则》等政策、法规的相继出台，在质量标准、市场准入、生产许可制度等方面对婴幼儿辅食的生产和产品质量提出了更高的要求。同时，国家市场监督管理总局、卫健委、商务部等部门对婴幼儿辅食具有一定的监管职责。食品生产许可证制度、婴幼儿辅助食品生产许可审查制度和婴幼儿辅食标准的实施，也使得一些规模小、实力弱、生产手段落后、产品质量差的

小型企业逐步被淘汰。越来越高的质量安全控制要求和愈加严格的行业监管体系，提高了行业进入的门槛。

（5）规模化经营和资金壁垒

婴幼儿辅食的主要销售渠道包括经销商、大型超市、母婴店和电商平台等，只有具备一定经营规模的企业能够与下游销售渠道建立长期稳定的合作关系，提高品牌影响力、提升市场份额、发挥规模效应以及降低营销成本。同时，具备规模优势的企业对上游供应商通常拥有较强的议价能力，可以获取较为有利的采购成本和回款账期。此外，企业需要达到一定体量，才能保证对研发设计、生产制造等方面的持续投入，进而不断提高自身的市场竞争力。

随着品牌、渠道对婴幼儿辅食企业的重要性日益提高，企业需投入大量资金对品牌和渠道进行建设、拓展及维护；随着辅食行业快速发展，企业需投入大量的资金研发、宣传、推广新产品。因此，对新进企业的资金实力或融资能力提出了较高要求。

2、婴幼儿卫生用品行业

（1）品牌壁垒

对于婴幼儿卫生用品行业而言，因产品直接涉及到婴儿的健康，大多数消费者更加注重产品的可靠性，通常更容易对行业内的知名品牌建立信任。行业的优质品牌普遍经历了长期的市场积累、大规模资金的投入以及持续的产品革新。对新进企业来说，品牌知名度不高，推广难度较大、获客成本较高，这些问题将对品牌知名度的提升和市场规模的扩大带来影响。行业中的新进企业在短时间内难以与具有良好品牌优势的企业竞争。

（2）渠道壁垒

销售渠道是婴幼儿卫生用品企业抢占市场先机、扩大市场份额、获取竞争优势的重要途径与竞争资源之一，销售渠道是否完善、高效，是企业能否赢得市场的核心与关键。本行业的领先企业普遍通过全渠道的布局，建立起了各自的护城河。构建和完善覆盖经销商、大型商超、电商平台等渠道的全国性营销网络不仅需要掌握市场发展契机，还需要巨大的资金投入、高昂的运营成本和长期的经验积累，尤其需要具备相应的品牌影响力、充沛的渠道管理人才和经验。因此，新进企业很难在短时间内打破销售渠道壁垒。

（3）规模壁垒

婴幼儿卫生用品的规模效应较为明显，业内企业需要达到一定的业务规模才能有效降低经营成本，保证合理的利润空间。产品的销售主要通过经销商、大卖场、大型超市、小型超市、便利店、食杂店和电商平台等渠道拓展，只有具备一定经营规模的企业，才能够与下游销售渠道建立长期稳定的合作关系。由于规模化运作的婴幼儿卫生用品企业经营管理相对规范、拥有更加成熟高效的销售渠道网络，具备较高的商品周转率和资金周转率，容易形成良

性的经营循环。对新进入者而言，如果短期内达不到一定体量的经营规模，将面临较大的风险。

3、衡量核心竞争力的关键指标

公司产品为婴童食品和婴幼儿卫生用品，其终端消费者主要为我国婴童群体。只有在构建健全、优质的营销网络的前提下，才能形成产品与品牌的规模效应，并建立具有市场影响力的品牌。因此，发行人将营业收入与加权平均净资产收益率作为关键业务数据和指标。报告期内各期，公司前述指标的情况如下：

单位：万元，%

名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入	113,170.86	197,433.38	175,831.70	129,605.21
加权平均净资产收益率	14.95	24.38	32.40	23.77

报告期内，公司业务规模持续扩大，主营业务收入持续增长，加权平均净资产收益率处于较高水平，体现了较强的盈利能力。

（六）行业的周期性、区域性和季节性

1、婴幼儿辅食行业的周期性、区域性和季节性特征

婴幼儿辅食属于具有一定功能性的特殊膳食类食品，对生长发育期的婴幼儿，属于刚性需求，因此受宏观经济影响较小，没有明显的周期性特征。

高端婴幼儿辅食销售地域分布具有一定的区域性特征，与我国各地经济发展水平不同相关，同时受居民消费能力、消费观念、消费认知和习惯等的影响。在一二线城市和东部沿海等发达地区，经济发展水平高，居民消费能力高，科学育儿意识强，对高品质产品比较青睐，产品渗透率较高；在其他城市和农村乡镇等地区，受经济发展水平的限制，居民消费能力偏低，科学育儿意识有待加强，婴幼儿辅食产品的市场渗透率较低。

婴幼儿辅食产品需求不存在季节性特征。但由于春节等传统假期及电商“618”“双十一”等固定线上促销活动的特殊运营模式影响，公司收入在各季度具有一定波动。

2、婴幼儿卫生用品行业的周期性、区域性和季节性特征

婴幼儿卫生用品一定程度上受到宏观经济周期的影响，但由于市场需求量大且较为稳定，弹性较小，故行业周期性不明显。

由于我国各地的经济发展水平不同，育龄人群的消费能力、健康护理意识存在一定差异，因此婴幼儿卫生用品消费存在一定的区域性特征。在一、二线城市等经济发达的地区，中高端的婴幼儿卫生用品的消费占比较高；在其他经济相对落后地区，育龄人群普遍追求高性价比的婴幼儿卫生用品。

整体来看，婴幼儿卫生用品属于高频易耗消费品，行业的季节性特征不明显。

（七）发行人产品或服务的市场地位

公司是婴幼儿分阶喂养的倡导者和先行者，致力于为用户提供更加科学、健康、安全的喂养护理解决方案，坚持以用户第一为主导，以产品研发为引擎，构建科学的、多维的产品矩阵，持续深耕生产技术、优化产品工艺，独创了“科学 5 阶精准喂养体系”，已成为中国婴幼儿辅食行业引领者。同时，公司积极拥抱新消费新机遇，稳步推进用户数字化进程，以线上线下全渠道融合营销体系为基础，构建了多维、精准、快捷和场景化的用户触达模式。

公司是“湖南省省级企业技术中心”、“湖南省产融合作制造业重点企业”、湖南省人力资源和社会保障厅“博士后创新创业实验基地”、湖南省健康产品与生命科技工程技术研究中心联合共建单位。公司与湖南省产商品质量检验研究院成立“国家农副产品质量检验检测中心（湖南） 婴幼儿辅食联合研发实验室”，与中国工程院单杨院士团队共同组建了“婴幼儿辅食与营养产业发展研究院”科研合作平台，与江南大学创立了“婴童未来食品实验室”，与南京野生植物综合利用研究所共建了“敏感肌研究中心”。公司是中国营养学会、中国营养保健食品协会、中国妇幼保健协会、中国造纸协会生活用纸专业委员会成员单位。公司参与了《中国婴幼儿辅食分阶喂养指导手册》《中国婴幼儿辅食产业发展报告（2020）》《中国妇幼健康研究》等行业研究报告的研究编制，是《**婴幼儿辅食用大米**》《**婴幼儿辅食用小麦粉**》《**儿童营养面条类制品**》《**儿童零食通则**》《**食用油（适用于婴幼儿）**》《**眼部营养食品通则**》《**DHA 藻油制品**》《**儿童干酪和儿童再制干酪**》《**儿童鱼肠**》《**儿童预包装膳食**》《**儿童意面**》《**儿童果糕**》《**医敏特护婴儿纸尿裤**》《**老年营养食品通则**》《**儿童山楂棒果糕**》等 15 项团体标准和地方标准《**婴幼儿辅助食品良好生产规范**》的主要起草单位，制定了《**婴幼儿辅食用油**》《**婴幼儿饮用天然矿泉水**》等企业标准，并正在参与多项国家标准、行业标准和地方标准的编制工作，为行业的规范运营与健康发展做出了贡献。

报告期内，公司获得的主要奖项及认证情况如下：

奖项名称	颁发单位	获奖时间
知名商标品牌评价证书（AAA 级）	中华商标协会	2025 年
科学技术奖三等奖	中国营养学会	2025 年
杰出创新品牌奖	京东超市	2025 年
湖南省知名商标品牌（英氏）	湖南省商标品牌协会	2024 年
第八届中国公益年会 2023 年度公益项目	公益时报社	2024 年
湖南省知名商标品牌（舒比奇）	湖南省商标品牌协会	2024 年
中国婴幼儿辅食销量第一	CIC 灼识咨询	2024 年
分阶辅食销量遥遥领先	CIC 灼识咨询	2024 年

2023 年度第九届樱桃大赏 年度辅食杰出品牌大奖、年度创新产品大奖	母婴行业观察	2024 年
年度辅食杰出品牌大奖	母婴行业观察	2024 年
2024 年最佳贡献奖	孩子王	2024 年
2023 年度母婴宠物行业趋势好物 英氏婴幼儿分阶米粉	抖音	2024 年
舒比奇 AB 芯·抑菌敏感肌纸尿裤年度创新产品大奖	母婴行业观察	2024 年
2023 年最受欢迎品牌奖	快手	2023 年
影响婴童产业进程企业奖	中童传媒	2023 年
中国内地婴幼儿分阶辅食市场连续三年销量遥遥领先	弗若斯特沙利文	2023 年
2023 年京东婴童零辅食行业峰会最佳合作伙伴奖	京东	2023 年
2023 年度最受欢迎婴童食品奖	天猫	2023 年
金婴奖-年度最受欢迎婴童食品	天猫	2022 年
第八届樱桃大赏年度辅食品牌杰出表现大奖	母婴行业观察	2022 年
原点奖-年度产业推动奖	中童传媒	2022 年
2022 年“11·11”巅峰王者奖	天猫超市	2022 年
2022 年度 618 项目巅峰王者奖	天猫超市	2022 年
第七届樱桃大赏 2021 年度辅食品牌最佳表现力大奖	母婴行业观察	2022 年

在婴童食品方面，公司的“英氏”品牌辅食是我国辅食行业具有较强市场影响力的品牌，报告期内的市场排名及知名度不断提升。根据弗若斯特沙利文 2023 年 5 月出具的中国内地婴幼儿分阶辅食市场地位确认证书，公司连续三年销量遥遥领先。根据北京大学国家发展研究院发布的《中国线上消费品牌指数（2023-2025）》，“英氏”进入反映品牌质量的“全球品牌中国线上 500 强”，是唯一获此殊荣的婴幼儿辅食品牌。中华商标协会 2025 年 9 月核准“英氏”品牌为知名商标品牌 AAA 级。根据艾瑞咨询、CIC 灼识咨询估计，中国婴幼儿辅食市场份额排名中，“英氏”在报告期各年排名第 1。截至 2025 年 6 月末，“英氏”在天猫、抖音平台“辅食”类目下的交易指数排名第一。2024 年度，“英氏”在京东平台“营养辅食”行业中全年累计成交额为行业第一。“英氏”在孩子王平台婴童食品类目的销售额排名长期保持第一名。

在婴童用品方面，公司“舒比奇”婴幼儿卫生用品品牌是湖南省知名商标品牌，具有一定的市场知名度。

（八）行业竞争格局及主要企业

1、行业竞争格局

(1) 婴幼儿辅食行业竞争情况和行业内的主要企业

欧美国家的婴幼儿辅食工业化生产和研究起步早，雀巢、亨氏等进入行业时间较早，进入中国市场亦较早，在研发、设备、技术和管理上都较为成熟，产品体系丰富，并形成了较高的品牌知名度。

我国辅食行业中，国民品牌与外资品牌之间的差距不断缩小，近年来出现了一批拥有较高品牌知名度的国民品牌，本土企业也加大研发投入，加强营销推广和消费者教育，逐渐抢占了原国际品牌长期占据的市场份额，与其展开竞争。目前，我国婴幼儿辅食市场尚未形成稳固的竞争格局。

在我国婴幼儿辅食领域，主要市场参与者包括外资品牌亨氏、嘉宝、小皮，及内资品牌英氏、小鹿蓝蓝、秋田满满、爷爷的农场等，其他企业情况具体如下：

序号	公司/品牌名称	主营业务、主要产品及与公司的比较
1	亨氏	亨氏公司成立于 1869 年，总部位于美国，是世界最大的营养食品生产商之一，也是第一个进入中国市场的国际辅食品牌，辅食产品包括婴儿米粉、面条、果汁泥、佐餐泥、磨牙棒等。 2025 年 6 月，亨氏在天猫辅食类目下交易指数排名第 7。
2	嘉宝	嘉宝是一家总部位于美国的婴幼儿营养食品生产商，隶属于雀巢公司，生产包括米粉、果泥、蔬果泥、酸奶、婴幼儿配方奶粉等全系列婴幼儿食品。 2025 年 6 月，嘉宝在天猫辅食类目下交易指数排名第 5。
3	小皮	小皮成立于 2014 年，在婴幼儿辅食领域具有较高的知名度与品牌效应，其主要产品包括婴幼儿米粉、果泥、饼干等婴幼儿辅食，是公司婴幼儿辅食的主要竞争对手。根据 CIC 灼识咨询的调研与分析，小皮在 2024 年中国婴幼儿辅食行业的市场份额中排名第 5。 2025 年 6 月，小皮在天猫辅食类目下交易指数排名第 2。
4	小鹿蓝蓝	小鹿蓝蓝是上市公司三只松鼠（300783）旗下互联网婴童食品专业品牌，主要经营婴童零辅食、调味、主粮、营养品等。根据 CIC 灼识咨询的调研与分析，小鹿蓝蓝在 2024 年中国婴幼儿辅食行业的市场份额中排名第 4。 2025 年 6 月，小鹿蓝蓝在天猫辅食类目下交易指数排名第 8。
5	秋田满满	秋田满满品牌创办于 2018 年，总部位于江西宜春，是一家定位为“婴童营养全餐”的辅食品牌，主营胚芽米、米粉、儿童面食、面粉、馒头等中式辅食。根据 CIC 灼识咨询的调研与分析，秋田满满在 2024 年中国婴幼儿辅食行业的市场份额中排名第 3。 2025 年 6 月，秋田满满在天猫辅食类目下交易指数排名第 6。
6	爷爷的农场	爷爷的农场品牌创立于 2018 年，总部位于广州市。公司的主营产品包括婴幼儿食用油、调味品、果泥、米粉、零食等。根据 CIC 灼识咨询的调研与分析，爷爷的农场在 2024 年中国婴幼儿辅食行业的市场份额中排名第 2。 2025 年 6 月，爷爷的农场在天猫辅食类目下交易指数排名第 4。

(2) 婴幼儿卫生用品行业竞争情况和行业内的主要企业

国内市场上，婴儿卫生用品行业生产企业众多，目前呈现国际品牌和国内品牌同台竞争、

相互渗透的局面，竞争比较激烈。

行业发展早期，以帮宝适、大王、花王、好奇为首的国际品牌凭借资本、技术、管理、品牌、成本、渠道等多方面的综合优势，占据着婴幼儿卫生用品行业的主要市场份额。国际品牌进入市场较早，并通过在中国自主建厂或者与国内企业合资的方式，引入发达国家的成熟产品和相关生产技术，通过提供优质产品赢得了众多消费者的信赖，逐渐稳固了自身高端的品牌形象。

近 2 年来，中国纸尿裤市场竞争日趋激烈，2020 年及 2021 年两年，前十大厂商销售份额已接近 57%，销售额同比增长 4.9%，市场整体开始出现品牌集中化的发展态势。得益于中国制造业发展以及国潮风的兴起，国产纸尿裤厂商凭借强大的研发能力以及高质量产品的生产，开始迅速抢占市场份额，头部外资纸尿裤品牌面临的市场地位受到挑战。

我国纸尿裤市场的主要参与者，包括外资品牌宝洁、金佰利、花王、大王等，及内资品牌白贝壳（Babycare）等，其他企业情况具体如下：

序号	公司名称	主营业务、主要产品及与公司的比较
1	宝洁	宝洁的母公司总部位于美国俄亥俄州，成立于 1837 年，主要从事洗发、护发、护肤用品、化妆品、婴儿护理产品、妇女卫生用品等产品的研发、生产和销售。其婴儿纸尿裤产品品牌“帮宝适”， 2025 年 6 月 在天猫平台婴童尿裤类目下交易指数排名第 2。
2	金佰利	金佰利的母公司总部位于美国得克萨斯州，成立于 1872 年，主要从事个人健康护理用品、家庭生活用纸和商用消费产品等产品的研发、生产和销售。婴儿纸尿裤产品的主要品牌为“好奇”， 2025 年 6 月 在天猫平台婴童尿裤类目下交易指数排名第 1。
3	花王	花王的母公司总部位于日本东京市，成立于 1940 年，主要从事美容护理用品、健康护理用品、衣物洗涤及家居清洁用品等产品的研发、生产和销售。婴儿纸尿裤产品的主要品牌为“花王”， 2025 年 6 月 在天猫平台婴童尿裤类目下交易指数排名分别为第 20。
4	大王	大王的母公司总部位于日本东京市，成立于 1943 年，主要从事纸张、纸板、纸浆及其副产品的生产制造、加工和销售。婴儿纸尿裤产品的主要品牌为“大王”， 2025 年 6 月 在天猫平台婴童尿裤类目下交易指数排名第 6。
5	白贝壳 (Babycare)	杭州白贝壳实业股份有限公司成立于 2019 年，主要从事尿裤、纸巾湿巾、喂哺、玩具、孕产等母婴产品的运营， 2025 年 6 月 “Babycare”品牌在天猫平台婴童尿裤类目下交易指数排名第 3。

2、发行人与同行业可比公司的比较情况

(1) 同行业可比公司的选择依据

公司的主要产品为婴幼儿辅食、婴幼儿卫生用品、营养食品及儿童食品，在市场上没有与公司主营产品完全一致的 A 股上市公司。与公司产品相似、行业相近或面向特定目标客群、运营模式相似的 A 股上市公司主要有汤臣倍健、贝因美、妙可蓝多、百亚股份、可靠股份等，具体如下：

序号	公司名称	主营业务、主要产品	选取依据
1	汤臣倍健	汤臣倍健是深圳证券交易所创业板上市公司，股票代码 300146.SZ，成立于 2005 年，总部位于广东省广州市，是我国膳食营养补充剂的领导品牌之一，主要销售渠道包括线下经销、线上经销、直营模式等，生产模式分为自主生产及委托加工模式，品牌包括“汤臣倍健”“健力多”“健视佳”“健安适”等，产品覆盖增强免疫力类、女性健康类、骨骼健康类及维生素类等多品种。	汤臣倍健与公司的产品均具备一定功能性，目标客群均为特定群体，双方均为多品牌、多渠道运营。
2	贝因美	贝因美是深圳证券交易所主板上市公司，股票代码 002570.SZ，成立于 1999 年，总部位于浙江省杭州市。公司主要通过经销商、电子商务、直供客户、总承销模式和包销模式等渠道进行奶粉、米粉及其他婴幼儿食品和奶基营养品的销售。	贝因美具有与公司类似的婴童受众群体，主要产品为婴幼儿配方奶粉、婴幼儿辅食和营养品，与发行人的产品受众重合度较高。
3	妙可蓝多	妙可蓝多是上海证券交易所主板上市公司，股票代码 600882.SH，总部位于上海市。公司主要通过经销、直营和贸易的业务模式，从事乳制品的研发、生产和销售业务。公司的主要产品为奶酪、液态奶及其他外采乳制品等。	妙可蓝多主要经营产品为奶酪，其中收入占比较高的即食营养奶酪，主要受众为儿童，与发行人的产品受众有重合之处。
4	百亚股份	百亚股份是深圳证券交易所主板上市公司，股票代码为 003006.SZ，成立于 2010 年，总部位于重庆市，主要从事卫生巾、婴儿纸尿裤和成人失禁用品等一次性卫生用品的研发、生产和销售。	百亚股份的业务模式、产品以及终端客户群体均与公司存在重合之处。
5	可靠股份	可靠股份是深圳证券交易所创业板上市公司，股票代码为 301009.SZ，成立于 2001 年，总部位于浙江省杭州市，主要从事一次性卫生用品的设计、研发、生产和销售，主要产品包括婴儿护理用品、成人失禁用品和宠物卫生用品等。	可靠股份的业务模式、产品以及终端客户群体均与公司存在重合之处。

（2）同行业公司与公司经营情况、市场地位、技术实力的比较情况

公司与同行业可比公司在各细分行业均有一定的影响力与市场地位，在各自行业领域的技术能力突出，具体情况如下：

公司	经营情况	市场地位	技术实力
汤臣倍健	汤臣倍健的产品主要为膳食营养补充剂，目标客户为特定需求人群。销售模式包括经销模式和直营模式；生产模式包括自主生产模式和委托加工模式。	汤臣倍健在中国维生素与膳食补充剂行业的市场份额稳居第一。	汤臣倍健作为膳食营养补充剂行业领先者，持续开展科学营养及其对慢病营养干预的前瞻性研究。公司实施自主核心技术和专利原料的研发战略，持续打造不一样的产品科技力和差异化竞争优势。
贝因美	贝因美主要从事婴幼儿配方奶粉、营养米粉和其他婴幼儿辅食、营养品的研发、生产和销售。公司以自	贝因美是中国奶业 20 强企业，通过逾三十年的发	贝因美在婴幼儿配方奶粉的研发、生产等技术方面积累了丰富的经

	主生产为主要生产模式,少量产品通过 OEM 模式生产。公司产品主要通过经销商、电子商务、直供客户等渠道进行销售,同时部分产品通过总承销模式和包销模式进行销售,已基本实现线上线下融合的新零售业务模式。	展,已成为我国婴童经济的倡导者和领导者之一。	验,形成了具有自主知识产权的核心技术,并积累了大量的专业技术人才。
妙可蓝多	妙可蓝多自产业务的经营模式主要为特色乳制品的研发、生产和销售。公司采购奶酪、生鲜乳等原料,进行乳制品的生产加工,并通过经销商、自营电商、大型商场超市、餐饮大客户等渠道对外销售。公司贸易业务的经营模式为向国内外乳制品供应商采购产品,再向国内客户销售。	妙可蓝多依托在产品、渠道、品牌方面的核心竞争力,近几年在奶酪行业的市场占有率快速增长,公司在奶酪市场占有率排名第一。	妙可蓝多全新升级了国内领先的奶酪研发中心,组建了国内外行业专家团队,引进先进生产技术,具备一流的生产设备。
百亚股份	百亚股份公司主要从事一次性个人卫生用品的研发、生产和销售,主要采取自主研发和生产的模式,以经销商、KA 和电商为主要销售渠道,为各年龄段消费人群提供安全、舒适和高品质的个人健康护理产品,产品主要涵盖卫生巾、婴儿纸尿裤、成人失禁用品等领域。公司主要通过经销、KA 及电商渠道进行产品销售。	百亚股份力争打造中国一次性卫生用品领域的领先品牌。在中国区域市场,尤其是西南市场具有一定的市场地位。	百亚股份拥有一支经验丰富的研发团队,建立了多部门共同协作的技术创新机制,不断进行产品研发创新。同时,公司拥有国内一流的新型生产基地、专业化的生产设备和工艺技术,产品生产线丰富,自动化程度较高。
可靠股份	可靠股份专注于一次性卫生用品的设计、研发、生产和销售,自主品牌主要产品包括成人失禁用品、女性卫生用品,代加工主要产品包括婴儿护理用品和宠物卫生用品等,并坚持“自主品牌+ODM”双轮驱动发展模式。公司销售模式包括经销、直营零售、直营 KA、线上销售等。	可靠股份是中国一次性卫生用品领域的领先品牌之一。	可靠股份凭借多年的科研优势和积累的行业经验,公司已成为行业内标准化的领导者之一,参与或负责了多个科研项目,参与了多项国家级和省级标准的制定。
发行人	发行人是一家贯彻“健康中国”理念,以满足中国婴幼儿的营养照护需求为核心,婴童食品及婴幼儿卫生用品两大业务板块协同发展的综合性、大型母婴产品研发、生产及运营企业。公司聚焦于婴幼儿辅食业务,在我国婴幼儿辅食行业知名度高、运营能力强、技术实力领先、行业影响力大。	发行人是我国婴幼儿辅食市场的领军品牌,并在婴幼儿卫生用品行业具有一定的知名度。在中国婴幼儿辅食市场份额排名中,发行人 2022 年-2024 年销售额市场排名第 1。	发行人自成立以来,一直致力于婴童食品、婴幼儿卫生用品的研发、设计与生产,积累了丰富的经验和成熟的生产工艺。公司独创了“科学 5 阶精准喂养体系”指导辅食产品开发与婴幼儿科学喂养。同时,公司基于深耕行业多年的技术研发与管理经验,对上游受托生产商提出了“五共质量管理体系”,向行业上游输出技术标准。

（九）公司的竞争优势与劣势

1、发行人的竞争优势

（1）原创“科学5阶精准喂养体系”，建立核心产品及品牌优势

作为我国辅食分阶喂养的倡导者和先行者，公司长期致力于婴幼儿辅食添加的科学性、合理性研究，独创的“科学5阶精准喂养体系”，从生理、营养和感知力发育三个维度，以婴幼儿成长的重要生命体征信号为核心，以婴幼儿成长的五个关键节点“坐”“咬”“爬”“站”“走”作为辅食分阶变化的标志，指导消费者科学育儿，为万千中国家庭带来了更加精准、便捷、高效的婴幼儿喂养解决方案。

公司的婴幼儿辅食产品以“科学5阶精准喂养体系”为核心，产品涉及多个品类，能够满足6至36月龄的婴幼儿多样的辅食添加需求。公司不断深化创新产品品类，夯实核心产品的优势地位，宣传推动婴幼儿科学喂养，将“英氏”品牌建设成为具有较强影响力的婴幼儿辅食国民品牌。“英氏”在中国婴幼儿辅食市场中的排名逐年提升，报告期各期排名均为第1，品牌形象深入人心。

（2）多品牌多产品矩阵，满足多年龄段的婴童需求

公司以婴幼儿为核心服务人群，构建了“英氏”婴幼儿辅食、“舒比奇”婴幼儿卫生用品、“忆小口”儿童食品、“伟灵格”营养食品等四大品牌矩阵，产品覆盖婴幼儿米粉、即食粥、面条、果蔬泥、佐餐油、肉制品、饼干、零食类、婴幼儿卫生用品、山楂系列、儿童意面、DHA等众多产品类别。

多样化的产品，从多个维度满足了婴童不同年龄段的营养及护理需求；多品牌、多品类产品矩阵的背后，是公司领先于竞争者的产品理念和产品开发能力；公司不断进行新产品的创新开发，各品牌、品类之间能充分发挥协同优势，是公司可持续发展的坚实基础，为公司赢得市场提供了有力支持。

（3）技术与研发优势带来强大的新产品开发与管理能力

公司历来重视新产品开发和生产工艺的改进，坚持以自主研发为导向，掌握核心技术与工艺。公司掌握了婴童食品多维度协同锁鲜与品质稳态化集成技术、婴幼儿辅食营养素全流程多维协同稳定控制创新制造技术、婴幼儿辅食低敏配方及科学控制技术、人体工程学裁切工艺设计、无防腐剂色素低糖型山楂棒的生物保鲜与天然色泽稳态化集成技术等多项生产核心技术，拥有多项专利和完善的研发、检验设备体系，具备较强的产品开发能力。公司引入IPMS（集成产品开发）流程管理机制，建立了以品类带头人牵头负责的全套产品研发与管理机制，提高了研发成功率和研发效率，并有效地节约了研发费用。公司通过构建产学研结合、内外部联动的创新体系，与优质的委托生产工厂、高等院校、科研院所进行联合研发与

技术创新，将基础营养科学研究、原材料品质研究和生产实践进行整合，不断指导产品研发。

(4) “五共质量管理体系” 保证产品质量安全与供给稳定

公司通过实施“五共质量管理体系”，激发了英氏自有工厂及受托生产商的潜能，使各个工厂形成与公司一致的“质量文化、质量标准、质量行为”。“五共质量管理体系”囊括了工厂的最佳实践，将其与合作伙伴共享，使英氏产业链上的各企业形成协同效应，从而提升供应链效率，提高供应链的质量水平，保障了公司产品的质量安全性与供应链稳定性，提升了整个辅食行业的质量管理水平。

(5) 立体化、全渠道融合的营销网络全面覆盖市场的优势

公司坚持以用户为中心，全渠道融合运营，形成了以线下直营渠道、线下经销渠道与线上平台销售、线上自营店铺、线上分销等渠道相结合的立体多元的营销网络和渠道布局，实现了对用户的全触点营销和全渠道深度分销覆盖。

截至本招股说明书签署日，公司建立了遍布全国 31 个省市自治区的深度分销网络，产品覆盖线下六万余个零售终端，包括孩子王、乐友、爱婴室、小飞象、孕婴世界等专业母婴连锁，山姆会员店、开市客、沃尔玛、Ole’、大润发、永辉、盒马、胖东来等专业超市，以及美团、京东到家等新零售渠道和众多小型母婴店、中小型超市等。线下渠道为消费者提供了更直观的购物体验，增加客户触点与体验场景，进一步加快品牌的市场渗透，提升母婴人群科学喂养认知水平，提高品牌知名度。

线上渠道方面，公司电商运营团队经过多年实践，积累了丰富的品牌推广与销售经验，与天猫、京东、抖音、拼多多等主流电商平台建立合作关系，依托电商平台面向终端消费者。同时，公司积极把握直播电商平台的快速发展节奏，自建直播团队使品牌直播间成为产品、品牌和“5 阶科学喂养理念”宣传推广的窗口。

线上线下互相融合的营销渠道突破了品牌营销网络建设的局限性，为更多的母婴人群提供更优质、更方便、更全面的产品与服务，是公司报告期收入持续快速增长的重要保障。

(6) 计划准、周转快、体验好的敏捷型供应链优势

公司通过构建数智化供应链中台，打通了主要业务系统，实现了供应链全链路的数据集成，为供应链端对端的高效协同和快速反应提供了系统保障。公司对进销存、计划、订单进行“三位一体”的全面管理，实现了客户需求与排产计划的持续精准，真正实现了以销定产。在生产环节，公司根据产品特性安排采购与生产，提高了生产柔性和交付能力、缩短了生产交付周期、大大降低库存和呆滞风险，公司全链存货周转率逐期提升。多类型的仓储配送策略，针对不同的业务场景配备不同的仓配布局，实现快速反应和优质的消费服务体验。公司通过实施敏捷型供应链，使得“需求计划—原材料采购—生产制造—物流配送”全链路以周

为单位同频共振和快速响应，销售需求计划执行准确率达到行业领先水平，实现了用户体验好、产品周转快，营运效率持续处于行业领先水平。

（7）成熟、稳定、高执行力的团队优势

公司管理人员、核心技术人员稳定、人才结构合理，具有丰富的婴童食品与卫生用品行业管理、运营经验，对行业有较为深刻的理解与认知。公司自成立以来管理人员稳定，对公司的发展理念、公司文化和价值观高度认同，对行业的发展趋势和公司的技术、产品、业务流程、发展战略等均非常熟悉，能够做出最有利于公司发展的决策；核心技术人员对行业发展动态、产品研发趋势等具有深刻认知，对公司的改革创新、市场开拓等起着重要推动作用。

公司注重管理层和核心技术人员培养，并在同上下游知名企业合作的过程中持续引入先进的管理理念。当前，公司的人才优势已经日渐显现，长期稳定、专业、高执行力、熟悉公司文化和价值观的管理人员、核心技术人员是公司更好、更稳定、更快发展的坚实后盾。公司管理人员将有效把握行业发展方向，紧跟市场步伐，为公司制定科学、合理的发展规划和发展战略，并确保在日常工作中加以落实和执行，促进公司长期健康发展。

2、发行人的竞争劣势

（1）资本实力限制公司进一步发展

近年来，公司不断加大对营销网络、供应链、信息系统、新品研发的资金投入，同时，扩建营销网络和完善信息系统等也需要大量营运资金的支持。因此，公司如不能随着市场需求扩大营销网络建设、完善信息系统、增强供应链管理并根据市场变化情况推出新产品迅速占领市场，将在激烈的行业竞争中处于弱势，对公司的品牌声誉和市场地位造成不利影响。公司仅依靠现有融资渠道已难以满足目前快速发展的需求，急需进一步增强资本实力。

（2）产品设计、品牌创意、市场推广等方面投入有待加强

公司高度重视产品开发投入工作，但受限于融资渠道单一和国内婴童食品和卫生用品行业起步晚，公司在产品整体设计、消费者的体验互动、快速占领产品市场提高市场占有率等方面的投入与国外优质婴童食品、用品品牌相比仍存在差距。为满足公司业务发展的需要，缩小与国内外婴童食品用品品牌的差距，公司必须在品牌创意、产品设计、配方研发和市场推广等多方面持续投入更多的人力、物力、财力。

（3）营销渠道有待进一步深化

目前，公司已基本构建了渗透至母婴连锁店、大型超市、卖场和电商在内的多渠道销售网络。虽然近年来公司电商渠道销售额逐年增长，但为了更好适应互联网技术深入发展的趋势，公司仍需在该渠道持续增加投入；公司线下经销商渠道网络还有较大潜力，仍需大规模建设，用以增强消费者对公司产品的直观体验，如未来需要进一步提高公司产品市场占有率，

线下渠道的完善补充将是公司重要的任务之一。

此外，从婴童食品和卫生用品行业的发展规律来看，为保持消费者对品牌及产品的新鲜度和忠诚度，也需要公司定期对自身品牌及终端零售形象进行更新升级，不断推出适合不同年龄段婴童的新产品，因此就要求公司不断对现有渠道终端的持续投入，以提升公司品牌形象。

（十）行业面临的机遇与挑战

1、我国婴幼儿辅食产业面临的机遇与挑战

（1）我国婴幼儿辅食产业发展面临的机遇

1）新生儿数量巩固辅食消费人群基数，市场潜力巨大

近年来，我国人口出生率呈下降趋势，由于人口基数大，新生儿人口数量依旧可观，婴幼儿辅食产品受众群体巨大。同时，随着国家推出“双减”“三孩”等减轻生育硬性成本的一系列政策，全国各地区鼓励生育相关政策和配套措施也逐步完善，并且随着我国居民消费水平的提高和消费结构的逐渐优化，母婴行业的消费潜能和意愿有望得到释放。

2）喂养观念的改变提升渗透率，促进产业规模的扩大

经过几十年的发展，尤其是近年来“健康中国行动”的实施，对“生命早期 1000 天”的关注及行业协会、专家、市场主体对辅食科学喂养理念的宣传推广，婴幼儿的科学喂养理念深入人心，我国辅食的渗透率逐年提升。

此外，新生代父母的精细化育儿理念持续释放辅食市场的需求。中国高等教育的普及，年轻一代较高学历的父母逐渐成为育儿市场消费主力，他们更加注重科学育儿，在育儿方面的支出持续提高。根据 CIC 灼识咨询研究，2019 年中国食用辅食的婴幼儿全年人均辅食支出为 3,589 元，大幅落后于其他成熟辅食市场。随着婴幼儿群体食用辅食的频次变高、宝宝辅食需求逐渐被满足，2024 年该数字已达 6,247 元。预计 2029 年中国婴幼儿全年人均辅食支出将达 7,318 元。科学育儿观念在消费者中的普及将持续助力辅食市场消费需求的不断释放。

3）日趋严格的监管措施促进供给端产业升级，优胜劣汰提升产业集中度

在法律法规方面，国家出台了《中华人民共和国食品安全法》、《婴幼儿辅助食品生产许可审查细则》等一系列法律法规，对婴幼儿辅食的开发、研发、生产、销售等环节进行规范，保障行业健康有序发展。

在产业政策方面，近年来国家出台了《中国儿童发展纲要》、《国民营养计划》、《食品安全标准与监测评估“十四五”规划》及有关行业标准，意在引导辅食行业向规范化、规模化、

供给质量和效率显著提高方向发展，支持产业规模不断壮大，产业结构不断优化。

新政策法规的发布实施，促使整个行业逐步提高行业集中度，呈现优胜劣汰的态势，产业得到均衡发展。优质企业通过持续加大质量保障和研发投入，建立和塑造国产品牌形象，提升自主品牌在市场上的影响力，提高市场占有率，推动行业良性发展。

4) 技术和观念的进步推动行业发展和产品创新

随着国外品牌引进海外产品、国内辅食产品迭代创新，中国婴幼儿辅食产品以单一谷类辅食为主的格局正在转变，逐渐向高端化、精细化、多品类方向转变，辅食企业顺应市场发展，开发出了多种新品，满足消费者日益变化的需求。

同时，新技术的应用，使新产品更加适应婴幼儿的身体发育和营养吸收。如在米粉中添加二价铁离子能够直接被人体吸收，带来更高的铁吸收率；米粉酶解工艺的应用，更利好婴幼儿的吸收，冲调性更好，营养成分更稳定；冻干技术应用到辅食生产工艺中，有助于平衡产品新鲜度等。此外，辅食类企业在产品原料、包装、形态和规格的创新，不断满足消费者的精细化喂养需求，创造新的溢价支撑点。

5) 配套产业的日益完善强化了企业的核心竞争力

我国食品工业经过多年的发展，已经形成了较为成熟的产业链条和较为完善的监管政策。原材料供应商、加工设备制造企业、产品生产企业、品牌运营商、销售平台及渠道商、零售终端之间分工明确，产业集群效应明显，为行业的发展提供了良好的平台。

辅食行业内的企业在自主建厂的同时，可以采用代加工模式，直接利用生产企业已有的生产线和设备生产产品，快速响应市场需求，迅速占领市场，在市场竞争中赢得有利地位；而代加工企业也可以专注食品生产和质量安全。产业分工与协作，强化了企业的核心竞争力，能够进一步提升我国婴幼儿辅食产业的运营水平。

(2) 我国婴幼儿辅食行业发展面临的挑战

1) 婴幼儿辅食市场起步较晚，行业快速发展且竞争激烈

与发达国家相比，我国辅食市场起步较晚。近年来，我国辅食行业的标准不断提高、市场规模始终保持高速增长。一直以来我国辅食市场以外资品牌为主，如嘉宝、亨氏等。随着国货品牌崛起，国外品牌市场份额逐渐走低。但由于外资品牌在我国长时间的市场推广、品牌宣传与行业实践，国货品牌必须适应不断科学化、个性化的喂养观念，从开发高质量的产品入手，打造更适合中国婴幼儿的产品，以适应竞争激烈的市场环境。

2) 消费者科学喂养意识有待进一步提高

经过多年的宣传推广及市场教育，我国广大新生儿家庭已基本形成了“0~6 个月婴儿

纯母乳喂养，为6个月以上婴儿适时合理添加辅食”的新生儿喂养理念，“米粉是第一口辅食”等辅食喂养观念逐渐深入人心。但仍有部分消费者缺乏科学喂养知识，存在添加时间过早或过迟、添加顺序或种类不合理、将不适合的食物提供给婴幼儿的情况，我国辅食科学喂养意识有待进一步提高，婴幼儿家庭对多样化、科学化添加婴幼儿辅食的习惯需要持续培养。

3) 辅食产品安全及质量控制监管标准有待进一步提高

《食品安全法》、《婴幼儿辅助食品生产许可审查细则》、《食品生产许可审查通则》、《关于进一步加强婴幼儿谷类辅助食品监管的规定》及婴幼儿辅助食品国标的实施，对我国辅食的食品安全监督管理起到了较大的推动作用。辅食产品作为具有一定功能性的特殊膳食类食品，终端用户为婴幼儿，对食品安全标准的细分提出了更高的要求。我国婴幼儿辅食产品的标准体系有待进一步完善。我国辅食生产企业规模较小、相对分散，在研发能力、生产条件、质量管理水平上有待改进，这些都加大了政府的监管难度，因此需要辅食生产企业发挥更大的主体责任，共同促进辅食行业产品安全及质量控制监管标准有待进一步提高。

2、我国婴幼儿卫生用品行业面临的机遇与风险

(1) 我国婴幼儿卫生用品行业发展面临的机遇

1) 三孩政策出台及配套鼓励生育措施，减缓新生儿出生数量下降趋势

近几年我国新生人口数量有所下降，国家出台了三孩政策及配套的鼓励生育措施，使得下降趋势有所缓解。与此同时，由于低线城市的养育成本更低、育龄人群的生活压力更小，生育意愿和生育率更高，预计未来一段时间，下沉市场新生人口增速将略高于一二线城市。

2) 健康育儿理念深入人心，婴幼儿纸尿裤成为重点消费品类

随着生活水平和育龄人群受教育程度的提升，人们的育儿理念从过去传统、粗糙的育儿方式转变为现阶段科学化、精细化、个性化的育儿方式，育儿理念的更新带动母婴消费的升级，育龄人群提升了卫生护理意识，追求健康育养。婴幼儿卫生用品已经成为母婴消费中的重点品类之一。

3) 线上线下渠道优势互补、互相融合

婴幼儿卫生用品是高频易耗的快消品，线上渠道购买方便、价格实惠、促销活动多，吸引了更多消费者；同时随着互联网电商的发展，企业加速数字化转型步伐，各类品牌增加线上化布局，使得近年来婴幼儿纸尿裤线上渠道的销售额逐年攀升。但是，具备体验和服务优势的线下渠道依然重要，未来线上和线下渠道将优势互补，互相融合，给消费者带来更好的购物体验，进一步促进企业的发展。

(2) 我国婴幼儿卫生用品行业发展面临的风险

1) 国产品牌起步较晚，国际品牌仍具竞争优势

行业发展早期，以帮宝适、大王、花王、好奇为首的国际品牌凭借资本、技术、管理、品牌、成本、渠道等多方面的综合优势，长期占据着婴儿卫生用品行业的主要市场份额。国际品牌进入市场较早，并通过在中国自主建厂或者与国内企业合资的方式，引入发达国家的成熟产品和生产技术，通过提供优质的产品赢得了众多消费者的信赖，逐渐稳固了自身高端的品牌形象。而国内婴幼儿卫生用品品牌大部分成立时间较短，仍然需要更强大的研发能力、更高的产品质量和较长的时间才能逐步赶上与国际品牌在产品信赖度、接受度等方面的差距。

2) 婴幼儿卫生用品行业竞争激烈

近几年中国婴儿出生人数连续降低，加之卫生用品市场渗透率的提高，婴幼儿纸尿裤市场之前的高增长率已经难以再现，而新增品牌还在不断出现，市场未来竞争将更加激烈。企业需要在产品创新、高端化、高附加值产品的研发以及营销创新方面进行破局，进一步打造细分及个性化的产品，发掘市场潜力，方能在激烈的市场竞争中取得领先。

（十一）公司与同行业可比公司在业务情况、技术实力、经营情况和关键业务数据等方面的比较情况

报告期各期，发行人与同行业可比公司在营业收入、加权平均净资产收益率两项关键业务指标的比较情况如下：

1) 营业收入的对比情况

单位：万元

名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	复合增长率
汤臣倍健	353,231.24	683,839.48	940,681.37	786,141.18	-6.73%
贝因美	135,499.95	277,343.05	252,815.70	250,917.19	5.13%
妙可蓝多	256,716.43	484,375.38	404,903.37	482,953.80	0.15%
百亚股份	176,389.98	325,423.56	214,414.57	161,214.15	42.08%
可靠股份	54,895.60	107,853.63	108,148.44	118,628.98	-4.65%
发行人	113,170.86	197,433.38	175,831.70	129,605.21	23.42%

同行业可比公司较发行人上市时间较早，部分营业收入规模较大。发行人作为我国具有较强影响力的综合性、大型母婴产品生产及运营企业，随着婴幼儿辅食市场规模的快速增长，营业收入快速增长。

2) 加权平均净资产收益率的对比情况

名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度

汤臣倍健	6.55%	5.81%	15.34%	13.46%
贝因美	4.59%	6.54%	3.06%	-10.45%
妙可蓝多	2.97%	2.46%	1.43%	3.11%
百亚股份	12.81%	20.83%	18.17%	15.30%
可靠股份	2.10%	2.31%	1.48%	-3.12%
发行人	14.95%	24.38%	32.40%	23.77%

报告期各期公司加权平均净资产收益率较同行业可比公司高，持续盈利能力较强。

三、 发行人主营业务情况

（一） 销售情况和主要客户

1、主营业务收入构成情况

报告期内，公司主营业务收入分产品的主要构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
婴幼儿辅食	86,373.85	76.49%	152,447.77	77.40%	144,533.55	82.35%	103,045.03	79.75%
婴幼儿卫生用品	19,267.67	17.06%	34,015.83	17.27%	25,910.26	14.76%	24,846.26	19.23%
儿童食品	6,807.83	6.03%	9,477.65	4.81%	3,649.43	2.08%	564.09	0.44%
营养食品	475.28	0.42%	1,006.98	0.51%	1,410.81	0.80%	750.38	0.58%
合计	112,924.63	100.00%	196,948.22	100.00%	175,504.04	100.00%	129,205.76	100.00%

报告期各期，公司主营业务收入分别为 129,205.76 万元、175,504.04 万元、196,948.22 万元和 112,924.63 万元。2022 年至 2024 年，公司主营业务收入持续增长，年均复合增长率为 23.46%。

报告期内，婴幼儿辅食业务规模占比最高，带动了公司收入规模的增长，是公司业绩增长的主要原因。

2、主要产品的产能、产量及销量情况

报告期内，发行人自产产品主要为婴幼儿辅食产品中的米粉以及婴幼儿卫生用品中的纸尿裤、成长裤、纸尿片，上述产品的产能、产量及销量情况如下：

产品类别	项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
米粉	产能（吨）*注 1	4,032.00	3,152.00	2,976.00	2,976.00

	产量（吨）	2,823.91	2,286.08	3,219.82	2,969.60
	委托生产采购量（吨）*注2	0.00	2,778.22	2,060.10	45.35
	产能利用率*注3	70.04%	72.53%	108.19%	99.78%
	销量（吨）	2,764.37	5,189.51	4,986.34	3,003.63
	产销率*注4	97.89%	102.47%	94.44%	99.62%
纸尿裤	产能（万片）	12,916.42	25,832.84	25,832.84	25,832.84
	产量（万片）	9,471.57	21,974.40	13,716.65	13,268.32
	产能利用率	73.33%	85.06%	53.10%	51.36%
	销量（万片）	9,577.55	20,566.87	14,170.29	13,421.30
	产销率	101.12%	93.59%	103.31%	101.15%
成长裤	产能（万片）	7,809.93	15,619.86	15,619.86	15,619.86
	产量（万片）	8,699.07	13,390.91	10,814.34	11,369.10
	产能利用率	111.38%	85.73%	69.23%	72.79%
	销量（万片）	8,317.55	12,781.07	11,182.68	11,276.06
	产销率	95.61%	95.45%	103.41%	99.18%
纸尿裤片	产能（万片）	5,805.68	11,611.35	11,611.35	11,611.35
	产量（万片）	691.98	1,949.39	2,725.51	4,592.25
	产能利用率	11.92%	16.79%	23.47%	39.55%
	销量（万片）	645.02	1,950.29	2,981.10	4,516.98
	产销率	93.21%	100.05%	109.38%	98.36%

注1：2024年公司新投产浏阳生产基地，增加了米粉产线产能；

注2：公司米粉产能在2022年已趋于饱和，故从2022年年底开始委托生产米粉产品。截至报告期期末，随着英氏浏阳生产基地的顺利投产，公司已不存在委托生产米粉产品的情况；

注3：由于2023年米粉市场需求旺盛，为满足订单的需求，公司提升了排班的频次，产能利用率超过100%；

注4：产销率=当年销量/当年自主生产产量，如当年该产品存在自主生产及委托生产两种模式，则产销率=当年销量/（自主生产产量+委托生产产品采购量）。

3、主要产品销售价格的变动情况

报告期内，公司主要产品的平均售价情况详见本招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“（一）营业收入分析”之“2、主营业务收入按产品或服务分类”。

4、前五大客户的销售情况

报告期各期，公司前五大客户销售情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	收入	占营业收入的比例
2025 年 1-6 月	1	北京京东世纪贸易有限公司等*注 1	18,121.35	16.01%
	2	孩子王儿童用品股份有限公司及关联方等*注 2	4,306.71	3.81%
	3	浙江天猫供应链管理有限公司等*注 3	3,183.77	2.81%
	4	唯品会（中国）有限公司	1,499.28	1.32%
	5	成都佳倍爱母婴用品有限公司等*注 5	1,124.71	0.99%
	合计		28,235.82	24.95%
2024 年度	1	北京京东世纪贸易有限公司等*注 1	29,261.57	14.82%
	2	孩子王儿童用品股份有限公司及关联方等*注 2	8,544.34	4.33%
	3	浙江天猫供应链管理有限公司等*注 3	5,690.20	2.88%
	4	唯品会（中国）有限公司	3,138.07	1.59%
	5	成都佳倍爱母婴用品有限公司	2,375.57	1.20%
	合计		49,009.75	24.82%
2023 年度	1	北京京东世纪贸易有限公司等*注 1	27,382.05	15.57%
	2	孩子王儿童用品股份有限公司及关联方等*注 2	8,128.98	4.62%
	3	浙江天猫供应链管理有限公司等*注 3	5,427.69	3.09%
	4	唯品会（中国）有限公司	3,374.82	1.92%
	5	成都佳倍爱母婴用品有限公司	2,023.39	1.15%
	合计		46,336.93	26.35%
2022 年度	1	北京京东世纪贸易有限公司等*注 1	20,114.13	15.52%
	2	孩子王儿童用品股份有限公司采购中心	6,040.91	4.66%
	3	浙江天猫供应链管理有限公司等*注 3	5,218.32	4.03%
	4	乐友国际商业集团有限公司等*注 4	3,017.36	2.33%
	5	唯品会（中国）有限公司	2,230.37	1.72%
	合计		36,621.08	28.26%

注 1：北京京东世纪信息技术有限公司等包括北京京东世纪信息技术有限公司、北京京东世纪贸易有限公司和北京京东健康有限公司；

注 2：2023 年度至 2025 年 1-6 月，孩子王儿童用品股份有限公司及关联方等包括孩子王儿童用品股份有限公司采购中心、乐友国际商业集团有限公司。孩子王儿童用品股份有限公司于 2023 年登记受让乐友国际商业集团有限公司 65%的股份，以上业务统计范围为全年口径。

注 3：浙江天猫供应链管理有限公司等包括浙江天猫供应链管理有限公司与浙江昊超网络科技有限公司；

注 4：2022 年度，乐友国际商业集团有限公司等包括乐友国际商业集团有限公司与北京歌瑞家婴童用品有限公司；

注 5：成都佳倍爱母婴用品有限公司等包括成都佳倍爱母婴用品有限公司与长沙婴贝通

供应链管理有限公司。

报告期各期前五大客户变动较小，主要客户较为稳定，不存在重大异常变动，不存在单一客户销售占比超过 50%或严重依赖少数客户的情况。

（二） 采购情况及主要供应商

1、主要产品采购情况

报告期内，公司采购主要包括委托生产产品、原材料、包装材料等，采购规模随经营规模扩大而增加，具体金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
委托生产产品	19,400.61	47.37%	41,743.18	55.10%	33,931.00	52.22%	20,641.09	39.83%
原材料	11,097.34	27.10%	18,132.05	23.93%	15,389.18	23.68%	17,223.60	33.23%
包材	7,872.21	19.22%	11,434.84	15.09%	11,846.43	18.23%	10,877.00	20.99%
其他	2,582.08	6.31%	4,453.42	5.88%	3,813.55	5.87%	3,085.86	5.95%
总计	40,952.23	100.00%	75,763.49	100.00%	64,980.16	100.00%	51,827.55	100.00%

注：以上金额均不含税。

公司的委托生产产品主要为婴幼儿辅食及儿童食品、营养食品。随着公司婴幼儿辅食业务不断扩展，委托生产产品采购金额增速较为明显。报告期内，公司委托生产的婴幼儿辅食产品主要为米粉、饼干类、佐餐油、果蔬泥等，随着这些品类销量逐年提升，采购规模也随之增大。自 2025 年起，米粉由自主生产和委托生产相结合的模式转变为全部自主生产。

公司 2022 年原材料采购金额相对较高，主要系 2022 年吸收物料的上游原材料高分子材料价格较高，公司吸收物料采购价格较高。2023 年原材料价格有所回落，加之公司婴幼儿卫生用品中纸尿裤的产量下降，导致原材料采购金额下降。2024 年公司婴幼儿卫生用品的产销量均有所上升，导致吸收物料、无纺布类原材料采购金额提高，因此原材料采购金额在 2024 年有所提升。

公司包材采购主要包括罐子、卷膜、内袋、胶盖、内托等产品内包装和纸盒、外箱、彩箱等外包装。2022 年到 2024 年随着公司销售规模的扩大，包材耗用量提升，公司通过优化供应链管理、调整外包材工艺结构和竞价降低采购价格等方式进行成本控制，包材采购总额稳定。

2、主要采购价格变化情况

（1）委托生产产品采购情况

报告期内，公司的委托生产产品采购主要为婴幼儿辅食采购，主要产品采购情况如下：

单位：万元

分类	产品	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
婴幼儿辅食	饼干类	5,376.26	27.71%	9,704.10	23.25%	8,888.14	26.19%	7,440.79	36.05%
	米粉	-	0.00%	8,842.84	21.18%	6,415.16	18.91%	109.70	0.53%
	零食类	2,763.19	14.24%	4,664.60	11.17%	4,430.33	13.06%	3,128.70	15.16%
	佐餐油	2,867.32	14.78%	4,107.10	9.84%	3,428.40	10.10%	1,828.27	8.86%
	面条	1,797.73	9.27%	3,730.92	8.94%	4,110.36	12.11%	4,394.31	21.29%
	果蔬泥	1,840.05	9.48%	3,442.48	8.25%	2,399.01	7.07%	1,001.25	4.85%
	其他	1,833.05	9.45%	2,757.75	6.61%	2,101.35	6.19%	1,867.64	9.05%
儿童食品		2,562.79	13.21%	3,706.53	8.88%	1,415.69	4.17%	326.11	1.58%
营养食品		172.84	0.89%	443.47	1.06%	563.17	1.66%	372.88	1.81%
婴幼儿卫生用品		187.38	0.97%	343.39	0.82%	179.39	0.53%	171.46	0.83%
总计		19,400.61	100.00%	41,743.18	100.00%	33,931.00	100.00%	20,641.09	100.00%

注：以上金额均不含税。

（2）委托生产产品采购单价情况

报告期内，公司主要委托生产产品为婴幼儿辅食，公司主要委外生产的婴幼儿辅食采购单价变化情况如下：

单位：元/KG、元/L

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
饼干类	51.38	54.12	53.98	53.32
米粉	-	31.83	31.14	24.19
零食类	135.01	130.67	142.99	152.89
佐餐油	78.20	82.99	90.87	97.15
面条	17.32	17.47	17.20	17.18
果蔬泥	28.94	34.30	43.43	44.39

注：以上金额均不含税。

2022 年公司米粉采购单价较低，主要系自 2022 年 12 月起，公司与受托生产商开始业务合作，初期以小批量采购为主，采购金额和单价均处于较低水平。2023 年，公司业务规模的持续扩张，为确保供应链的稳定性并支持受托生产商的可持续发展，公司适当提高了米粉采购价格，以给予受托生产商合理的利润空间。这一调整使得采购价格在 2023 年达到合理水平，并在 2024 年保持稳定。

报告期内公司零食类产品的采购价格整体呈下降趋势，主要系公司与供应商进行商务谈

判并协助其开展精益生产管理，降低了部分产品的采购价格；另外，随着报告期内逐步推出爆米花、谷物棒等多种采购单价相对较低的新品，进一步降低了整体品类的采购单价。**2025年 1-6 月采购单价有所回升，主要系采购的产品结构有所变化，单价较低的泡芙采购占比下降。**

报告期内公司佐餐油采购价格持续下降，主要系规模效应所致。报告期各期，公司采购佐餐油的总金额分别为 1,828.27 万元、3,428.40 万元、4,107.10 万元和 **2,867.32 万元**，市场需求增加使公司采购佐餐油规模显著扩大，佐餐油单位采购成本降低。

公司果蔬泥在 2024 年、**2025 年 1-6 月**的采购单价降低，主要系公司为扩充产品品类，推出了新的果泥产品，丰富了产品线，采购单价受产品结构调整的影响进而下降。

(3) 原材料采购情况

公司产品生产所需的主要原辅材料包括卫生用品生产所需的吸收物料、无纺布、热熔胶、氨纶、透气膜与闭合系统等和辅食生产所需粮食加工品与食品营养强化剂等。报告期内，公司主要原材料的采购情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
吸收物料	4,146.11	37.36%	7,906.68	43.61%	6,207.80	40.34%	7,329.70	42.56%
无纺布类	2,661.82	23.99%	4,680.40	25.81%	3,271.35	21.26%	3,726.64	21.64%
粮食加工品	1,614.48	14.55%	1,856.87	10.24%	2,393.61	15.55%	2,083.55	12.10%
食品营养强化剂	1,481.59	13.35%	1,431.88	7.90%	1,753.52	11.39%	1,755.85	10.19%
热熔胶	572.43	5.16%	986.51	5.44%	631.47	4.10%	739.24	4.29%
透气膜类	312.46	2.82%	628.63	3.47%	506.88	3.29%	715.74	4.16%
氨纶	114.76	1.03%	197.10	1.09%	310.20	2.02%	518.16	3.01%
其他	193.69	1.75%	443.98	2.45%	314.36	2.04%	354.71	2.06%
合计	11,097.34	100.00%	18,132.05	100.00%	15,389.18	100.00%	17,223.60	100.00%

注：以上金额均不含税。

辅食原材料包括粮食加工品和食品营养强化剂，其中粮食加工品在 2023 年金额有所提升，主要系采购有机米粉的原材料规模上升所致。2024 年为将产能逐步转移至英氏浏阳生产基地做准备，子公司江西枫树逐渐降低自产产量，辅食原材料采购数量有所下降，加之采购单价有所降低，因此粮食加工品和食品营养强化剂的采购金额均有所下降。**2025 年 1-6 月，米粉全部由英氏浏阳生产基地自主生产，自产产量增加，故原材料采购金额增加较多。**

婴幼儿卫生用品原材料采购方面，2022 年吸收物料受到上游供应链价格波动影响，主

要原材料采购单价相对较高，且公司产量高，拉动了采购需求，采购金额较大；2023 年公司成长裤、纸尿裤产量下降，导致婴幼儿卫生用品整体产量有所下降，进而吸收物料、无纺布类等原材料采购规模减少，同时原材料采购价格降低，尤其是吸收物料和氨纶价格回落较明显，综合影响下整体采购金额下降；2024 年公司敏感肌系列广受客户和市场认可，婴幼儿卫生用品产品整体产销量增长显著，采购金额随之增长；**2025 年 1-6 月采购金额较为稳定。**

（4）原材料采购单价情况

报告期各期，公司主要原材料采购平均单价情况如下所示：

单位：元/千克

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
吸收物料	12.53	12.92	13.59	14.71
无纺布类	14.34	14.48	14.25	14.42
粮食加工品	5.55	6.50	6.70	6.17
食品营养强化剂	85.25	76.39	89.03	71.28
热熔胶	20.63	17.15	16.77	16.87
透气膜类	12.45	13.05	13.98	14.93
氨纶	27.81	30.87	36.14	56.31

无纺布类、透气膜类的采购单价基本保持稳定，其他原材料采购单价波动原因如下：

报告期内，吸收物料的上游原材料高分子材料价格持续走低，导致公司采购吸收物料的价格持续下降。**粮食加工品 2022 年至 2024 年采购单价较为稳定，2025 年 1-6 月单价有所下降，主要系公司积极开拓采购渠道，议价能力提高。**食品营养强化剂采购单价在 2023 年涨幅较大，主要系采购结构变化所致，食品营养强化剂中单价高的原材料采购量增大，拉高了整体采购单价；2024 年食品营养强化剂原材料价格下降，导致其单位采购价格降低；**2025 年 1-6 月食品营养强化剂单价有所上升，主要系米粉自产产量增加，单价较高的益生菌、果蔬制品等原材料采购量增加，拉高了整体采购单价。**热熔胶 2022 年至 2024 年采购单价较为稳定，2025 年 1-6 月单价有所上升，主要系纸尿裤、成长裤产品升级，单价较高的原材料采购量增加，拉高了整体采购单价。报告期内，氨纶市场价格持续走低，导致其采购单价持续下降。

3、主要能源及供应情况

公司消耗的主要能源为电、蒸汽、水等，供应源较为稳定，其中，蒸汽主要用于米粉生产。**2024 年末英氏浏阳生产基地已投产，2025 年 1-6 月米粉全部自主生产，尤其对蒸汽的需求量增加较多，故 2025 年 1-6 月能源采购增加。**报告期内，公司的能源采购情况如下：

序号	能源	项目	单位	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
1	电	采购金额	万元	468.98	831.46	600.43	579.84
		采购数量	万度	669.64	1,115.00	793.08	773.08
		平均采购价格	元/度	0.70	0.75	0.76	0.75
2	水	采购金额	万元	26.63	56.42	27.55	25.50
		采购数量	万吨	6.81	14.42	7.31	6.95
		平均采购价格	元/吨	3.91	3.91	3.77	3.67
3	蒸汽	采购金额	万元	230.85	166.21	172.49	175.91
		采购数量	吨	7,409.00	6,212.70	6,946.00	6,305.20
		平均采购价格	元/吨	311.58	267.53	248.33	278.99

4、报告期内主要供应商情况

报告期内，公司向前五大供应商的采购金额及占当期采购总额比例的情况如下：

单位：万元

期间	序号	供应商名称	主要采购内容	采购额	占采购总额的比例
2025 年 1-6 月	1	青岛明月海祥营养食品有限公司等*注 1	饼干类、果蔬泥	4,195.10	10.24%
	2	长沙鸿鑫源新材料有限公司等*注 2	吸收物料、透气膜类	3,418.58	8.35%
	3	辽宁晟麦实业股份有限公司	佐餐油	2,761.09	6.74%
	4	台州黄罐健源食品有限公司	零食类、肉制品	2,188.89	5.34%
	5	上海京元食品有限公司	面条	1,797.73	4.39%
	合计			14,361.39	35.07%
2024 年度	1	江西金薄金生态科技有限公司	米粉	8,846.77	11.68%
	2	青岛明月海祥营养食品有限公司等*注 1	饼干类、果蔬泥、番茄酱、清清葆	7,915.38	10.45%
	3	长沙鸿鑫源新材料有限公司等*注 2	吸收物料、透气膜类	7,790.58	10.28%
	4	辽宁晟麦实业股份有限公司	佐餐油	4,053.02	5.35%
	5	台州黄罐健源食品有限公司	零食类、肉制品	3,931.20	5.19%
	合计			32,536.95	42.95%
2023 年度	1	青岛明月海祥营养食品有限公司等*注 1	饼干类、果蔬泥、清清葆	7,717.61	11.88%
	2	江西金薄金生态科技有限公司	米粉	6,415.16	9.87%

	3	长沙鸿鑫源新材料有限公司等*注 2	吸收物料、透气膜类	6,349.40	9.77%
	4	台州黄罐健源食品有限公司	零食类、肉制品	3,535.97	5.44%
	5	辽宁晟麦实业股份有限公司	佐餐油	3,428.40	5.28%
	合计			27,446.54	42.24%
2022 年度	1	长沙鸿鑫源新材料有限公司等*注 2	吸收物料、透气膜类	7,644.72	14.75%
	2	青岛明月海祥营养食品有限公司等*注 1	饼干类、果蔬泥	5,039.30	9.72%
	3	上海京元食品有限公司	面条	2,879.16	5.56%
	4	台州黄罐健源食品有限公司	零食类、肉制品	2,559.14	4.94%
	5	福建美一食品有限公司	零食类、奶酪	2,414.05	4.66%
	合计			20,536.37	39.62%

注 1：青岛明月海祥营养食品有限公司等包括青岛明月海祥营养食品有限公司、青岛安信制果食品有限公司、青岛海与宝宝营养食品有限公司；

注 2：长沙鸿鑫源新材料有限公司等包括长沙鸿鑫源新材料有限公司与湖南鑫七喜科技有限公司；

注 3：以上采购金额均不含税。

报告期内，公司不存在向单个供应商的采购超过当年采购总额比例的 50%或严重依赖于少数供应商的情况。

报告期内，公司、公司控股股东实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与公司前五大供应商不存在关联关系，不存在主要供应商或其控股股东、实际控制人是公司前员工、前关联方、前股东、公司实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

（三） 主要资产情况

1、主要固定资产情况

公司固定资产包括房屋及建筑物、机器设备、运输设备、办公及电子设备。截至 2025 年 6 月 30 日，公司主要固定资产情况如下：

单位：万元

项目	固定资产原值	累计折旧	减值准备	账面价值	成新率
房屋及建筑物	31,289.73	4,873.03	-	26,416.71	84.43%
机器设备	22,244.73	7,696.87	3,692.80	10,855.05	48.80%
运输设备	218.49	196.58	-	21.91	10.03%

办公及电子设备	2, 357. 30	1, 154. 48	19. 91	1, 182. 91	50. 18%
合计	56, 110. 24	13, 920. 95	3, 712. 71	38, 476. 58	-

(1) 自有房屋建筑物情况

截至本招股说明书签署日，发行人及子公司拥有的房产情况如下：

序号	权利人	权属证书编号	坐落地址	建筑面积 (m²)	用途	是否抵押
1	英氏控股	湘(2019)长沙市不动产权第0343949号	芙蓉区隆园五路6号英氏控股集团股份有限公司厂房一	43,186.64	工业	是
2	英氏控股	湘(2020)长沙市不动产权第0134601号	芙蓉区隆园五路6号英氏控股集团股份有限公司厂房二	19,943.09	工业	是
3	英氏控股	湘(2020)长沙市不动产权第0132273号	芙蓉区隆园五路6号英氏控股集团股份有限公司研发楼	8,458.05	办公	否
4	英氏控股	湘(2020)长沙市不动产权第0132315号	芙蓉区隆园五路6号英氏控股集团股份有限公司食堂倒班宿舍综合楼	9,671.03	工业	否
5	英氏控股	湘(2019)长沙市不动产权第0364419号	芙蓉区隆园五路6号英氏控股集团股份有限公司门卫值班室	24.85	工业	否
6	英氏营养	湘(2025)浏阳市不动产权第0014647号	浏阳经济技术开发区柳冲路16号(物流成品库)	12,026.20	工业	否
7	英氏营养	湘(2025)浏阳市不动产权第0014649号	浏阳经济技术开发区柳冲路16号(污水处理)等4套	523.06	工业	否
8	英氏营养	湘(2025)浏阳市不动产权第0014644号	浏阳经济技术开发区柳冲路16号(主厂房)	35,545.07	工业	否
9	英氏营养	湘(2025)浏阳市不动产权第0014646号	浏阳经济技术开发区柳冲路16号(综合楼)	10,050.40	工业	否
10	英氏乳业	长房权证芙蓉字第713253667号	芙蓉区芙蓉中路二段98号明城国际中心3601	57.24	住宅	否
11	英氏乳业	湘(2017)长沙市不动产权第0361237号	芙蓉区芙蓉中路二段98号明城国际中心3602	55.18	住宅	否
12	英氏乳业	湘(2017)长沙市不动产权第0361238号	芙蓉区芙蓉中路二段98号明城国际中心3603	55.18	住宅	否
13	英氏乳业	湘(2017)长沙市不动产权第0361241号	芙蓉区芙蓉中路二段98号明城国际中心3604	55.18	住宅	否

14	英氏乳业	湘（2017）长沙市不动产权第0361243号	芙蓉区芙蓉中路二段98号明城国际中心3605	55.18	住宅	否
15	英氏乳业	湘（2017）长沙市不动产权第0361244号	芙蓉区芙蓉中路二段98号明城国际中心3607	55.18	住宅	否
16	英氏乳业	湘（2017）长沙市不动产权第0361245号	芙蓉区芙蓉中路二段98号明城国际中心3608	57.24	住宅	否
17	英氏乳业	湘（2017）长沙市不动产权第0361246号	芙蓉区芙蓉中路二段98号明城国际中心3611	54.75	住宅	否
18	英氏乳业	湘（2017）长沙市不动产权第0361248号	芙蓉区芙蓉中路二段98号明城国际中心3612	42.03	住宅	否

注 1：序号为 10 的房产已取得编号为“长国用（2014）第 104536 号”的土地使用权证书，土地使用权面积为 4.8 m²，所分摊的土地使用权面积较小。

注 2：序号 6-9 的房产的不动产权证书于 2025 年 5 月取得。

(2) 房屋租赁情况

承租方	出租方	地理位置	建筑面积 (m ²)	租赁期限	租赁用途
英氏营养	焦爱红	北京市大兴区宏大南园2号楼1单元703	94.68	2025.08.25-2026.08.24	居住
长沙厚博	成都鸿图瑞和物业管理有限公司	成都市成华区仁爱路166号11栋1单元20层2015号	57.46	2025.03.06-2027.03.05	办公
长沙厚博	纪亦臣	西安市未央路经济开发区凤城二路天地时代广场B座2701室	94.80	2025.08.25-2026.08.24	办公
长沙厚博	南京顺灏商业管理有限公司	南京市江宁区科建路29号01幢B2单元528室	107.00	2025.06.08-2026.06.07	办公
长沙厚博	薄雨轩、肖源	沈阳市经济技术开发区开发大道2甲23号(1-9-2号)	88.99	2025.02.24-2026.02.23	居住
长沙厚博	武汉企鸣商业管理有限公司	武汉市东西湖区将军路金银潭大道以北、银潭路以南“武汉客厅星星会展中心建设项目”展贸中心J号楼单元-第18层，1812单元	130.00	2024.09.05-2026.09.04	办公
长沙厚博	管正伟、张芸芸	福建省泉州市晋江市中海锦城北区7栋1803室	124.22	2025.04.11-2026.04.10	居住
长沙厚博	合肥纵盈商业管理有限公司	安徽省合肥市包河区马鞍山南路绿地赢海国际大厦C座1903室	75.84	2024.12.12-2025.12.11	办公
长沙厚博	广州酷办商务发展有限公司	广州市番禺区南村镇万惠一路48号2819	73.00	2024.01.01-2025.12.31	办公
长沙厚博	王颖	济南市天桥区明湖北路湖畔苑小区大明翠庭3号楼1单元801	141.09	2025.02.15-2026.02.14	居住

长沙厚博	王锡富、唐海香	海口市秀英区海秀西路2号金城新天地1楼B单元4层401房	85.43	2025.06.15-2026.06.16	居住
长沙厚博	郑州沪豫通物业管理有限公司	郑东新区康平路79号2号楼7层714号	116.77	2025.04.26-2026.04.25	办公
长沙厚博	杨宴	重庆市江北区红盛路18号17-08	42.17	2025.01.01-2025.12.31	办公
长沙厚博	唐军、杨静芳	南宁市江南区亭洪路南江南万达广场B6号楼2单元三十一层3101号房	140.77	2025.08.25-2026.08.24	居住
长沙厚博	洪若恩	衡阳市蒸湘区华新街道凤凰北街6号碧桂园衡中心1期5栋1504	129.31	2025.10.18-2026.10.17	办公
长沙厚博	邹经剑	江西省南昌市南昌县东新乡红星中奥广场25栋1单元1004号	109.65	2025.04.01-2026.03.31	办公
长沙厚博	易风华	贵阳市观山湖区大唐东原财富广场6栋10层06号	90.78	2025.01.12-2026.01.11	办公
长沙厚博	贾露	五龙口街105号3幢3层0305号	96.03	2025.03.15-2026.03.14	办公
长沙厚博	俞敬荣	石家庄市主城区5区泰丰观湖小区12-1-2001	155.72	2025.03.30-2026.03.29	办公
长沙厚博	王夏英	上城吟彩芳菲之城11幢2单元3层301室	138.22	2025.09.01-2026.08.31	居住
长沙厚博	严皇	盘龙区瑞鼎城6栋2002室	121.38	2025.02.15-2027.02.14	办公
英氏营养	杭州菜鸟供应链管理有限公司	江苏省常熟市董徐大道安富路22号东久新宜-常熟奥姆卡产业园A1栋1层1单元	4,886.21	2023.08.15-2026.07.31	仓储
英氏营养	杭州菜鸟供应链管理有限公司	江苏省常熟市董徐大道安富路22号东久新宜-常熟奥姆卡产业园A1栋1层2单元	3,566.16	2023.10.01-2026.07.31	仓储

(3) 主要设备

截至 2025 年 6 月 30 日，公司主要设备情况如下：

设备名称	数量 (台、套)	资产原值 (万元)	累计折旧 (万元)	资产净值 (万元)	成新率
全伺服婴儿拉拉裤高速设备 11 号线	1	2,649.57	1,779.81	869.76	32.83%
米粉听装包装线	2	2,472.97	139.92	2333.05	94.34%
洁净系统	1	2,370.00	268.21	2101.79	88.68%
全伺服婴儿拉拉裤高速设备 10 号线	1	1,965.15	1,312.31	652.84	33.22%
米粉半成品储混系统	1	1,024.96	57.99	966.97	94.34%
滚筒干燥系统	1	991.15	56.08	935.07	94.34%

全伺服婴儿纸尿裤高速设备 6 号线	1	747.89	357.27	390.62	52.23%
米粉条装包装线	1	735.63	41.62	694.01	94.34%
全伺服婴儿纸尿裤高速设备 7 号线	1	725.48	346.57	378.91	52.23%
全伺服婴儿纸尿裤高速设备 4 号线	1	670.87	174.11	496.76	74.05%
大米制粉系统	1	660.46	37.37	623.09	94.34%
米粉前处理系统	1	626.18	35.43	590.75	94.34%
合计	-	15,640.31	4606.69	11033.62	-

2、主要无形资产情况

(1) 土地使用权

截至本招股说明书签署日，发行人拥有的与生产经营相关的主要土地使用权情况如下：

序号	权利人	证书编号	坐落地址	面积（m²）	用途	取得方式	使用权终止日期
1	英氏控股	湘（2019）长沙市不动产权第 0319420 号	长沙市芙蓉区东岸乡张公岭村	宗地面积 46,712.90	工业用地	出让	2065.01.07
2	英氏控股	湘（2020）长沙市不动产权第 0134601 号	芙蓉区隆园五路 6 号英氏控股集团股份有限公司厂房二				
3	英氏控股	湘（2019）长沙市不动产权第 0364419 号	芙蓉区隆园五路 6 号英氏控股集团股份有限公司门卫值班室				
4	英氏控股	湘（2020）长沙市不动产权第 0132315 号	芙蓉区隆园五路 6 号英氏控股集团股份有限公司食堂倒班宿舍综合楼				
5	英氏控股	湘（2020）长沙市不动产权第 0132273 号	芙蓉区隆园五路 6 号英氏控股集团股份有限公司研发楼				
6	英氏控股	湘（2019）长沙市不动产权第 0343949 号	芙蓉区隆园五路 6 号英氏控股集团股份有限公司厂房一				
7	英氏营养	湘（2025）浏阳市不动产权第 0014647 号	浏阳经济技术开发区柳冲路 16 号（物流成品库）	宗地面积 83,393.92	工业用地	出让	2072.06.29
8	英氏营养	湘（2025）浏阳市不动产权第 0014649 号	浏阳经济技术开发区柳冲路 16 号（污水处理）等 4 套				
9	英氏营养	湘（2025）浏阳市不动产权第 0014644 号	浏阳经济技术开发区柳冲路 16 号（主厂房）				
10	英氏营养	湘（2025）浏阳市不动产权第	浏阳经济技术开发区柳冲路 16 号（综合楼）				

		0014646 号				

(2) 商标

截至 2025 年 6 月 30 日，公司及子公司共拥有 795 项商标，具体情况详见附件 1。

(3) 专利

截至 2025 年 6 月 30 日，公司及子公司共拥有 102 项专利，具体情况详见附件 2。

(4) 域名

截至 2025 年 6 月 30 日，公司有 3 项已备案且在使用的域名，具体如下：

序号	域名	首页网址	网站备案/许可证号	审核通过时间
1	engnice.com	www.engnice.com	湘 ICP 备 18003062 号-1	2018 年 2 月 11 日
2	engnicegroup.com	www.engnicegroup.com	湘 ICP 备 16006054 号-1	2018 年 2 月 13 日
3	enoulite.com	www.enoulite.com	湘 ICP 备 18018491 号-3	2021 年 3 月 30 日

(5) 软件著作权

截至 2025 年 6 月 30 日，发行人及子公司已取得 13 项计算机软件著作权，具体如下：

序号	名称	登记号	取得日期	取得方式	著作权人
1	数字化智慧管理信息系统 V1.0	2019SR0834891	2019.08.12	原始取得	英氏控股
2	OEM 供应商协同平台 V1.0	2023SR0123014	2023.01.19	原始取得	英氏控股
3	英氏营养品 APS 高级生产排程系统 V1.0	2023SR1170648	2023.09.27	原始取得	英氏营养
4	英氏营养品质量 QMS 系统 V1.0	2023SR1170345	2023.09.27	原始取得	英氏营养
5	英氏营养品产品追溯与防窜系统 V1.0	2023SR1190825	2023.10.08	原始取得	英氏营养
6	电商 CRM 用户管理系统 V1.0	2023SR0612446	2023.06.09	原始取得	长沙厚博
7	电商客诉管理系统 V1.0	2023SR0606434	2023.06.08	原始取得	长沙厚博
8	母婴商品网络营销推广平台 V1.0	2019SR0834883	2019.08.12	原始取得	长沙厚博
9	电商营销咨询信息管理系统 V1.0	2023SR1040157	2023.09.11	原始取得	长沙厚博
10	有味妈咪会员服务平台 [简称：有味妈咪]V1.0	2019SR0046763	2019.01.15	原始取得	湖南伟灵格
11	英氏供应链仓储流程规范标准服务平台 V1.0	2024SR1596232	2024.10.24	原始取得	英氏营养
12	电商 ERP 管理数字化协同办公咨询服务云平台 V1.0	2024SR1596233	2024.10.24	原始取得	长沙厚博

13	电商敏捷供应链追溯数字化集中管理系统 V1.0	2024SR1596259	2024.10.24	原始取得	长沙厚博

(6) 作品著作权

截至 2025 年 6 月 30 日，公司及子公司共拥有 16 项经国家版权局登记的作品著作权，具体情况如下：

序号	名称	登记号	取得日期	取得方式	著作权人
1	Enoulite 英氏忆格	国作登字 -2020-F-00991386	2020.03.06	原始取得	英氏控股
2	英氏忆格辅食五阶体系 第一阶	国作登字 -2021-F-01222235	2021.01.05	原始取得	英氏控股
3	英氏忆格辅食五阶体系 第二阶	国作登字 -2021-F-01222234	2021.01.05	原始取得	英氏控股
4	英氏忆格辅食五阶体系 第三阶	国作登字 -2021-F-01222236	2021.01.05	原始取得	英氏控股
5	英氏忆格辅食五阶体系 第四阶	国作登字 -2021-F-01222233	2021.01.05	原始取得	英氏控股
6	英氏忆格辅食五阶体系 第五阶	国作登字 -2021-F-01222232	2021.01.05	原始取得	英氏控股
7	忆小口·爱吃谷物系列 IP 形象	国作登字 -2022-F-10073442	2022.04.08	原始取得	英氏控股
8	忆小口·爱吃果蔬系列 IP 形象	国作登字 -2022-F-10073450	2022.04.08	原始取得	英氏控股
9	忆小口·爱吃海味系列 IP 形象	国作登字 -2022-F-10073444	2022.04.08	原始取得	英氏控股
10	忆小口·爱上牛奶系列 IP 形象	国作登字 -2022-F-10073443	2022.04.08	原始取得	英氏控股
11	Wellingo 平面图形	国作登字 -2023-F-00058318	2023.04.06	受让取得	英氏控股
12	忆小口均衡宝塔	国作登字 -2023-F-00165571	2023.08.07	原始取得	英氏控股
13	英氏小绿勺计划	国作登字 -2023-F-00150980	2023.07.21	原始取得	英氏控股
14	英氏吉祥物（小狮子）	国作登字 -2016-F-00214364	2016.03.24	原始取得	英氏营养
15	抱抱云	国作登字 -2021-F-00252305	2021.11.02	原始取得	湖南舒比奇
16	英氏 GIVE ME 5	国作登字 -2024-F-00145273	2024.5.28	原始取得	英氏控股

3、资产许可与被许可使用情况

(1) 资产许可使用情况

基于开展业务需要，发行人及子公司许可供应商、经销商在合作过程中无偿使用发行人及子公司的商标，许可供应商在合作过程中无偿使用发行人及子公司的专利。报告期内，发

行人及子公司未发生因资产许可使用相关的纠纷。

（2）资产被许可使用情况

发行人报告期内存在受托生产其他品牌纸尿裤产品的情形，并根据客户的许可使用指定商标用于受托加工的产品。

除上述情形外，发行人及子公司存在被许可使用商标、品牌或著作权，进行产品的开发、销售、联名及宣传推广等工作。报告期内，发行人及子公司未发生因资产被许可使用相关的纠纷。

（四）其他披露事项

报告期内，公司及其子公司与报告期各期前五大客户、供应商签署的框架协议及重大工程施工合同、授信协议、借款合同、担保合同、广告合同的具体情况如下：

1、重大销售合同

报告期内，公司及子公司与主要客户签订年度框架销售协议，建立了长期的合作关系。截止报告期末，公司及子公司报告期内与各期前五大客户签订的重大销售合同情况如下：

序号	合同名称	客户名称	合同内容	合同金额 (万元)	履行 情况
2025 年 1-6 月					
1	产品购销协议	北京京东世纪贸易有限公司	婴幼儿卫生用品	年度框架式销售协议	正在履行
	食品购销合同	北京京东世纪信息技术有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式销售协议	正在履行
2	商品采购合作合同	孩子王儿童用品股份有限公司采购中心	婴幼儿辅食	年度框架式销售协议	正在履行
3	天猫超市供应商（寄售）合作协议	浙江昊超网络科技有限公司* 注	婴幼儿辅食	年度框架式销售协议	正在履行
	天猫超市商家服务合作协议		婴幼儿卫生用品	年度框架式销售协议	正在履行
4	商品销售合同	唯品会（中国）有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式销售协议	正在履行
			婴幼儿卫生用品	年度框架式销售协议	正在履行
5	经销商合同书	成都佳倍爱母婴用品有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式销售协议	正在履行
2024 年度					
1	产品购销协议	北京京东世纪贸易有限公司	婴幼儿卫生用品	年度框架式销售协议	履行完毕
	食品购销合同	北京京东世纪信息技术有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式销售协议	履行完毕
2	商品采购合作	孩子王儿童用品股份有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式销	履行

	合同	采购中心		售协议	完毕
	乐友集团商品购销合同	乐友国际商业集团有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式销售协议	履行完毕
3	天猫超市供应商（寄售）合作协议	浙江昊超网络科技有限公司* 注	婴幼儿辅食	年度框架式销售协议	履行完毕
			婴幼儿卫生用品	年度框架式销售协议	履行完毕
4	商品销售合同	唯品会（中国）有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式销售协议	履行完毕
			婴幼儿卫生用品	年度框架式销售协议	履行完毕
5	经销合同书	成都佳倍爱母婴用品有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式销售协议	履行完毕
2023 年度					
1	产品购销协议	北京京东世纪贸易有限公司	婴幼儿卫生用品	年度框架式销售协议	履行完毕
	食品购销合同	北京京东世纪信息技术有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式销售协议	履行完毕
2	商品采购合作合同	孩子王儿童用品股份有限公司 采购中心	婴幼儿辅食	年度框架式销售协议	履行完毕
	乐友集团商品购销合同	乐友国际商业集团有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式销售协议	履行完毕
3	天猫超市供应商（代销）合作协议	浙江天猫供应链管理有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式销售协议	履行完毕
	天猫超市供应商（寄售）合作协议	浙江昊超网络科技有限公司* 注	婴幼儿卫生用品	年度框架式销售协议	履行完毕
4	商品销售合同	唯品会（中国）有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式销售协议	履行完毕
			婴幼儿卫生用品	年度框架式销售协议	履行完毕
5	经销合同书	成都佳倍爱母婴用品有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式销售协议	履行完毕
2022 年度					
1	产品购销协议	北京京东世纪贸易有限公司	婴幼儿卫生用品	年度框架式销售协议	履行完毕
	食品购销合同	北京京东世纪信息技术有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式销售协议	履行完毕
2	商品采购合作合同	孩子王儿童用品股份有限公司 采购中心	婴幼儿辅食	年度框架式销售协议	履行完毕
3	天猫超市供应商（代销）合作协议	浙江天猫供应链管理有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式销售协议	履行完毕
	天猫超市供应商（寄售）合作协议	浙江昊超网络科技有限公司* 注	婴幼儿卫生用品	年度框架式销售协议	履行完毕
4	乐友集团商品购销合同	乐友国际商业集团有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式销售协议	履行完毕
	歌瑞家委托加工合同	北京歌瑞家婴童用品有限公司	用品代加工	年度框架式销售协议	履行完毕
5	商品销售合同	唯品会（中国）有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式销	履行

				售协议	完毕
			婴幼儿卫生用品	年度框架式销售协议	履行完毕

注：曾用名为浙江天猫网络科技有限公司

2、采购合同

报告期内，公司及子公司与主要供应商签订年度框架采购协议，建立了长期的合作关系。

截止报告期末，公司及子公司报告期内与各期前五大供应商签订采购合同情况如下：

序号	合同名称	供应商名称	合同主要内容	合同金额（万元）	履行情况
2025 年 1-6 月					
1	湖南英氏营养食品有限公司委托加工合同	青岛明月海祥营养食品有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式采购协议	正在履行
	湖南英氏营养食品有限公司委托加工合同	青岛海与宝宝营养食品有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式采购协议	正在履行
	湖南英氏营养食品有限公司委托加工合同	青岛安信制果食品有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式采购协议	正在履行
2	英氏控股集团股份有限公司采购框架协议书	长沙鸿鑫源新材料有限公司	原材料	年度框架式采购协议	正在履行
3	湖南英氏营养食品有限公司委托加工合同	辽宁晟麦实业股份有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式采购协议	正在履行
4	湖南英氏营养食品有限公司委托加工合同	台州黄罐健源食品有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式采购协议	正在履行
5	湖南英氏营养食品有限公司委托加工合同	上海京元食品有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式采购协议	正在履行
2024 年度					
1	湖南英氏营养食品有限公司委托加工合同	江西金薄金生态科技有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式采购协议	履行完毕
2	湖南英氏营养食品有限公司委托加工合同	青岛明月海祥营养食品有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式采购协议	履行完毕
	湖南英氏营养食品有限公司委托加工合同	青岛海与宝宝营养食品有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式采购协议	履行完毕
3	英氏控股采购合同书	长沙鸿鑫源新材料有限公司	原材料	年度框架式采购协议	履行完毕
4	湖南英氏营养食品有限公司	辽宁晟麦实业股份有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式采购协议	履行完毕

	委托加工合同				
5	湖南英氏营养食品有限公司委托加工合同	台州黄罐健源食品有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式采购协议	履行完毕
2023 年度					
1	湖南英氏营养食品有限公司委托加工合同	青岛明月海祥营养食品有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式采购协议	履行完毕
	湖南英氏营养食品有限公司委托加工合同	青岛海与宝宝营养食品有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式采购协议	履行完毕
2	湖南英氏营养食品有限公司委托加工合同	江西金薄金生态科技有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式采购协议	履行完毕
3	英氏控股原辅材料合同生产 商年度交易 条款	长沙鸿鑫源新材料有限公司	原材料	年度框架式采购协议	履行完毕
4	湖南英氏营养食品有限公司委托加工合同	台州黄罐健源食品有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式采购协议	履行完毕
5	湖南英氏营养食品有限公司委托加工合同	辽宁晟麦实业股份有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式采购协议	履行完毕
2022 年度					
1	生产商年度交易条款	长沙鸿鑫源新材料有限公司	原材料	年度框架式采购协议	履行完毕
2	湖南英氏营养食品有限公司委托加工合同	青岛明月海祥营养食品有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式采购协议	履行完毕
	湖南英氏营养食品有限公司委托加工合同	青岛海与宝宝营养食品有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式采购协议	履行完毕
3	湖南英氏营养食品有限公司委托加工合同	上海京元食品有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式采购协议	履行完毕
4	湖南英氏营养食品有限公司委托加工合同	台州黄罐健源食品有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式采购协议	履行完毕
5	湖南英氏营养食品有限公司委托加工合同	福建美一食品有限公司	婴幼儿辅食	年度框架式采购协议	履行完毕

3、工程施工合同

报告期内，发行人及其子公司已履行、正在履行的金额在 2,000 万元以上的建设工程施工合同具体如下：

序号	发包人	承包人	合同金额 (万元)	合同签订时间	合同主要内容	截至报告期末是否履行完毕
1	湖南英氏营养食品有限公司	湖南高岭建设集团股份有限公司	18,987.75	2023 年 7 月	英氏婴童营养与健康科学产业基地（一期）项目工程施工	否
2	湖南英氏营养食品有限公司	大连腾马科技发展有限公司	2,396.00	2023 年 12 月	英氏婴童营养与健康科学产业基地（一期）项目工程施工	否
3	湖南英氏营养食品有限公司	江苏仪一联合智造有限公司	2,331.00	2023 年 12 月	采购智能听装柔性生产系统	否
4	湖南英氏营养食品有限公司	山东万事达建筑钢品股份有限公司	2,237.61	2023 年 7 月	英氏婴童营养与健康科学产业基地（一期）项目工程中钢结构及其材料货物的供应	否

4、授信协议、借款合同及担保合同

(1) 授信协议

报告期内，发行人及其子公司已履行、正在履行的金额在 2,000 万元及以上的银行授信协议具体如下：

序号	授信人	受信人	授信协议合同编号	最高授信额度（万元）	授信期限	担保手段	截至报告期末是否履行完毕
1	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	英氏控股集团有限公司	RZ-YS-2017	12,000.00	2017/05/17-2022/05/17	抵押担保 保证担保	是
2	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	英氏控股集团有限公司	RZ-YS-201701	2,347.00	2017/12/13-2022/05/17	抵押担保 保证担保	是
3	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	英氏控股集团有限公司	BC2021052800001248	10,552.72	2021/07/14-2026/07/14	抵押担保 保证担保	否
4	长沙银行股份有限公司东城支行	英氏控股集团有限公司	QSY20221214006890	5,000.00	2022/12/14-2023/12/14	抵押担保 保证担保	是
5	长沙银行股份有限公司	湖南英氏营养	QSY20221214006888	4,000.00	2022/12/14-2023/12/14	抵押担保 保证担保	是

	东城支行	食品有限公司					
6	中国光大银行股份有限公司长沙万家丽路支行	英氏控股集团有限公司	53322205000072	5,000.00	2023/01/17-2025/01/16	保证担保	是
7	长沙银行股份有限公司东城支行	湖南英氏营养食品有限公司	QSY20231114009820	5,000.00	2023/11/14-2024/11/14	-	是
8	招商银行股份有限公司长沙分行	湖南英氏营养食品有限公司	731XY240716T000086	10,000.00	2024/07/16-2025/07/15	保证担保	否
9	招商银行股份有限公司长沙分行	长沙厚博文化传播有限公司	731XY240716T000042	16,000.00	2024/07/16-2025/07/15	保证担保	否
10	招商银行股份有限公司长沙分行	英氏控股集团有限公司	731XY240716T000039	4,000.00	2024/07/16-2025/07/15	-	否
11	中国光大银行股份有限公司长沙万家丽路支行	英氏控股集团有限公司	53322240500093	15,000.00	2024/12/31-2027/12/30	保证担保	否
12	中国光大银行股份有限公司长沙万家丽路支行	湖南英氏营养食品有限公司	53322240500094	5,000.00	2024/12/31-2027/12/30	保证担保	否

(2) 借款合同

报告期内，发行人及其子公司已履行、正在履行的金额在 2,000 万元及以上的银行借款合同具体如下：

序号	借款主体	贷款银行	合同编号	借款金额 (万元)	期限	担保手段	截至报告期末是否履行完毕
1	湖南英氏营养食品有限公司	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	66012021280523	3,000.00	2021/06/29-2022/06/29	保证担保	是
2	英氏控股集团股份有限公司	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	66012021280624	3,000.00	2021/08/05-2022/08/05	抵押担保 保证担保	是
3	湖南英氏营养食品有限公司	招商银行股份有限公司长沙分行	731HT2023266305	不超过 32,000.00	2023/08/21-2030/07/25	抵押担保 保证担保	是

4	湖南英氏营养食品有限公司	中国光大银行股份有限公司长沙万家丽路支行	53322404000094	3,000.00	2024/12/31-2026/12/20	保证担保	是

注：截至本招股书说明书签署日，上述借款合同下实际发生的借款均已结清，相关抵押均已解除。

(3) 担保合同

报告期内，发行人及其子公司已履行、正在履行的金额在 2,000 万元及以上的担保合同具体如下：

序号	债权人	被担保方	担保方	最高担保金额 (万元)	担保类型	被担保主债权发生期间
1	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	湖南英氏营养品股份有限公司	湖南英氏营养品股份有限公司	5,000.00	抵押担保	2017/05/17-2022/05/17
2	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	湖南英氏营养品股份有限公司	湖南英氏营养品股份有限公司	2,347.00	抵押担保	2017/12/13-2022/05/17
3	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	英氏控股集团股份有限公司	英氏控股集团股份有限公司	10,552.72	抵押担保	2021/07/14-2026/07/14
4	长沙银行股份有限公司东城支行	英氏控股集团股份有限公司	英氏控股集团股份有限公司	14,627.32	抵押担保	2022/12/14-2023/12/14
5	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	湖南英氏营养食品有限公司	英氏控股集团股份有限公司	2,000.00	保证担保	2020/04/20-2023/04/20
6	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	湖南英氏营养食品有限公司	英氏控股集团股份有限公司	3,000.00	保证担保	2021/06/25-2024/06/25
7	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	长沙厚博文化传播有限公司	英氏控股集团股份有限公司	2,000.00	保证担保	2020/04/20-2023/04/20
8	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	长沙厚博文化传播有限公司	英氏控股集团股份有限公司	3,000.00	保证担保	2021/06/25-2024/06/25
9	长沙银行股份有限公司东城支行	湖南英氏营养食品有限公司	英氏控股集团股份有限公司	4,000.00	保证担保	2022/12/14-2023/12/14
10	长沙银行股份有限公司东城支行	湖南英氏营养食品有限公司	英氏控股集团股份有限公司	14,627.32	抵押担保	2022/12/14-2023/12/14
11	长沙银行股份有限公司东城支行	长沙厚博文化传播有限公司	英氏控股集团股份有限公司	14,627.32	抵押担保	2022/12/14-2023/12/14
12	招商银行股份有限公司长沙分行	湖南英氏营养食品有限公司	湖南英氏营养食品有限公司	32,000.00	抵押担保	2023/08/21-2030/07/25

		公司	公司			
13	招商银行股份有限公司长沙分行	湖南英氏营养食品有限公司	英氏控股集团股份有限公司	32,000.00	保证担保	2023/08/21-2030/07/25
14	招商银行股份有限公司长沙分行	湖南英氏营养食品有限公司	英氏控股集团股份有限公司	10,000.00	保证担保	2024/07/16-2025/07/15
15	招商银行股份有限公司长沙分行	长沙厚博文化传播有限公司	英氏控股集团股份有限公司	16,000.00	保证担保	2024/07/16-2025/07/15
16	中国建设银行股份有限公司长沙铁银支行	英氏控股集团股份有限公司	英氏控股集团股份有限公司	11,146.84	抵押担保	2024/02/01-2034/02/01
17	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	湖南英氏营养食品有限公司	英氏控股集团股份有限公司	3,000.00	保证担保	2024/09/12-2027/09/12
18	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	长沙厚博文化传播有限公司	英氏控股集团股份有限公司	5,000.00	保证担保	2024/09/12-2027/09/12
19	中国光大银行股份有限公司长沙万家丽路支行	湖南英氏营养食品有限公司	英氏控股集团股份有限公司	5,000.00	保证担保	2024/12/31-2027/12/30

注：序号 12 对应的抵押合同对应的固定资产贷款已全部偿还完毕，并于 2025 年 5 月 6 日办理完毕资产解除抵押手续。

5、业务宣传合同

报告期内，发行人及其子公司已履行、正在履行的广告投放金额在 1,000 万元以上的合同具体如下：

序号	签约主体	广告商	合同金额（万元）	合同期间	服务内容	截至报告期末是否履行完毕
1	长沙厚博文化传播有限公司、湖南英氏营养食品有限公司	分众智媒广告有限公司	5,000.00	2022/01/10-2022/12/31	框架电梯海报、商业楼宇液晶电视、智能屏的广告投放	是
2	湖南英氏营养食品有限公司	分众智媒广告有限公司	1,700.00	2023/02/27-2023/07/31	框架电梯海报、商业楼宇液晶电视、智能屏的广告投放	是
3	湖南英氏营养食品有限公司	长沙播了么文化传媒有限公司	3,000.00	2023/09/16-2025/09/15	社区智慧屏广告投放	否
4	湖南英氏营养食品有限公司	分众智媒广告有限公司	框架合同	2023/10/01-2024/12/31	框架电梯海报、商业楼宇液晶电视、智能屏	否*注

					的广告投放	
注：截至本招股说明书签署日，该笔合同配赠的广告资源服务已完成，合同已履行完毕。						

四、 关键资源要素

(一) 主要核心技术和应用情况 1、公司主要核心技术 公司通过长期实践探索，掌握了婴幼儿辅食、婴幼儿卫生用品和儿童食品领域的多项核心技术，形成了产品研制与应用创新相结合的技术体系，截至本招股说明书签署日，公司拥有的主要核心技术具体情况如下：					
编号	具体技术名称	技术特色	应用产品	技术阶段	技术来源
1	婴童食品多维度协同锁鲜与品质稳态化集成技术	婴童食品在生产过程及货架期贮存期间容易发生脂肪酸败，产生油哈味，从而降低产品适口性。同时，部分产品因水分含量较高且需常温保存，又不能添加防腐剂等添加剂，这使得产品难以实现常温条件下的长期贮存。本技术通过深入研究主要原料及加工过程中脂肪酶活性与 pH 值的变化规律，对主要原料的技术、产品加工工艺、产品配方、各加工工序进行系统性优化，筛选及优化包装袋材质及结构，选择性填充保护性惰性气体，有效抑制脂肪酸败，避免陈味、油哈味产生，显著提升产品在保质期内的感官品质。	婴幼儿辅食、儿童食品	量产阶段	自主研发
2	婴童食品感官智能评测技术体系	感官评价是判断食品品质、适口性的重要方法。本技术构建了一套科学感官评价体系，通过电子鼻/电子舌传感系统、质构仪/物性测试仪、3D 建模等多种科学技术手段，构建集结构解析、风味物质指纹图谱识别等功能于一体的数字化评估平台。通过分析食品形态质构特征，解析挥发性风味成分，实现对食品感官指标、质构等感官属性的分析。	婴幼儿辅食、儿童食品	量产阶段	自主研发
3	婴幼儿辅食营养素全流程多维协同稳定控制创新制造技术	婴幼儿辅食在生产中普遍面临营养素稳定性差或不均匀的问题，尤其是维生素 A、维生素 C 等的稳定性存在工艺控制方面的难题。本技术通过筛选营养素原料、优化生产工艺参数等方式，控制加工过程温度，降低生产过程中的营养成分损失率。同时通过选择合适的营养素原料及混合方式、优化添加比例等方式，使营养素在婴幼儿辅食中均匀分散，有效降低婴幼儿辅食中各营养素的变异系数，从而使产品质量进一步优化。本技术解决了营养素在货架期的稳定性问题。	婴幼儿辅食	量产阶段	自主研发
4	婴幼儿辅食低敏配方及	婴儿 6 个月起应当添加辅食，米粉通常是婴儿的第一口辅食。但米粉或其他以麸质谷物	婴幼儿辅	量产阶段	自主研发

	科学控制核心技术	为原料的辅食可能会在婴儿刚开始进食时引起其过敏或食物不耐受的情况。本技术旨在通过筛选不含麸质、乳制品及其他常见过敏原的原料，优化产品配方设计，优化生产排产方式，对米粉等原料仓储保存、半成品及成品生产排产、不同产品清场及清洁等流程制定严格标准，建立无麸质的生产过程控制方法和麸质验证检测方法，制定产品标准要求，系统性减少产品的过敏原交叉污染风险。	食（米粉、面条、米饼、泡芙）		
5	婴幼儿米粉复合酶解技术	传统辊筒干燥法或挤压膨化法生产米粉，一方面存在产品水溶速度慢、冲调性差、米粉冲调后口感粗糙、易结块等问题；另一方面存在生产过程中的微生物指标难以控制、营养强化剂工艺损失过大，使用方便性和稳定性差等问题。本技术将复合生物酶解工艺和智能化、自动化辊筒干燥技术相结合，将婴幼儿米粉适度水解、高效灭酶。一是重点解决婴幼儿米粉加工成品口感较差的问题，使米粉细腻，易冲调，提高适口性；二是酶解后将大分子淀粉分解成小分子糖类，减轻婴幼儿肠胃负担；三是实现连续智能化自动化生产，工艺稳定。	婴幼儿辅食（米粉）	量产阶段	自主研发
6	婴幼儿米粉智能化量产、品质稳态控制及生产热能回收低碳制造技术	本技术通过真空输送、密闭式超细水磨浆、全程密闭管道化生产及智能温控干燥等创新工艺，解决了传统米粉生产中杂质残留和微生物污染问题。优化湿物料真空上料系统、米浆料水比、滚筒干燥及烟气罩冷凝水收集装置，结合微生物快速监测，显著提升米粉细腻度、营养保留率及安全性，保障婴幼儿米粉稳定量产。另外，本技术通过回收滚筒干燥工序中蒸汽冷凝水，对热能和纯化水进行再利用，以实现节能减排。同时，相较于传统的超细水磨浆机技术，对大米原料采用节水半干法超微粉碎技术，可以减少污水排放。	婴幼儿辅食（米粉）	量产阶段	自主研发
7	创新型婴幼儿发酵果泥靶向菌种选育、风味调控及制备技术	普通发酵果汁中的发酵菌株属于非可用于婴幼儿食品中的菌株，不适合婴幼儿食用。本技术通过筛选出适宜果泥发酵的 2-3 种可用于婴幼儿食品中的菌株，选出合适的发酵基质。通过优化发酵工艺，研发婴幼儿发酵果泥精深加工工艺，最终制备出适合婴幼儿食用的发酵果泥。	婴幼儿辅食（果泥）	量产阶段	合作研发
8	创新型婴童佐餐油脂脂肪酸功能化构成设计及精准调控核心技术	公司通过研究婴幼儿及儿童对不同脂肪酸的营养需求，建立了针对婴童人群单不饱和脂肪酸、多不饱和脂肪酸、饱和脂肪酸及其他关键脂肪酸组成的模型标准及控制技术，适合婴幼儿及儿童人群食用。	婴幼儿辅食（佐餐油）	量产阶段	自主研发
9	易消化的婴幼儿无麸质小米面条的	目前小米面条是通过双螺杆高温挤压而成，由于高温挤压后的急速冷却，产品易老化，口感较硬，不利于婴幼儿人群的消化吸收。	婴幼儿辅食（面	量产阶段	自主研发

	制备技术	本技术将小米进行超微粉碎，控制粉碎粒度，获得口感细腻的面条，同时采用单螺杆低温冷挤压、低温梯度烘干技术，减少产品老化与营养素损失，降低产品蒸煮时间，获得易消化的婴幼儿无麸质小米面条。	条)		
10	婴童磨牙棒仿生力学波浪结构精密成型及天然风味物质强化非糖体系稳定性控制技术	相比于直棒形状，波浪造型磨牙棒更贴合牙龈，该技术在产品造型后通过采用特定参数在发酵、烘烤、干燥过程保持磨牙棒的造型。另外传统磨牙棒配方因工艺需求需添加葡萄糖，本技术采用其他原料替代葡萄糖，实现标签清洁化。	婴幼儿辅食(磨牙棒)	量产阶段	自主研发
11	一种婴幼儿降火消炎组合物及其制备方法	本技术涉及一种婴幼儿降火消炎组合物及其制备方法，采用药食两用食材搭配，有效改善婴幼儿上火症状。	婴幼儿辅食(清清葆)	量产阶段	合作研发
12	婴幼儿低油酥性饼干的精准控油与质构优化集成制造技术	传统的酥性饼干生产工艺需要较高的油脂添加量来提高成型效率，而婴幼儿饼干的健康标准要求其油脂含量必须严格控制在较低水平。本技术采用生物酶解技术，避免使用白砂糖、食用葡萄糖、香兰素，同时解决了饼干在低油脂条件下的成型难题，使产品能够符合婴幼儿咀嚼特点，实现营养密集、硬度低、口感好、不易卡喉的品质突破。	婴幼儿辅食(饼干)	量产阶段	自主研发
13	创新型非香辛料猪肝异味抑制与风味重构调控技术	婴幼儿6个月后，应适当补充含铁丰富的动物肝脏等食品，然而其固有的腥味特性显著降低婴幼儿接受度。受限于婴幼儿辅食不得添加香辛料的要求，现有工艺难以有效改善适口性。本技术通过优化猪肝解冻、分割、熟制工艺，并通过添加天然植物原料和控制工艺参数达到祛除猪肝腥味的目的。	婴幼儿辅食(肝粉)	量产阶段	自主研发
14	婴幼儿即食粥创新包装开发与质构调控技术	婴幼儿即食粥通过对包装材料创新和造型设计创新重新定义便捷喂养体验。独家专利立袋成碗设计，配合新型航天级别包装材料，撕开即用，免洗免冲。同步建立稀稠度与颗粒度加工控制技术，结合婴幼儿口腔发育与消化特点，实现精准分阶。从细腻顺滑的初期糊状，到逐步添加软糯小颗粒，匹配不同月龄宝宝的吞咽能力与营养需求，助力咀嚼能力自然进阶。	婴幼儿辅食(即食粥)	量产阶段	自主研发
15	易熟快煮型儿童意面技术	传统意面煮制时间长，不易咬断，不适合大部分低龄儿童。本技术通过改造意面成型模具，制作出风车造型的意面，增大了意面表面积，提高了面体挂汁率，同时减少了中心厚度，大大降低了熟制时间，口感软而有弹性。	儿童食品(意面)	量产阶段	自主研发
16	无防腐剂色素低糖型山楂棒的生物保鲜与天然	从儿童人群饮食的降糖需求出发，突破传统添加白砂糖、防腐剂、色素的山楂产品配方，通过添加不易龋齿的海藻糖、低聚异麦芽糖等配方设计，制作低糖山楂棒产品，满足儿	儿童食品(山楂棒)	量产阶段	自主研发

	色泽稳态化集成技术	童零食需求。			
17	纸尿裤立体环抱大环腰技术	采用离线大环腰生产工艺，以单根橡筋风琴式放卷制成，腰围橡筋不收缩，环抱更贴合。	婴幼儿卫生用品	量产阶段	自主研发
18	纸尿裤透气涂布工艺技术	采用透气涂布工艺技术，改善打孔底层在线涂布透胶问题，相比于行业主流竞品及传统工艺，成长裤透气底层施胶面积减少，透气性得到提升；柔软度、透气性亦有较大幅度提升。		量产阶段	自主研发
19	人体工程学裁切工艺设计	自主创新，根据人体穿戴模型与消费者试用反馈大数据结果，创新、引领性改善纸尿裤贴合性，针对中国宝宝体型独特研发，进一步降低了漏尿风险。		量产阶段	自主研发
20	护臀膏在线喷涂工艺	自主创新，采用护臀膏在线喷涂工艺，其添加的护肤精华，更适用敏感肌的宝宝。		量产阶段	自主研发

2、核心技术产品收入占营业收入的比例

报告期内，公司核心技术产品实现的收入及占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
核心技术产品收入	112,098.61	195,541.64	173,900.29	128,278.00
营业收入	113,170.86	197,433.38	175,831.70	129,605.21
占比	99.05%	99.04%	98.90%	98.98%

（二）业务资质、资格及认证证书

截至本招股说明书签署日，公司及子公司拥有的业务资质、资格及认证证书具体情况如下：

序号	资质名称	注册号	持有人	发证机关	有效期至
1	食品经营许可证	JY14301020296952	英氏控股	长沙市芙蓉区行政审批服务局	2027 年 5 月 12 日
2	食品经营许可证	JY14301810736753	英氏营养	浏阳市市场监督管理局	2029 年 11 月 3 日
3	食品生产许可证	SC13043018111003	英氏营养	湖南省市场监督管理局	2029 年 8 月 29 日
4	食品经营许可证	JY14301020318407	英氏乳业	长沙市芙蓉区行政审批服务局	2027 年 5 月 12 日
5	食品经营许可证	JY14301020269656	长沙厚博	长沙市芙蓉区行政审批服务局	2026 年 11 月 29 日
6	食品经营许可证	JY14301020316962	湖南伟灵格	长沙市芙蓉区行政审批服务局	2026 年 10 月 12 日
7	食品经营许可证	JY14301020456783	湖南舒比奇	长沙市芙蓉区行政审批服务局	2027 年 12 月 4 日

8	食品生产许可证	SC10636092110043	江西枫树	宜春市行政审批局	2025 年 12 月 8 日
9	食品经营许可证	JY14301810590857	湖南忆小口	浏阳市市场监督管理局	2027 年 4 月 5 日
10	食品经营许可证	JY14301810821948	英氏食品	浏阳市市场监督管理局	2029 年 12 月 18 日
11	消毒产品生产企业卫生许可证	(湘)卫消证字(2017)第 0024 号	英氏控股	湖南省疾病预防控制中心	2029 年 7 月 10 日
12	海关进出口货物收发货人备案回执	4301966641	英氏控股	星沙海关	长期
13	报关单位备案证明	-	湖南伟灵格	星沙海关	长期
14	报关单位备案证明	-	英氏乳业	星沙海关霞凝辖区	长期
15	对外贸易经营者备案登记	04753186	英氏控股	对外贸易经营者备案登记机关	长期
16	对外贸易经营者备案登记	04740257	湖南伟灵格	对外贸易经营者备案登记机关	长期
17	排污许可证	91430000320536103F001P	英氏控股	湖南湘江新区管理委员会农业农村和生态环境局	2028 年 6 月 1 日
18	排污许可证	913609217277494509001Y	江西枫树	宜春市奉新生态环境局	2028 年 7 月 4 日
19	固定污染源排污登记回执	91430100673578720U001Z	英氏营养	全国排污许可证管理信息平台	2029 年 10 月 30 日
20	质量管理体系认证证书	CN18/30464	英氏控股	SGS United Kingdom Ltd.	2027 年 3 月 14 日
21	环境管理体系认证证书	04124E30008R1M	英氏控股	华测认证有限公司	2027 年 1 月 17 日
22	医护级产品认证证书	CHS173B20230064	英氏控股	中卫安(北京)认证中心	2026 年 5 月 17 日
23	质量管理体系认证证书	00124Q31403R5M/3600	江西枫树	中国质量认证中心	2027 年 2 月 26 日
24	食品安全管理体系认证证书	001FSMS1200163	江西枫树	中国质量认证中心	2027 年 2 月 27 日
25	实验室认可证书	CNASL14434	江西枫树	中国合格评定国家认可委员会	2027 年 3 月 3 日
26	有机产品认证证书	752OP2200032	英氏营养	绿康华夏(北京)认证有限公司	2026 年 4 月 7 日
27	有机产品认证证书	134OP1700263	英氏营养	南京国环有机产品认证中心有限公司	2026 年 8 月 14 日
28	有机产品认证证书	134OP2400518	英氏营养	南京国环有机产品认证中心有限公司	2025 年 12 月 18 日

29	食品安全体系认证证书	CQC25FS1028ROM/4300	英氏营养	中国质量认证中心	2028年9月8日
30	质量管理体系认证证书	00125Q36486ROM/4300	英氏营养	中国质量认证中心	2028年9月8日
31	BRC 食品安全全球标准认证证书	CN25/00004154	英氏营养	SGS United Kingdom Ltd	2026年6月17日
32	IFS 国际食品标准认证证书	CN25/00004356	英氏营养	SGS United Kingdom Ltd	2026年7月3日
33	质量管理体系认证证书	CN24/00007867	英氏控股	SGS United Kingdom Ltd	2027年12月11日
34	医敏特护婴儿纸尿裤认证证书	HXC18925P1006ROM	英氏控股	华信创（北京）认证中心有限公司	2028年6月4日

注：根据《中华人民共和国对外贸易法》的规定，从事货物进出口或者技术进出口的对外贸易经营者，2022年12月30日前需办理备案登记，自2022年12月30日起无需再办理备案登记。

（三）发行人与业务相关的特许经营权情况

截至本招股说明书签署日，公司及子公司不存在涉及特许经营权的情况。

（四）对主要业务有重大影响的主要固定资产、无形资产等情况

详见本节“三、发行人主营业务情况”之“（三）主要资产情况”。

（五）各资源要素与所提供产品或服务的内在联系

发行人拥有的固定资产主要为日常生产经营中的房屋建筑物和机器设备，无形资产主要为土地使用权、专利权和软件。发行人主要固定资产和无形资产均与公司生产经营直接相关，服务于公司主营业务。

截至本招股说明书签署日，上述主要固定资产、无形资产权属清晰，不存在重大瑕疵、纠纷和潜在纠纷，不会对公司持续经营造成重大不利影响。

（六）员工情况

1、员工人数及变化情况

报告期各期末，公司在册员工人数分别为 1,171 人、1,250 人、1,288 人和 1,295 人。

2、员工专业结构

截至 2025 年 6 月 30 日，公司员工的专业结构分布情况如下：

单位：人

项目	人数	比例
管理人员	269	20.77%

生产人员	181	13.98%
销售人员	811	62.63%
研发人员	34	2.63%
合计	1,295	100.00%

3、员工学历分布

截至 2025 年 6 月 30 日，公司员工的学历构成情况如下：

单位：人

项目	人数	比例
硕士及以上	50	3.86%
本科	544	42.01%
大专	355	27.41%
高中、中专及以下	346	26.72%
合计	1,295	100.00%

4、员工年龄分布

截至 2025 年 6 月 30 日，公司员工的年龄构成情况如下：

单位：人

项目	人数	比例
50岁（含）以上	91	7.03%
40-49岁（含）	187	14.44%
30-39岁（含）	534	41.24%
30岁以下	483	37.30%
合计	1,295	100.00%

5、核心技术人员情况

（1）核心技术人员基本情况

截至本招股说明书签署日，公司核心技术人员共五名，分别为戴志勇、任国谱、李梦怡、刘少令和刘阳，其简历如下：

戴志勇，男，1978 年 3 月出生，中国国籍，毕业于吉首大学食品科学与工程专业，本科学历，高级工程师，无境外永久居留权。2000 年 6 月至 2003 年 12 月，历任湖南亚华控股集团股份有限公司南山绿色食品开发分公司生产部生产主任、研发主管；2003 年 12 月至 2010 年 3 月，历任湖南亚华乳业有限公司研发主管、生产厂长、质管部副部长；2010 年 4 月至 2010 年 5 月，任自由职业；2010 年 6 月至 2014 年 10 月，任英氏营养生产部长；2014 年 10 月至今，任职于英氏控股，曾任董事、技术中心总监、职工代表监事，现任英氏控股

总经理助理、技术中心总监；2024 年 4 月至今，任湖南省食品科学技术学会第五届理事会常务理事；2025 年 1 月至今，任中国营养保健食品协会婴幼儿辅食专业委员会第二届副主任委员。

任国谱，男，1964 年 5 月出生，中国国籍，毕业于江南大学粮食、油脂与植物蛋白工程专业，工学博士，教授，无境外永久居留权。1989 年 7 月至 1991 年 3 月，任重庆工商大学食品教研室讲师；1991 年 4 月至 1996 年 6 月，任烟台大学食品研究所功能食品研究室主任、工程师；1996 年 7 月至 1999 年 12 月，于江南大学攻读工学博士学位；2000 年 1 月至 2002 年 6 月，任北京双赢食品研究所所长、高级工程师；2002 年 7 月至 2012 年 7 月，任湖南亚华乳业控股有限公司博士后工作站站长、技术总监；2012 年 8 月至 2024 年 3 月，任中南林业科技大学食品学院教授、博士生导师；2014 年 8 月至今，任爱达力国际贸易（大连）股份有限公司董事；2021 年 4 月至 2021 年 6 月，任爱力营养食品（大连）有限公司董事；2024 年 4 月至今，任英氏控股集团股份有限公司首席科学家。

李梦怡，女，1979 年 8 月出生，中国国籍，毕业于中南林业科技大学食品科学与工程专业，硕士研究生学历，高级工程师，无境外永久居留权。2001 年 6 月至 2002 年 12 月，历任长沙宾佳乐乳业有限公司技术员、工艺员；2003 年 1 月至 2003 年 12 月，历任湖南亚华宾佳乐乳业有限公司研发专员、研发主管；2003 年 12 月至 2015 年 8 月，历任湖南亚华乳业有限公司研发主管、研究所副所长、研究所所长；2015 年 8 月至 2016 年 10 月，任湖南新希望南山液态乳业有限公司研究所所长；2016 年 10 月至 2018 年 12 月，历任湖南优卓食品科技有限公司质量研发经理、总工程师；2018 年 12 月至今，任职于英氏控股，现任英氏控股食品研发部一部部长。

刘少令，男，1991 年 11 月出生，中国国籍，毕业于湖南工业大学机械工程及自动化专业，本科学历，中级工程师，无境外永久居留权。2015 年 3 月至今，任职于英氏控股，曾任生产管培生、研发专员、产品主管、销售技术服务专管、研发副经理、研发部长、研发质管部部长、工厂副厂长，现任英氏控股用品研发部部长、OEM 部部长。

刘阳，女，1989 年 10 月出生，中国国籍，毕业于湖南农业大学食品科学专业，硕士研究生学历，中级工程师，无境外永久居留权。2016 年 6 月至 2018 年 3 月，任长沙天冰冷饮有限公司研发工程师；2018 年 4 月至今，就职于英氏控股，曾任食品研发工程师，现任英氏控股食品研发部高级经理。

(2) 核心技术人员研究成果

人员名称	与公司业务相关的成果
戴志勇	具有二十余年婴幼儿营养食品、乳制品生产、研发经验，在公司任职期间，推动了公司质量管理体系的提升及米粉、米饼、泡芙、面条等产品的配方升级，作为主要发明人目前已取得 2 项发明专利、31 项实

	用新型专利和 34 项外观设计专利。
任国谱	长期从事婴幼儿营养食品和功能乳制品的研究开发和质量管理工 作，申请发明专利和实用新型专利 26 项，获湖南省科学技术进步三 等奖 2 项，主持和参与省部级以上课题 11 项，参与修订国家标准 1 项，发表论文 130 篇。入职公司后，主导公司基础科研以及婴幼儿辅 食分阶科学喂养体系建设等科研工作。
李梦怡	具有二十余年婴幼儿营养食品、液态乳制品、饮料研发及质量管理经 验，作为主要发明人目前已取得 1 项发明专利、23 项实用新型专利， 5 项外观设计专利。在公司任职期间，参与并推动了公司部分产品研 发及技术升级。
刘少令	在公司任职期间，带领团队设计提报发明及实用新型专利五十余件， 作为主要发明人目前已取得 1 项发明专利、19 项实用新型专利和 5 项外观设计专利。
刘阳	在公司任职期间，主要负责公司辅食类、休闲类产品开发，作为主要 发明人目前已取得 3 项实用新型专利和 9 项外观设计专利。

(3) 核心技术人员持有公司股份的情况

截至本招股说明书签署日，公司核心技术人员及其近亲属持有发行人股份情况如下：

序号	姓名	职务	直接持股数 量（股）	间接持股数 量（股）	持股比例（%）
1	戴志勇	原职工代表监事、总 经理助理、技术中心 总监	-	397,103	0.26
2	刘少令	用品研发部部长、 OEM 部部长	-	33,001	0.02
合计			-	430,104	0.28

(4) 核心技术人员对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司核心技术人员的对外投资情况如下：

姓名	职务	对外投资公司	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
戴志勇	原职工代表监事、 总经理助理、技术 中心总监	长沙英瑞	192.85	7.43
刘少令	用品研发部部长、 OEM 部部长	长沙英茂	9.90	4.66
任国谱	首席科学家	爱力营养食品（大 连）有限公司	25.00	5.00

(5) 核心技术人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司核心技术人员在公司及子公司之外的兼职情况如下：

姓名	本公司职务	兼职单位名称	兼职职务	兼职单位与公司的 关联关系
戴志勇	原职工代表 监事、总经	湖南省食品科学 技术学会	第五届理事会常务理事	无

	理助理、技术中心总监	中国营养保健食品协会	婴幼儿辅食专业委员会第二届副主任委员	无
任国谱	首席科学家	爱达力国际贸易（大连）股份有限公司	董事	无

（6）核心技术人员是否存在侵犯第三方知识产权或商业秘密、违反与第三方的竞业限制约定或保密协议的情况

报告期内，公司核心技术人员不存在侵犯第三方知识产权或商业秘密、违反与第三方的竞业限制约定或保密协议的情况。

（7）报告期内核心技术人员的主要变动情况及对发行人的影响

报告期内，公司核心技术人员未发生变化。

2025年5月22日公司召开第四届董事会第十一次会议，审议通过了《关于认定公司核心技术人员议案》，认定任国谱为公司核心技术人员。任国谱长期从事婴幼儿营养食品的研究开发和质量管理，作为公司首席科学家主导公司基础科研项目，重点推进婴幼儿辅食分阶科学喂养体系的建设与研究，为公司技术研发提供有力保障。

6、社会保险及住房公积金缴纳情况

报告期各期末，公司及下属公司社保、住房公积金缴纳人数情况统计如下：

单位：人

项目		社会保险		住房公积金	
		人数	占比	人数	占比
2025年6月30日	实缴	1,225	94.59%	1,223	94.44%
	未缴	70	5.41%	72	5.56%
	员工总数	1,295	100.00%	1,295	100.00%
2024年12月31日	实缴	1,211	94.02%	1,198	93.01%
	未缴	77	5.98%	90	6.99%
	员工总数	1,288	100.00%	1,288	100.00%
2023年12月31日	实缴	1,159	92.72%	1,169	93.52%
	未缴	91	7.28%	81	6.48%
	员工总数	1,250	100.00%	1,250	100.00%
2022年12月31日	实缴	1,089	93.00%	1,087	92.83%
	未缴	82	7.00%	84	7.17%
	员工总数	1,171	100.00%	1,171	100.00%

公司存在未为部分员工缴纳社会保险及住房公积金情形，出现该等情形的主要原因有：

(1) 部分员工为新入职员工，在原单位的社保、公积金账户尚未转入或因入职日期晚于当月缴费日期而未能在当月缴纳，在社保、公积金账户转移手续办理完毕后，公司为该等员工缴纳社会保险及住房公积金；(2) 部分人员为退休返聘人员，无需缴纳社会保险及住房公积金；(3) 部分人员在原单位缴纳或已自行购买社会保险及住房公积金，无法重复参缴；(4) 部分人员为期末离职人员；(5) 部分人员自愿放弃缴纳公积金。

报告期内，公司及子公司所在地人力资源和社会保障主管部门及住房公积金主管部门均已出具证明文件，证明公司及子公司在报告期内不存在违反国家及地方关于社会保障及住房公积金相关的行为和记录，亦不存在因相关事项被处罚的情形。

公司实际控制人马文斌、万建明、彭敏就公司为员工缴纳社会保险和住房公积金的相关事项，作出了承诺，详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(三) 承诺具体内容”。

(七) 发行人技术研发情况

1、研发投入情况

报告期内，公司的研发投入具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
研发投入金额	805.15	1,714.83	921.24	552.98
占营业收入的比例	0.71%	0.87%	0.52%	0.43%

2、正在从事的研发项目情况

截至本招股说明书签署日，公司主要的在研项目情况如下：

序号	研发类别	研发项目名称	所处阶段	公司研发主要目标
1	国家级合作研发项目	“十四五”国家重点研发计划-“食品营养与安全关键技术研发”	研究阶段	1、开发辅助改善儿童营养不良、促进骨骼与智力发育的新型食品 1 个； 2、研制适于肥胖儿童的低能量健康食品 4 个； 3、创制儿童健康零食 1 个，建立百吨级产业化示范生产线 1 条。
2	省级合作研发项目	2023 年湖南省重大科技攻关“揭榜挂帅”制项目——婴幼儿营养辅食安全加工关键技术研究示范	研究阶段	1、制订快速冲调婴幼儿米粉和速煮婴幼儿营养米粥加工技术规程各 1 项； 2、建立快速冲调婴幼儿米粉和速煮婴幼儿营养米粥生产示范线各 1 条。
3	省级合作研发项目	浆果精深加工及高值利用关键技术研究产品开发项目	研究阶段	1、开发健康休闲新产品 2-3 个； 2、团标/生产技术规程/质量标准 1 项。

4	产学研合作 研发项目	两款英氏婴幼儿果汁食品开发项目	研究 阶段	1、开发两款英氏功能性婴幼儿膏状果汁辅助食品； 2、在国家核心期刊发表 1 篇论文； 3、申报 2 项国家发明专利。
5	产学研合作 研发项目	英氏清清葆降火消炎婴幼儿果汁食品开发项目	研究 阶段	1、开发两款英氏清清葆婴幼儿果汁辅助食品； 2、在国家核心期刊发表 1 篇论文； 3、申报 2 项国家发明专利。
6	产学研合作 研发项目	婴幼儿辅食五阶段喂养体系建立	研究 阶段	1、编制完成婴幼儿营养与辅食喂养现状报告一份； 2、婴幼儿生理能力与食物物质构预测模型的构建，辅食分阶喂养和质构测试方法体系建立； 3、召开大型学术研讨会或新闻发布会 2 次，推动行业内对研究成果达成共识； 4、制定并发布婴幼儿辅食五阶段喂养体系的团体标准。
7	产学研合作 研发项目	婴幼儿辅助食品质构体系构建和评价	研究 阶段	1、申请婴幼儿辅助食品质构评价的发明专利 1 项； 2、发表高水平科研研究论文 1-2 篇。
8	产学研合作 研发项目	一种富含维生素和益生元儿童辅食制备方法及其酶制剂	研究 阶段	1、探索天然食品原料目标组分的选择性酶促释放和转化特征； 2、研发酶促转化生产儿童辅食产品工艺； 3、构建儿童辅食产品质量评价及相关质量体系。
9	产学研合作 研发项目	婴幼儿营养米粉潜在致敏性评价及其发生机制与干预研究	研究 阶段	1、建立有效过敏性动物模型，进行婴幼儿营养米粉的潜在致敏性差异评价； 2、开展婴幼儿营养米粉致敏性的发生机制研究； 3、研究适度降低婴幼儿营养米粉致敏性的干预方法。
10	产学研合作 研发项目	婴幼儿米粉分阶酶解工艺研究及辅助食品原料开发及产品创制	研究 阶段	1、中国婴幼儿营养需求及消化吸收特征分析； 2、婴幼儿米粉分阶酶解工艺研究及产品创制； 3、基于酶解、发酵等工艺创新的原料开发和功能产品创制； 4、共建湖南英氏营养食品有限公司-江南大学（含附属医院）婴幼儿脑健康发育研究中心。
11	产学研合作 研发项目	微生物-酶法协同制备低敏婴幼儿面条	研究 阶段	1、筛选并获得具有高效降解麸质蛋白的食品级菌株； 2、开发一种小麦麸质高效水解酶，复配获得最佳混合酶制剂配方； 3、建立微生物发酵-酶法水解协同消解面粉致敏蛋白工艺； 4、开发一种具有应用潜力价值的低敏

				面粉产品； 5、获得授权发明专利 1 项，发表高水平论文 2 篇。
12	自主研发项目	忆小口—2025 肉制品研发项目	研发阶段	1、利用创新包装工艺，在不添加防腐剂的情况下，保证较长保质期； 2、创新搅拌工艺，保证较高的肉含量及口感。

3、合作研发情况

发行人始终将产品研发创新能力置于公司的核心战略地位，贯彻研发与生产一体化的发展理念，不断加强产业链研发资源的整合，深入上游与受托生产商形成联合研发，共同促进新技术的研究、新标准的制定、新工艺的开发，实现技术与产品、技术与市场的快速对接与应用，持续提升公司的研发技术水平。报告期内，公司除与主要受托生产商开展联合研发外，还通过与科研能力较强的科研院所及高校就相关基础技术和产品开发进行合作研发，积累和储备行业前沿技术，提升自身研发实力。

(1) 公司与受托生产商主要的合作研发情况

截至本招股说明书签署日，公司与受托生产商主要的合作研发情况如下：

序号	合作方	合作内容	主要权利与义务划分	保密措施
1	上海京元食品有限公司	合作开发婴幼儿辅食产品	甲方为公司，乙方为受托生产商：	联合研发过程中产出的所有成果，请双方按照合同约定履行保密义务，禁止任何一方在未经另一方许可/授权的前提下，向第三方透漏联合研发成果。各企业拥有的自有知识产权和技术秘密，未经许可不得外泄。
2	湖南童佳乐食品有限公司	合作开发婴幼儿辅食产品	1、在协议内项目研发过程中，产品配方及方向由双方共同提案及研讨，乙方负责配方的小试、中试样品制作，甲方全力协助乙方所需资源。	
3	漳州美莱生物科技有限公司	合作开发婴幼儿辅食产品	2、在协议内项目产品的生产、推广中，甲方负责项目内产品的设计、营销，乙方负责项目内产品的批量生产。	
4	辽宁晟麦实业股份有限公司	合作开发婴幼儿辅食产品	3、双方共同开发的项目产品，由双方各技术相关人员针对开发项目进行详细合作，开发成功后，甲方具有优先使用权，乙方可提出相应使用条件。	
5	青岛海与宝宝营养食品有限公司	合作开发婴幼儿辅食产品		

(2) 公司与科研院所及高校的主要合作研发情况

报告期内，公司委托科研院所及高校进行研发工作，取得的研发成果情况如下：

序号	合作方	合作内容	研发成果权益分配	保密措施	研发成果
1	湖南省农产品加工与质量安全研究	婴幼儿米粉加工原料筛选及米粉理化消化特	本项目所产生的专利、论文、标准和其他技术资料（工艺	无论何时，包括本合同解除、终止后，合作方保证对在讨论、签订、履行本合同过程中所获悉的属于其他方的且无	1、论文《大米品种对婴幼儿米粉理化品质的影响》； 2、正在申请中的发明专利 1 项：一种提高

	所*注	性的比较研究	技术、技术规程等)相关技术成果,由双方共同所有;双方拥有平等署名权,署名排列方式由双方共识后决定。	法自公开渠道获取的文件、资料及信息(包括但不限于商业秘密、公司计划、运营活动、财务信息、技术信息、经营信息等)予以保密。未经该资料、文件及信息的原提供方同意,不得向任何第三方泄露前述文件、资料及信息的全部或部分内容。	婴幼儿米粉基料营养性、冲调稳定性和消化吸收性的加工方法CN202410844909.9。
2	湖南省农产品加工与质量安全研究所*注	婴幼儿发酵果泥菌株筛选与产品开发			1、论文《鼠李糖乳酪杆菌发酵果蔬的研究进展》 《Optimization of apple puree fermented by mixed lactic acid bacteria and analysis of main volatile components and in vitro digestion of phenols and antioxidant》 ; 2、正在申请中的发明专利 1 项:一种发酵果蔬泥、制备方法及应用 CN202510324570.4 。
3	湖南中医药大学	英氏清清葆婴幼儿罐装辅助食品的技术联合开发	双方确定,因履行本合同所产生的研究开发成果及其相关知识产权权利归属如下:公司享有申请专利和发表论文的权利;产品的全部知识产权归公司所有;成果鉴定时公司人员排名首位。	保密内容(包括技术信息和经营信息):除报批工作及法律法规另有规定外,合作方保证不向双方以外的任何其它经济组织或个人透露本合同的内容,否则违约方应向另一方赔偿,且违约方有权力提出终止本合同。	1、论文《一种婴幼儿汁类罐装辅助食品对幼龄小鼠急性炎症的影响及抗氧化活性评价》; 2、正在申请中的发明专利 1 项:一种婴幼儿降火消炎组合物及其制备方法 CN202311502366.4 。

注:曾用名湖南省农产品加工研究所。

报告期内,公司和相关合作方的知识产权归属约定清晰,未因相关费用、知识产权归属问题和合作方发生纠纷;公司与合作方均约定了双方的权利义务及相关保密措施,能够保障双方在合作研发过程中的合法权益。

五、 境外经营情况

(一) 发行人境外子公司情况

发行人在丹麦设立了全资子公司 Wellingo Nutrition Holding ApS、全资孙公司 Wellingo Nutrition A/S；在中国香港设立了全资孙公司 Wellingo Nutrition Limited，上述三家公司现已全部注销。报告期内，发行人境外主体不存在销售与采购情况。

（二）发行人出口情况

报告期内，发行人为实现全渠道覆盖的战略目标，开展了婴幼儿用品的出口业务。报告期各期，通过出口实现的收入分别为 123.09 万元、110.61 万元、116.43 万元和 **232.29 万元**，收入金额较小。

六、 业务活动合规情况

报告期内，公司不存在因重大违法违规行为而受到行政处罚的情况。

七、 其他事项

发行人子公司江西枫树处置其名下不动产

2025 年 10 月 17 日，发行人子公司江西枫树与江西九顺新材料有限公司签署《厂房买卖合同》，江西枫树将其名下的赣（2017）奉新县不动产权第 0001126 号不动产权所对应厂房（包含土地使用权、地上建筑物及附属设施，不包括厂内设备）以人民币 800 万元的价格出售给江西九顺新材料有限公司。截至本招股说明书签署日，前述不动产权已处置完毕。

第六节 公司治理

一、 公司治理概况

公司自设立以来,根据《公司法》《证券法》等法律、行政法规、规范性文件的要求,制定了《公司章程》,建立了健全的股东大会、董事会、监事会/**董事会审计委员会**、独立董事和董事会秘书等制度,并在董事会下设审计委员会、战略委员会、提名委员会和薪酬与考核委员会四个专门委员会。公司制定了《股东会议事规则》《董事会议事规则》《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》《对外投资管理制度》《独立董事工作制度》《董事会战略委员会实施细则》《董事会提名委员会实施细则》《董事会薪酬与考核委员会实施细则》《董事会审计委员会实施细则》《总经理工作细则》《董事会秘书工作细则》等公司治理的相关制度,明确了权责和决策程序。

报告期内,公司股东会、董事会及其下属各专门委员会、监事会依照有关法律法规、规范性文件及《公司章程》规范运行,各股东、董事、监事/**董事会审计委员会委员**和高级管理人员依照有关规定切实行使权利,并履行相应的职责,不存在违反相关法律、法规及规范性制度的情况。

(一) 股东会制度的建立健全及运行情况

根据《公司法》《证券法》等相关法律、行政法规、规范性文件和《公司章程》的规定,公司制定了《股东会议事规则》,对股东会的召集、提案和通知、召开、表决与决议、记录等进行了规范。

报告期内,公司共召开 **18** 次股东会。历次会议的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录规范。股东会、股东依法履行了《公司法》《公司章程》《股东会议事规则》等相关规定,不存在违法、违规情形。

(二) 董事会的建立健全及运行情况

公司建立健全了董事会及《董事会议事规则》,董事会对股东大会负责。依据《公司章程》规定,公司设董事会,董事会由九名董事组成,其中独立董事三名。董事会设董事长一人,董事长由董事会以全体董事的过半数选举产生。董事任期为三年,可连选连任。根据《公司法》《证券法》等相关法律、行政法规、规范性文件和《公司章程》,公司制定了《董事会议事规则》,对董事会的组成及职权、董事长和董事会秘书的职责、董事会会议的通知、召开、表决和决议、会议记录等做了明确规定。

报告期内,公司共召开 **24** 次董事会会议,公司全体董事均出席了会议,董事会秘书列席了会议,董事会会议均由董事长主持。历次会议的通知方式、召开方式、表决方式均符合

《公司法》和《公司章程》的规定，会议记录完整规范，董事会依法履行了《公司法》《公司章程》赋予的权利和义务，董事会制度运行状况良好。

（三）监事会/董事会审计委员会的建立健全及运行情况

取消监事会前，公司建立健全了监事会及《监事会议事规则》。依据《公司章程》规定，公司设监事会。监事会由三名监事组成，监事会设主席一名。监事会主席由全体监事过半数选举产生。监事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会、职工大会或者其他形式民主选举产生。监事任期为三年，可连选连任。根据《公司法》《证券法》等相关法律、行政法规、规范性文件和《公司章程》，公司制定了《监事会议事规则》，对监事会的组成及职权、监事会主席的职责、监事会会议的通知、召开、表决和决议、会议记录等做了明确规定。

报告期内，公司共召开 **20** 次监事会会议，公司监事出席了会议，监事会会议均由监事会主席主持。历次会议的通知方式、召开方式、表决方式均符合《公司法》和《公司章程》的规定，会议记录完整规范，监事会依法履行了《公司法》《公司章程》赋予的权利和义务，监事会制度运行状况良好。

2025 年 8 月 29 日，公司召开 2025 年第三次临时股东会，取消监事会，由董事会审计委员会行使《公司法》规定的监事会职权，《监事会议事规则》相应废止。

（四）独立董事制度建立健全及运行情况

为进一步完善公司治理结构，促进公司规范运作，根据《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》以及《公司章程》的规定，公司建立了《独立董事工作制度》。

2022 年 2 月 16 日，公司召开公司 2022 年第二次临时股东大会，会议审议通过了《关于制定<独立董事工作制度>的议案》《关于选举公司董事的议案》，选举贺爱忠、谢玉华、李灿为公司第三届董事会独立董事，其中李灿女士为会计专业人士。2024 年 3 月，公司进行董事会换届选举，贺爱忠、谢玉华、李灿继续任职第四届董事会独立董事。

公司设立独立董事以来，独立董事依据有关法律法规、《公司章程》和《独立董事工作制度》谨慎、认真、勤勉地履行了权利和义务，参与了公司重大经营决策，对公司重大关联交易和重大投资项目均发表了独立公允的意见，为公司完善治理结构和规范运作起到了积极作用。

截至本招股说明书签署日，独立董事未对公司有关事项提出异议。

（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

公司设董事会秘书一名，董事会秘书为公司的高级管理人员，对公司和董事会负责。公

司董事会秘书严格按照《公司章程》和《董事会秘书工作细则》有关规定履行职责，负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及股东资料管理，办理信息披露事务等事宜，并积极配合董事履行工作职责。

公司董事会秘书的提名和任职符合相关法律、法规及规范性文件的规定。公司《公司章程》和《董事会秘书工作细则》等关于董事会秘书的相关制度符合有关上市公司治理的规范性文件要求。公司董事会秘书自就任以来，依照各项制度认真履行职权，负责筹备各次董事会会议和股东大会，确保了公司董事会和股东大会依法召开、依法行使职权，及时向公司股东、董事通报公司的有关信息，与股东建立了良好的关系，为公司治理结构的完善和董事会、股东大会正常行使职权发挥了重要的作用。

（六）董事会专门委员会的设置及运行情况

2022 年 5 月 20 日，公司召开第三届董事会 2022 年第四次会议，决定在董事会下设计划委员会、战略委员会、提名委员会和薪酬与考核委员会四个专门委员会，同时，会议审议通过了《董事会审计委员会实施细则》《董事会战略委员会实施细则》《董事会提名委员会实施细则》和《董事会薪酬与考核委员会实施细则》，并确定了各委员会成员。

截至本招股说明书签署日，发行人各专门委员会的具体构成如下：

名称	成员	召集人
审计委员会	李灿、贺爱忠、胡伟	李灿
战略委员会	马文斌、贺爱忠、彭敏、万建明、胡伟	马文斌
提名委员会	贺爱忠、谢玉华、马文斌	贺爱忠
薪酬与考核委员会	谢玉华、贺爱忠、钟永龙	谢玉华

各专门委员会能够根据自身权限履行相应职责，能够正常发挥专门委员会的作用。

二、 特别表决权

截至本招股说明书签署日，发行人不存在特别表决权股份或类似安排。

三、 内部控制情况

（一）公司管理层对内部控制的自我评估

公司董事会认为，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。

（二）注册会计师对公司内部控制的审计报告

天职国际就公司内部控制的有效性出具了天职业字[2025]36711-2号《英氏控股集团股份有限公司内部控制审计报告》，认为：“英氏控股公司于2025年6月30日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。”

四、违法违规情况

发行人子公司长沙厚博与杭州菜鸟供应链管理有限公司（以下简称“杭州菜鸟”）于2022年10月签订了《供应链管理服务合作协议》，约定杭州菜鸟在长沙厚博的管理区域内向长沙厚博提供打印运单、粘贴运单、分拣包装等服务，但长沙厚博与杭州菜鸟签订的《供应链管理服务合作协议》未约定各自的安全生产管理责任，且双方也未签订专门的安全生产管理协议，不符合《安全生产法》的规定。2024年5月8日，长沙市芙蓉区行政执法局作出长芙行执处字[2024]10103号《行政处罚决定书》，对长沙厚博的前述违法行为处以罚款8,000元。

2024年5月30日，长沙市芙蓉区行政执法局出具证明，确认长沙厚博按期足额缴纳了罚款并完成整改，长沙厚博的前述违法行为未造成严重后果，不属于重大违法行为。

报告期内，发行人不存在因重大违法违规行而受到行政处罚情形。

五、资金占用及资产转移等情况

报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情况，不存在固定资产、无形资产等资产被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业转移的情况，亦不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

六、同业竞争情况

（一）发行人与实际控制人及其控制的企业不存在同业竞争

公司的实际控制人为马文斌、万建明和彭敏，与公司不存在同业竞争；公司实际控制人控制的除发行人及子公司之外的其他企业基本情况如下：

实际控制人	公司名称	成立日期	注册资本	出资比例	经营范围
马文斌	长沙英瑞	2018-12-21	2,596.50万元	0.2575%	企业管理服务；以自有资产进行股权投资（不得从事吸收存款、集资收款、受托贷款、发放贷款

					等国家金融监管财政信用业务)。(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)
马文斌	长沙渠石	2024-11-21	3 万元	99.00%	一般项目:技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广;企业管理;企业管理咨询(除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动)

长沙英瑞系为投资发行人之目的设立的持股平台,系公司实际控制人之一马文斌担任执行事务合伙人的企业,除持有公司股份外,未从事其他任何经营活动;长沙渠石系公司实际控制人之一马文斌担任执行事务合伙人的企业,自成立至今,未从事任何经营活动。

综上,上述企业与发行人不存在相同或相似业务,亦不存在上下游业务关系,故公司与实际控制人控制的企业不存在同业竞争情形。

(二) 关于避免同业竞争的承诺

实际控制人马文斌、万建明和彭敏出具了《关于避免同业竞争的承诺函》,详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“(一)与本次公开发行有关的承诺情况”。

七、 关联方、关联关系和关联交易情况

(一) 关联方及关联关系

根据《公司法》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》《北京证券交易所股票上市规则》等法律、法规规定,截至本招股说明书签署日,公司的关联方及关联关系如下:

1、公司实际控制人及其控制的企业

截至本招股说明书签署日,公司实际控制人马文斌、万建明和彭敏为公司关联方。

实际控制人控制的以下企业亦为公司关联方:

序号	公司名称	与公司的关联关系
1	长沙英瑞企业发展合伙企业(有限合伙)	公司实际控制人之一马文斌担任执行事务合伙人的企业
2	长沙渠石科技发展合伙企业(有限合伙)	公司实际控制人之一马文斌担任执行事务合伙人的企业

2、直接或间接持有发行人 5%以上股份的机构股东

截至本招股说明书签署日,直接或间接持有公司 5%以上股份的机构股东名单如下:

序号	关联股东名称	与公司的关联关系
1	华润润湘	持有公司 5.35%股份
2	前海方舟	直接持有公司 3.34%的股份
3	前海淮泽	直接持有公司 1.76%的股份
4	方舟郑州	直接持有公司 1.67%的股份
5	方舟青岛	直接持有公司 0.71%的股份

注：前海方舟、前海淮泽、方舟郑州和方舟青岛具有一致行动关系，合计持有公司 7.4852%的股份。

3、直接或间接持有发行人 5%以上股份的自然人股东及其关系密切的家庭成员

截至本招股说明书签署日，除实际控制人马文斌、万建明和彭敏外，直接或间接持有公司 5%以上股份的自然人股东名单如下：

序号	关联股东名称	与公司的关联关系
1	胡泽民	持有公司 8.04%股份
2	胡伟	持有公司 6.16%股份
3	王自力	持有公司 5.95%股份
4	钟永龙	持有公司 5.43%股份

与上述自然人股东关系密切的家庭成员包括配偶、年满十八周岁的子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母，亦为公司关联自然人。

4、发行人子公司

序号	名称	与公司的关联关系
1	英氏乳业	公司全资子公司
2	英氏营养	公司全资子公司
3	江西枫树	公司全资子公司
4	长沙厚博	公司全资子公司
5	湖南舒比奇	公司全资子公司
6	湖南伟灵格	公司全资子公司
7	湖南忆小口	公司控股子公司
8	英氏食品	公司全资孙公司

5、董事、监事/董事会审计委员会、高级管理人员及与其关系密切的家庭成员

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事/董事会审计委员会、高级管理人员名单如下：

序号	关联自然人名称	与公司的关联关系
1	马文斌	任公司董事长、总经理
2	万建明	任公司副董事长、副总经理
3	彭敏	任公司董事、副总经理、营运中心总经理
4	钟永龙	任公司董事、副总经理兼财务总监
5	胡伟	任公司董事、市场中心总经理
6	曾志华	任公司 职工代表 董事、人力资源中心总监
7	李灿	任公司独立董事
8	贺爱忠	任公司独立董事
9	谢玉华	任公司独立董事
10	胡泽民	原公司监事会主席
11	李鸿文	原公司监事
12	戴志勇	原公司职工代表监事、总经理助理、技术中心总监
13	邓健	任公司副总经理、线上食品营销中心总监
14	易佳	任公司董事会秘书

上述人员关系密切的家庭成员包括配偶、年满十八周岁的子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母，均为公司关联自然人。

6、直接或间接持有发行人 5%以上股份的自然人股东、董事、监事、高级管理人员或与其关系密切的家庭成员控制、施加重大影响，或担任董事、高级管理人员的其他企业

序号	关联方名称	与公司的关联关系
1	长沙三益童创供应链有限公司	公司董事长、实际控制人之一马文斌的姐姐马良英的儿子控制的企业
2	湖南沅景供应链有限公司	公司董事长、实际控制人之一马文斌的姐姐马良英的儿子控制的企业
3	湖南科技传媒集团有限公司	公司 职工代表 董事曾志华的配偶袁万茂担任董事的公司
4	长沙市开福区东南门超市	公司董事胡伟的弟弟胡俊为经营者
5	浙江天眼创智科技有限公司	公司董事胡伟配偶的哥哥谢冠雄持有 85% 股权并担任执行董事、总经理的公司
6	杭州灵眼科技有限公司	公司董事胡伟配偶的哥哥谢冠雄持有 95%股权的公司
7	长沙创时软件科技有限公司	公司董事胡伟配偶的哥哥谢冠雄持有 34%股权并担任执行董事的公司，已吊销
8	深圳市华庆智创新能源科技有限公司	公司董事胡伟配偶的哥哥谢冠雄间接控制并担任执行董事的公司
9	天眼创智（广东）信息技术有限公司	公司董事胡伟配偶的哥哥谢冠雄间接控制并担任执行董事、总经理的公司
10	意达通（杭州）进出口贸易有限公司（曾用名：鱼图（杭州）	公司董事胡伟配偶的哥哥谢冠雄担任经理的公司

	数字科技有限公司)	
11	岳阳县爱布谷孕婴连锁富安商业广场店	公司董事彭敏配偶的弟弟杨林志的配偶张婷为经营者
12	岳阳县爱布谷孕婴童连锁天鹅路店	公司董事彭敏配偶的弟弟杨林志的配偶张婷为经营者
13	大理市最湘饭店	公司董事彭敏配偶的弟弟杨林志的配偶张婷为经营者
14	岳阳县德新隆供应链商行	公司董事彭敏配偶的弟弟杨林志为经营者
15	湘阴春天家具厂	公司独立董事李灿的哥哥李辉为经营者

7、发行人曾经的关联方

序号	关联方名称	与公司的关联关系
1	王子豪	曾任公司董事，2025 年 1 月不再担任
2	陈益智	曾任公司职工代表监事，2024 年 12 月不再担任
3	尹剑	曾任公司董事，2022 年 3 月不再担任
4	欧建容	曾任公司监事，2022 年 2 月不再担任
5	何坚	曾任公司监事，2022 年 3 月不再担任
6	南京星纳亦	报告期内曾持有发行人 7.49%的股份，于 2025 年 1 月退出
7	南京星纳赫源创业投资合伙企业（有限合伙）	报告期内曾间接持有发行人 7.06%的股份，于 2025 年 1 月退出
8	南京垚岳高新科技合伙企业（有限合伙）	公司离任董事王子豪持有 99%份额并担任执行事务合伙人的企业
9	江苏创纪云网络科技有限公司	公司离任董事王子豪通过南京垚岳高新科技合伙企业（有限合伙）间接控制的公司
10	江苏创纪云数字科技有限公司	公司离任董事王子豪通过江苏创纪云网络科技有限公司间接控制的公司，已注销
11	江苏星合投资管理有限公司	公司离任董事王子豪担任执行董事的企业
12	汉桑（南京）科技股份有限公司	公司离任董事王子豪担任董事的企业
13	长沙加速度印务有限公司	公司实际控制人之一万建明与其配偶共同控制的企业，已注销
14	宁波星邻星投资管理有限公司	公司离任董事王子豪曾任执行董事的企业，2022 年 11 月已不再担任
15	南京创纪云信息技术服务有限公司	公司离任董事王子豪通过江苏创纪云网络科技有限公司间接控制的公司，已注销
16	湖南互科信息技术有限责任公司	公司董事胡伟配偶谢冠群担任执行董事、总经理的公司，已注销
17	杭州视维网络科技有限公司	公司董事胡伟配偶的哥哥谢冠雄持有 90%股权并担任执行董事、总经理的公司，已注销
18	浙江擎码网络科技有限公司	公司董事胡伟配偶的哥哥谢冠雄持有 90%股权并担任执行董事、总经理的公司，已注销

19	杭州立亨科技有限公司	公司董事胡伟配偶的哥哥谢冠雄持有 80% 股权并担任执行董事、总经理的公司，已注销
20	三亚星纳森企业管理合伙企业（有限合伙）	公司离任董事王子豪持有 99% 份额并担任执行事务合伙人的企业，已注销
21	南京星合泉企业管理有限公司	公司离任董事尹剑持有 99% 股权并担任执行董事的公司
22	海南景辉私募基金管理有限公司	公司离任董事尹剑持有 51% 股权并担任执行董事、总经理的公司
23	南京星纳赫企业管理有限公司	公司离任董事尹剑担任执行董事、总经理的公司
24	南京星杰投资管理有限公司	公司离任董事尹剑担任执行董事的公司
25	南京星柏年投资管理有限公司	公司离任董事尹剑担任执行董事的公司
26	南京星仑创业投资管理有限公司	公司离任董事尹剑担任执行董事的公司
27	江苏星众投资管理有限公司	公司离任董事尹剑担任执行董事的公司
28	南京湾流企业管理有限公司	公司离任董事尹剑担任执行董事的公司
29	江苏星纳赫投资管理有限公司	公司离任董事尹剑曾任执行董事的公司，于 2023 年 11 月离任
30	北京启旭贝贝科技有限公司	公司离任董事尹剑在报告期内担任董事的公司，2023 年 3 月已不再担任
31	南京联童网络科技有限公司	公司离任董事尹剑担任董事的公司，2023 年 4 月已不再担任
32	北京贝瞳眼科医院管理有限公司	公司离任董事尹剑担任董事的公司
33	宁波益学投资管理有限公司	公司离任董事尹剑担任董事长的公司，已于 2025 年 8 月离任
34	江苏童创供应链有限公司	公司离任董事尹剑担任董事的公司，2023 年 4 月已不再担任
35	北京天骄尚学教育咨询有限公司	公司离任董事尹剑担任董事的公司
36	小熊驾到食品科技（上海）有限公司	公司离任董事尹剑担任董事的公司
37	南京智鹤电子科技有限公司	公司离任董事尹剑担任董事的公司，2024 年 4 月已不再担任
38	联童有限公司	公司离任董事尹剑担任董事的公司，2023 年 4 月已不再担任
39	北京知世教育科技有限公司	公司离任董事尹剑担任董事的公司，2025 年 6 月离任
40	南京肌知蜜智能科技有限公司	公司离任董事尹剑担任董事长的公司，该公司已于 2025 年 7 月注销
41	妍丽化妆品（中国）有限公司	公司离任董事尹剑担任董事的公司
42	瑞之美电子商务（深圳）有限公司	公司离任董事尹剑担任董事的公司
43	俊诚美业（深圳）有限公司	公司离任董事尹剑担任董事的公司
44	妍丽供应链管理（深圳）有限公司	公司离任董事尹剑担任董事的公司
45	南京市薇妮品牌管理有限责任公司	公司离任董事尹剑在报告期内担任董事的公司，2024 年 1 月已不再担任
46	南京银润典当有限公司	公司离任董事尹剑在报告期内担任董事的

		公司，2022 年 3 月已不再担任
47	海南星兰企业管理合伙企业（有限合伙）	公司离任董事尹剑持有 95%出资份额的企业
48	上海全芸承企业管理中心	公司离任董事尹剑持有 100%股权的企业，已注销
49	上海量之秀企业管理合伙企业（有限合伙）	公司离任董事尹剑通过上海全芸承企业管理中心间接持有 99%出资份额的企业，已注销
50	三亚星纳赫企业管理合伙企业（有限合伙）	公司离任董事尹剑持有 99%出资份额并担任执行事务合伙人的企业，已于 2023 年 9 月注销
51	海南星萃企业管理合伙企业（有限合伙）	公司离任董事尹剑持有 99%出资份额并担任执行事务合伙人的企业
52	南京星纳源企业管理中心（有限合伙）	公司离任董事尹剑控制的海南星萃企业管理合伙企业（有限合伙）担任执行事务合伙人的企业
53	上海合而杰企业管理中心（有限合伙）	公司离任董事尹剑持有 90%出资份额的企业
54	南京梧笛企业孵化器管理有限公司	公司离任董事尹剑持有 45%股权的公司
55	海南星纳博企业管理合伙企业（有限合伙）	公司离任董事尹剑持有 38.81%出资份额并担任执行事务合伙人的企业
56	南京源浩投资管理中心（有限合伙）	公司离任董事尹剑持有 37.50%出资份额并担任执行事务合伙人的企业
57	南京星清源企业管理有限公司	公司离任董事尹剑担任执行董事并实际控制的公司
58	南京星源企业管理中心（有限合伙）	公司离任董事尹剑控制的南京星合泉企业管理有限公司持有 1%出资份额并担任执行事务合伙人的企业，已于 2024 年 6 月注销
59	南京星纳滋股权投资合伙企业（有限合伙）	公司离任董事尹剑出资 95%的海南星兰企业管理合伙企业（有限合伙）持有 60%的出资份额并担任执行事务合伙人的企业
60	南京星纳涛股权投资合伙企业（有限合伙）	公司离任董事尹剑出资 95%的海南星兰企业管理合伙企业（有限合伙）持有 86.50%的出资份额的企业
61	宁波星清源企业管理合伙企业（有限合伙）	公司离任董事尹剑控制的南京星清源企业管理有限公司担任执行事务合伙人的企业，已于 2024 年 9 月注销
62	南京梦缔教育培训中心有限公司	公司离任董事尹剑的配偶张小青持有 100%股权并担任董事长的公司
63	江苏沃得生涯教育咨询有限公司	公司离任董事尹剑的配偶张小青持有 97%股权并担任执行董事、总经理的公司
64	长沙沃得生涯教育科技有限公司	公司离任董事尹剑的配偶张小青通过江苏沃得生涯教育咨询有限公司间接控制的公司
65	苏州沃得生涯教育科技有限公司	公司离任董事尹剑的配偶张小青通过江苏沃得生涯教育咨询有限公司间接控制的公司
66	无锡沃得生涯教育科技有限公司	公司离任董事尹剑的配偶张小青通过江苏沃得生涯教育咨询有限公司间接控制的公司
67	江苏东方清算事务所有限公司	公司离任董事尹剑的配偶张小青持有 70%股权并担任董事的公司
68	江苏学涯云教育科技有限公司	公司离任董事尹剑的配偶张小青持有 90%

		股权并担任执行董事的公司
69	江苏美成科技有限公司	公司离任董事尹剑的配偶张小青持有 80% 股权并担任执行董事的公司
70	江苏众汇资产管理咨询有限公司	公司离任董事尹剑的配偶张小青担任董事的公司
71	南京赛思教育科技有限公司	公司离任董事尹剑的配偶张小青担任执行董事的公司，已于 2024 年 6 月注销
72	福建省匹克科技股份有限公司（曾用名：匹克（中国）有限公司）	公司离任监事何坚担任董事的公司
73	深圳市乐的文化股份有限公司	公司离任监事何坚担任董事的公司
74	铂爵旅拍文化集团有限公司	公司离任监事何坚担任董事的公司
75	湖南佳元禄食品有限公司	公司离任监事何坚担任董事的公司
76	唯捷（厦门）供应链管理有限公司	公司离任监事何坚担任董事的公司
77	爱逸（厦门）食品科技有限公司	公司离任监事何坚担任董事的公司
78	湖南华润润湘联和投资咨询有限公司	公司离任监事何坚曾担任执行董事，并于 2025 年 6 月担任经理 的公司
79	华润国调（厦门）企业管理咨询有限公司	公司离任监事何坚担任执行董事的公司
80	润侨诚和（厦门）投资合伙企业（有限合伙）	公司离任监事何坚持持有 27.88% 出资份额并担任执行事务合伙人的企业
81	润湘联和（深圳）管理咨询合伙企业（有限合伙）	公司离任监事何坚持持有 29.40% 的出资份额并担任执行事务合伙人的企业
82	长沙市天心区新芙蓉家居广场水磨坊家俱店	公司独立董事李灿的哥哥李辉为经营者，已注销
83	长沙菁城品牌管理有限公司（曾用名：长沙菁然供应链有限责任公司）	公司离任监事欧建容担任执行董事、经理的公司
84	湖南家好甄选文化传播有限公司	公司离任监事欧建容担任执行董事、经理的公司
85	优沅健康科技（长沙）有限公司	公司离任监事欧建容担任经理的公司
86	岳阳县爱布谷孕婴童连锁天鹅路店	公司董事彭敏配偶的弟弟杨林志的配偶张婷为经营者，已注销
87	岳阳县爱布谷孕婴童连锁宝塔店	公司董事彭敏配偶的弟弟杨林志的配偶张婷为经营者，已注销
88	岳阳县爱布谷孕婴童连锁步步高品牌旗舰店	公司董事彭敏配偶的弟弟杨林志的配偶张婷为经营者，已注销
89	岳阳县爱布谷孕婴童连锁黄沙街店	公司董事彭敏配偶的弟弟杨林志的配偶张婷为经营者，已注销
90	岳阳县爱布谷孕婴童连锁张谷英店	公司董事彭敏配偶的弟弟杨林志的配偶张婷为经营者，已注销
91	岳阳县爱布谷孕婴童连锁致富街店	公司董事彭敏配偶的弟弟杨林志的配偶张婷为经营者，已注销
92	岳阳县爱布谷孕婴童连锁柏祥旗舰店	公司董事彭敏配偶的弟弟杨林志的配偶张婷为经营者，已注销
93	岳阳县爱布谷孕婴童连锁人民医院店	公司董事彭敏配偶的弟弟杨林志的配偶张婷为经营者，已注销
94	岳阳县新开镇爱布谷孕婴店	公司董事彭敏配偶的弟弟杨林志的配偶张

		婷担任经营者，已注销
95	平江县爱布谷孕婴用品连锁金门第店	公司董事彭敏配偶的弟弟杨林志的配偶张婷为经营者，已注销
96	香港伟灵格	公司报告期内的二级子公司，已解散
97	Wellingo ApS	公司报告期内的一级子公司，已解散
98	Wellingo A/S	公司报告期内的二级子公司，已解散
99	斐灵格尔	公司报告期内的三级子公司，已注销

(二) 关联交易

1、报告期内关联交易汇总表

报告期内，公司存在关联销售、关联担保、关键管理人员等经常性关联交易，不存在偶发性关联交易，关联交易汇总表如下：

单位：万元

经常性关联交易					
关联交易内容	关联方	交易金额			
		2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
关联销售	长沙三益童创供应链有限公司	9.22	642.86	549.99	616.14
	湖南沅景供应链有限公司	598.77	728.88	982.40	481.30
	岳阳县爱布谷孕婴连锁富安商业广场店	-	-	0.55	9.29
关联担保	详见本节“七、关联方、关联关系和关联交易情况”之“(二)关联交易”之“2、经常性关联交易”之“(2)关联担保”				
关键管理人员薪酬	关键管理人员	440.84	839.92	1,075.70	970.63

2、经常性关联交易

(1) 关联销售

报告期内，公司关联销售的具体情形如下：

单位：万元

关联方	2025年1-6月			2024年度			2023年度			2022年度		
	金额	占营业收入比	占渠道收入比	金额	占营业收入比	占渠道收入比	金额	占营业收入比	占渠道收入比	金额	占营业收入比	占渠道收入比
长沙三益童创供应链有限公司	9.22	0.01%	0.04%	642.86	0.33%	1.40%	549.99	0.31%	1.24%	616.14	0.48%	1.97%
湖南沅景供应链有限公司	598.77	0.53%	2.57%	728.88	0.37%	1.59%	982.40	0.56%	2.22%	481.30	0.37%	1.54%

岳阳县爱布谷孕婴连锁富安商业广场店	-	-	-	-	-	-	0.55	0.00%	0.00%	9.29	0.01%	0.03%
合计	607.99	0.54%	2.61%	1,371.74	0.69%	2.99%	1,532.94	0.87%	3.46%	1,106.73	0.85%	3.54%

报告期各期，公司关联销售规模分别为 1,106.73 万元、1,532.94 万元、1,371.74 万元和 607.99 万元，占各期营业收入比例分别为 0.85%、0.87%、0.69%和 0.54%，占线下经销渠道收入比例分别为 3.54%、3.46%、2.99%和 2.61%，均占比较小。

1) 公司与三益童创、湖南沅景的关联销售情况

三益童创、湖南沅景为发行人在长沙地区的经销商，公司向其销售米粉、纸尿裤、成长裤、面条等婴幼儿辅食和婴幼儿卫生用品，报告期各期销售收入分别为 1,097.44 万元、1,532.39 万元、1,371.74 万元和 607.99 万元，占各期营业收入比例分别为 0.85%、0.87%、0.69%和 0.54%，占线下经销渠道收入比例分别为 3.51%、3.46%、2.99%和 2.61%，占比较小。公司向三益童创、湖南沅景的关联交易价格公允，不存在对发行人或关联方的利益输送情形，不存在对关联方的重大依赖，不会对发行人持续经营能力产生重大不利影响。2025 年 2 月起，公司终止和长沙三益童创的合作。

2) 公司与岳阳爱布谷的关联销售情况

报告期 2022 年、2023 年，公司向岳阳爱布谷销售婴幼儿卫生用品，销售收入规模小，2023 年，公司已终止与其合作。

(2) 关联担保

报告期内，关联方为公司提供担保的具体情况如下：

序号	债权人	被担保方	担保方	最高担保金额 (万元)	担保类型	被担保主债权发生期间	报告期末是否履行完毕
1	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	英氏控股集团股份有限公司	胡泽民	12,000.00	保证担保	2017/05/11-2022/04/07	是
			马文斌、万建明、彭敏、王自力、胡伟	12,000.00	保证担保	2017/05/12-2022/04/07	
			钟永龙	12,000.00	保证担保	2017/05/17-2022/05/17	
			蒋慧玲、万建明、彭敏、王自力、胡伟、钟永龙	12,000.00	抵押担保 (抵押物：房产)	2017/05/12-2022/05/12	
			胡刘威	12,000.00	抵押担保 (抵押物：房产)	2017/05/17-2022/05/12	
2	上海浦东	湖南英氏	马文斌、万建	2,000.00	保证担保	2020/04/20-2023/04/20	是

	发展银行股份有限公司长沙分行	营养食品有限公司	明、胡泽民、王自力、胡伟、钟永龙				
			彭敏	2,000.00	保证担保	2020/05/14-2023/05/14	
3	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	长沙厚博文化传播有限公司	马文斌、万建明、胡泽民、王自力、胡伟、钟永龙	2,000.00	保证担保	2020/04/20-2023/04/20	是
			彭敏	2,000.00	保证担保	2020/05/14-2023/05/14	
4	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	英氏控股集团股份有限公司	马文斌	11,000.00	保证担保	2021/06/25-2024/06/25	是
5	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	湖南英氏营养食品有限公司	马文斌、万建明	3,000.00	保证担保	2021/06/25-2024/06/25	是
6	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	长沙厚博文化传播有限公司	马文斌	3,000.00	保证担保	2021/06/25-2024/06/25	是
7	中国光大银行股份有限公司长沙万家丽路支行	英氏控股集团股份有限公司	马文斌、蒋慧玲	1,000.00	保证担保	2021/07/23-2022/07/22	是
8	长沙银行股份有限公司东城支行	英氏控股集团股份有限公司	马文斌、蒋慧玲	5,000.00	保证担保	2022/12/14-2023/12/14	是
9	长沙银行股份有限公司东城支行	湖南英氏营养食品有限公司	马文斌、蒋慧玲	4,000.00	保证担保	2022/12/14-2023/12/14	
10	长沙银行股份有限公司东城支行	长沙厚博文化传播有限公司	马文斌、蒋慧玲	1,000.00	保证担保	2022/12/14-2023/12/14	
11	中国光大银行股份有限公司长沙万家丽路支行	英氏控股集团股份有限公司	马文斌、蒋慧玲	5,000.00	保证担保	2023/01/17-2025/01/16	是
12	中国光大银行股份有限公司	英氏控股集团股份有限公司	马文斌、蒋慧玲	15,000.00	保证担保	2024/12/31-2027/12/30	否

	长沙万家丽路支行						
13	中国光大银行股份有限公司长沙万家丽路支行	湖南英氏营养食品有限公司	马文斌、蒋慧玲	5,000.00	保证担保	2024/12/31-2027/12/30	否

报告期内，公司关联担保均为自然人股东及其直系亲属，为公司获取银行授信或进行贷款，而对发行人及其子公司进行的担保。

(3) 关键管理人员薪酬

报告期内，发行人向董事、~~原~~监事、高级管理人员支付的薪酬情况如下：

单位：万元

事项	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
关键管理人员薪酬	440.84	839.92	1,075.70	970.63

公司支付给董事、~~原~~监事和高级管理人员的报酬包括基本工资、奖金等，系为换取相关人员提供的劳动服务支出，是正常经营所需，具有合理性和必要性，不存在向公司或关联方进行利益输送的情况。

3、关联方应收应付款项余额

(1) 应收关联方款项

报告期各期末，发行人应收关联方款项余额如下：

单位：万元

项目	关联方	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
应收账款	岳阳县爱布谷孕婴连锁富安商业广场店	-	-	-	3.36
合计		-		-	3.36

2022 年末，发行人对关联经销商爱布谷的应收款项系向其销售英氏控股商品的应收货款。

(2) 应付关联方款项

报告期各期末，发行人应付关联方款项余额如下：

单位：万元

项目	关联方	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
合同负债	长沙三益童创供应链有限公司	7.33	19.75	12.66	0.68

合同负债	湖南沅景供应链有限公司	26.51	2.89	25.20	6.60
合同负债	岳阳县爱布谷孕婴连锁富安商业广场店	-	-	-	3.86
其他流动负债	长沙三益童创供应链有限公司	0.95	2.57	15.36	31.21
其他流动负债	湖南沅景供应链有限公司	30.82	84.91	120.31	64.25
其他流动负债	岳阳县爱布谷孕婴连锁富安商业广场店	-	-	-	0.57
其他应付款	长沙三益童创供应链有限公司	-	5.00	5.00	-
其他应付款	湖南沅景供应链有限公司	5.10	1.50	2.43	1.00
合计		70.71	116.62	180.96	108.17

2022 年末、2023 年末、2024 年末和 2025 年 6 月末，发行人应付关联方款项余额分别为 108.17 万元、180.96 万元、116.62 万元和 70.71 万元，金额较小。

4、比照关联方披露的其他交易

(1) 交易对方信息

序号	单位名称	与发行人关系
1	孩子王儿童用品股份有限公司及关联方等*注	公司前股东南京星纳亦的实际控制人汪建国控制的企业
2	长沙市平头哥供应链管理有限公司	公司股东长沙英瑞的有限合伙人姜平作为法定代表人、唯一股东的企业
3	分众智媒广告有限公司	公司股东珠海众霖的第三层合伙人分众传媒的孙公司
4	长沙播了么文化传媒有限公司	公司股东华润润湘的原合伙人成都新潮生活圈文化传媒有限公司的兄弟公司

注：孩子王儿童用品股份有限公司及关联方等包括孩子王儿童用品股份有限公司采购中心、乐友国际商业集团有限公司、童联供应链有限公司。童联供应链有限公司为孩子王儿童用品股份有限公司报告期内的全资子公司；2023 年，孩子王儿童用品股份有限公司收购乐友国际商业集团有限公司 65%股权，成为其控股股东。

(2) 比照关联方披露的其他交易情况

报告期内，发行人与上述主体之间的交易情况如下：

单位：万元

单位名称	交易内容	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
孩子王儿童用品股份有限公司及关联方等*注	销售商品	4,306.71	8,544.34	8,128.98	6,040.91
孩子王儿童用品股份有限公司及关联方等	采购服务	1,185.84	2,079.05	1,941.27	1,260.32

长沙市平头哥供应链管理有限公司	销售商品	18.07	139.00	160.81	179.90
分众智媒广告有限公司	采购广告	-	991.43	2,349.43	4,716.98
长沙播了么文化传媒有限公司	采购广告	-	713.79	1,999.92	-

注：孩子王儿童用品股份有限公司于 2023 年登记受让乐友国际商业集团有限公司 65% 的股份，此处业务统计范围为当年全年口径。

报告期内，公司与上述主体之间的交易遵循市场定价原则，交易价格公允，不存在损害发行人利益的情况，不会对发行人财务状况及经营成果产生不利影响。

5、关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司关联交易均属正常业务往来，系公司日常生产经营需要，具有必要性与合理性，交易价格公允合理，不存在利用关联交易调节公司收入、利润或进行利益输送的情形，符合公司及全体股东利益。报告期各年度关联交易金额占营业收入比例较低，公司不会因此对关联方形成依赖或被其控制，关联交易不影响公司的独立性，未对公司财务状况和经营成果产生重大不利影响。

6、关联交易决策程序及执行情况

为了规范关联交易，维护股东特别是中小股东的合法权益，公司在《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》《关联交易管理制度》中对关联方及关联交易的类型、关联方的回避措施、关联交易的审议、披露程序及独立董事的作用等方面进行了严格规定。

报告期内，公司发生的关联交易均履行了相应程序，交易价格公允合理，不存在损害公司及其他股东利益的情形，亦不存在违反公司章程等相关制度的情形。公司独立董事对公司报告期内发生的关联交易发表了明确的意见。公司独立董事认为：公司报告期内发生的关联交易均履行了必要的决策程序，关联董事或股东均已回避表决，关联交易具有必要性、合理性且价格公允，不存在损害公司或其他股东特别是中小股东利益的情形，不存在损害债权人利益的情形。

7、减少和规范关联交易的具体安排

为进一步规范和减少关联交易，公司实际控制人、董事、~~原~~监事、高级管理人员、直接持股 5% 以上股东出具了《关于规范和减少关联交易的承诺函》，详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（一）与本次公开发行有关的承诺情况”。

八、其他事项

无。

第七节 财务会计信息

一、 发行人最近三年的财务报表

(一) 合并资产负债表

单位：元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	175,434,992.50	394,841,527.94	469,029,720.55	364,670,718.70
结算备付金	-	-	-	-
拆出资金	-	-	-	-
交易性金融资产	481,000,000.00	350,000,000.00	89,900,000.00	10,000,000.00
衍生金融资产	-	-	-	-
应收票据	-	2,595,423.14	3,149,671.25	905,800.67
应收账款	67,038,687.54	48,650,355.49	35,869,470.54	30,176,518.87
应收款项融资	1,742,780.15	-	682,684.98	652,750.66
预付款项	41,437,973.71	28,586,280.34	13,260,892.29	19,964,881.61
应收保费	-	-	-	-
应收分保账款	-	-	-	-
应收分保合同准备金	-	-	-	-
其他应收款	3,961,951.33	4,001,893.48	2,896,544.27	2,741,321.59
其中：应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
买入返售金融资产	-	-	-	-
存货	85,487,374.48	84,067,309.84	72,597,812.00	79,581,273.81
合同资产	-	-	-	-
持有待售资产	-	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	11,380,272.53	15,985,368.25	6,462,180.51	7,596,693.10
流动资产合计	867,484,032.24	928,728,158.48	693,848,976.39	516,289,959.01
非流动资产：				
发放贷款及垫款	-	-	-	-
债权投资	-	-	-	-
其他债权投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	-	-	-	-
其他权益工具投资	-	-	-	-
其他非流动金融资产	-	-	-	-
投资性房地产	2,684,333.44	4,129,708.07	4,306,638.95	4,483,569.83
固定资产	384,765,771.64	399,796,236.96	173,451,006.05	186,709,923.69
在建工程	1,249,242.06	1,023,639.56	57,626,384.87	821,443.73
生产性生物资产	-	-	-	-

油气资产	-	-	-	-
使用权资产	2,186,654.75	3,195,880.07	5,214,330.71	1,242,793.63
无形资产	90,392,699.71	87,391,629.55	86,631,309.78	46,696,188.05
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	12,501,607.97	10,885,232.05	6,894,038.60	9,410,557.04
递延所得税资产	45,110,380.55	45,414,724.02	48,418,682.04	50,599,229.68
其他非流动资产	6,965,498.43	4,719,881.27	24,065,511.04	41,268,751.29
非流动资产合计	545,856,188.55	556,556,931.55	406,607,902.04	341,232,456.94
资产总计	1,413,340,220.79	1,485,285,090.03	1,100,456,878.43	857,522,415.95
流动负债：				
短期借款	-	51,740,112.01	-	-
向中央银行借款	-	-	-	-
拆入资金	-	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-	-
衍生金融负债	-	-	-	-
应付票据	55,371,217.07	63,042,464.56	52,575,734.00	45,640,000.00
应付账款	79,273,871.21	93,153,636.11	81,079,903.55	91,273,873.30
预收款项	-	-	-	-
合同负债	29,934,521.57	20,597,603.86	31,332,084.38	21,377,765.84
卖出回购金融资产款	-	-	-	-
吸收存款及同业存放	-	-	-	-
代理买卖证券款	-	-	-	-
代理承销证券款	-	-	-	-
应付职工薪酬	13,785,824.37	21,826,360.71	23,405,652.86	22,927,151.94
应交税费	38,907,929.49	53,146,884.92	31,697,207.82	38,196,975.14
其他应付款	75,796,142.37	100,857,553.50	64,694,746.39	28,807,322.08
其中：应付利息	-	-	-	-
应付股利	-	-	-	-
应付手续费及佣金	-	-	-	-
应付分保账款	-	-	-	-
持有待售负债	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	2,266,826.56	3,262,925.72	2,325,908.78	1,789,299.12
其他流动负债	18,412,555.90	17,893,810.44	16,003,123.33	16,654,453.45
流动负债合计	313,748,888.54	425,521,351.83	303,114,361.11	266,666,840.87
非流动负债：				
保险合同准备金	-	-	-	-
长期借款	-	80,236,856.46	-	-
应付债券	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
租赁负债	177,769.66	1,232,254.10	3,280,153.71	-
长期应付款	-	-	-	-

长期应付职工薪酬	-	-	-	-
预计负债	17,733,233.10	14,964,346.42	11,099,622.96	8,812,845.24
递延收益	10,879,382.77	11,086,518.69	565,224.61	753,632.77
递延所得税负债	546,663.69	798,970.02	1,303,582.68	310,698.41
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	29,337,049.22	108,318,945.69	16,248,583.96	9,877,176.42
负债合计	343,085,937.76	533,840,297.52	319,362,945.07	276,544,017.29
所有者权益（或股东权益）：				
股本	150,532,725.00	150,532,725.00	150,532,725.00	150,532,725.00
其他权益工具	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
资本公积	234,106,655.38	233,860,928.95	233,644,835.96	233,288,574.51
减：库存股	-	-	-	-
其他综合收益	-	-	-	-293,981.86
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	47,678,216.88	45,608,034.52	25,394,711.99	11,067,827.01
一般风险准备	-	-	-	-
未分配利润	639,534,653.79	522,606,115.26	372,223,240.44	186,349,257.77
归属于母公司所有者权益合计	1,071,852,251.05	952,607,803.73	781,795,513.39	580,944,402.43
少数股东权益	-1,597,968.02	-1,163,011.22	-701,580.03	33,996.23
所有者权益合计	1,070,254,283.03	951,444,792.51	781,093,933.36	580,978,398.66
负债和所有者权益总计	1,413,340,220.79	1,485,285,090.03	1,100,456,878.43	857,522,415.95

法定代表人：马文斌 主管会计工作负责人：钟永龙 会计机构负责人：曹晓青

（二） 母公司资产负债表

√适用□不适用

单位：元

项目	2025年6月30日	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
流动资产：				
货币资金	54,056,042.31	239,042,437.34	261,120,764.05	90,337,462.49
交易性金融资产	384,000,000.00	233,000,000.00	30,000,000.00	10,000,000.00
衍生金融资产	-	-	-	-
应收票据	-	2,595,423.14	3,149,671.25	905,800.67
应收账款	74,494,556.32	67,377,068.47	69,807,545.71	165,369,361.32
应收款项融资	1,742,780.15	-	682,684.98	652,750.66
预付款项	3,336,124.55	2,291,395.49	2,410,969.98	8,261,406.76
其他应收款	1,184,483.33	2,900,075.00	1,012,795.74	26,968,704.49
其中：应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	20,000,000.00
买入返售金融资产	-	-	-	-
存货	23,658,434.12	20,816,824.63	13,348,859.57	21,826,994.40
合同资产	-	-	-	-
持有待售资产	-	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	192,572.85	135,315.67	163,461.17	1,542,849.32

流动资产合计	542,664,993.63	568,158,539.74	381,696,752.45	325,865,330.11
非流动资产：				
债权投资	-	-	-	-
其他债权投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	130,280,930.36	130,127,682.04	129,962,430.83	130,284,011.94
其他权益工具投资	-	-	-	-
其他非流动金融资产	-	-	-	-
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	139,060,032.04	145,386,143.14	160,324,320.99	173,751,210.82
在建工程	-	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
使用权资产	-	-	-	-
无形资产	42,956,554.31	43,675,419.05	44,213,856.07	45,137,834.27
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	1,766,508.15	3,363,595.56	6,659,274.60	9,027,099.82
递延所得税资产	12,430,518.60	19,024,366.86	26,098,415.44	28,458,289.67
其他非流动资产	450,000.00	4,500.00	263,207.55	251,611.29
非流动资产合计	326,944,543.46	341,581,706.65	367,521,505.48	386,910,057.81
资产总计	869,609,537.09	909,740,246.39	749,218,257.93	712,775,387.92
流动负债：				
短期借款	-	15,188,052.45	-	-
交易性金融负债	-	-	-	-
衍生金融负债	-	-	-	-
应付票据	16,786,500.01	5,081,076.00	35,485,734.00	45,640,000.00
应付账款	30,898,591.12	52,580,123.71	37,396,907.02	69,097,454.41
预收款项	-	-	-	-
卖出回购金融资产款	-	-	-	-
应付职工薪酬	1,516,076.80	2,861,262.34	4,694,601.71	4,560,495.58
应交税费	830,594.16	1,307,837.96	913,092.39	3,588,999.47
其他应付款	3,986,553.59	4,544,803.27	4,960,200.44	32,795,429.22
其中：应付利息	-	-	-	-
应付股利	-	-	-	-
合同负债	967,782.78	603,969.69	405,034.19	11,936,068.54
持有待售负债	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	-	-	-	-
其他流动负债	125,811.76	78,516.06	52,654.45	1,551,688.91
流动负债合计	55,111,910.22	82,245,641.48	83,908,224.20	169,170,136.13
非流动负债：				
长期借款	-	-	-	-
应付债券	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
租赁负债	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-	-
预计负债	559,181.96	408,679.38	385,011.04	216,932.19

递延收益	282,612.37	376,816.45	565,224.61	753,632.77
递延所得税负债	-	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-	1,900,000.00
非流动负债合计	841,794.33	785,495.83	950,235.65	2,870,564.96
负债合计	55,953,704.55	83,031,137.31	84,858,459.85	172,040,701.09
所有者权益：				
股本	150,532,725.00	150,532,725.00	150,532,725.00	150,532,725.00
其他权益工具	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
资本公积	340,648,080.37	340,402,353.94	340,186,260.95	339,829,999.50
减：库存股	-	-	-	-
其他综合收益	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	47,363,268.76	45,293,086.40	25,079,763.87	10,752,878.89
一般风险准备	-	-	-	-
未分配利润	275,111,758.41	290,480,943.74	148,561,048.26	39,619,083.44
所有者权益合计	813,655,832.54	826,709,109.08	664,359,798.08	540,734,686.83
负债和所有者权益合计	869,609,537.09	909,740,246.39	749,218,257.93	712,775,387.92

（三） 合并利润表

单位：元

项目	2025年1月—6月	2024年度	2023年度	2022年度
一、营业总收入	1,131,708,637.76	1,974,333,759.24	1,758,316,993.99	1,296,052,091.60
其中：营业收入	1,131,708,637.76	1,974,333,759.24	1,758,316,993.99	1,296,052,091.60
利息收入	-	-	-	-
已赚保费	-	-	-	-
手续费及佣金收入	-	-	-	-
二、营业总成本	950,419,216.89	1,716,588,974.14	1,476,345,832.11	1,140,252,064.96
其中：营业成本	466,709,345.81	839,865,597.34	741,060,438.52	580,866,183.88
利息支出	-	-	-	-
手续费及佣金支出	-	-	-	-
退保金	-	-	-	-
赔付支出净额	-	-	-	-
提取保险责任准备金净额	-	-	-	-
保单红利支出	-	-	-	-
分保费用	-	-	-	-
税金及附加	11,784,730.38	17,527,516.92	17,456,843.68	14,080,956.68
销售费用	396,936,345.45	721,126,724.96	602,455,111.60	454,110,244.77
管理费用	67,550,381.33	124,610,297.77	113,639,963.88	89,584,667.29
研发费用	8,051,479.34	17,148,254.01	9,212,375.73	5,529,778.63

财务费用	-613,065.42	-3,689,416.86	-7,478,901.30	-3,919,766.29
其中：利息费用	516,742.29	734,324.00	112,980.83	357,377.27
利息收入	1,145,949.55	4,538,655.15	7,664,276.83	4,537,746.30
加：其他收益	17,843,924.16	20,090,653.01	4,567,854.73	4,068,903.39
投资收益（损失以“-”号填列）	5,121,732.25	5,782,910.04	394,991.17	21,178.08
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
汇兑收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-826,014.34	325,529.52	-2,377,306.06	-4,728,658.33
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-1,922,925.70	-6,384,778.33	-471,195.62	-1,016,822.52
资产处置收益（损失以“-”号填列）	5,602.11	3,418.23	4,304.45	3,716.77
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	201,511,739.35	277,562,517.57	284,089,810.55	154,148,344.03
加：营业外收入	240,409.16	1,579,334.31	1,712,290.65	638,063.56
减：营业外支出	87,613.34	1,049,088.77	1,529,743.36	387,746.44
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	201,664,535.17	278,092,763.11	284,272,357.84	154,398,661.15
减：所得税费用	49,099,944.50	67,957,989.66	64,807,066.45	37,388,479.52
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	152,564,590.67	210,134,773.45	219,465,291.39	117,010,181.63
其中：被合并方在合并前实现的净利润	-	-	-	-
（一）按经营持续性分类：				

1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	152,564,590.67	210,134,773.45	219,465,291.39	117,010,181.63
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
（二）按所有权归属分类：				
1.少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	-434,956.80	-461,431.19	-735,576.26	-326,003.77
2.归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）	152,999,547.47	210,596,204.64	220,200,867.65	117,336,185.40
六、其他综合收益的税后净额	-	-	293,981.86	58,466.16
（一）归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-	-	293,981.86	58,466.16
1.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变动额	-	-	-	-
（2）权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-	-
（3）其他权益工具投资公允价值变动	-	-	-	-
（4）企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-	-
（5）其他	-	-	-	-
2.将重分类进损益的其他综合收益	-	-	293,981.86	58,466.16
（1）权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-	-
（2）其他债权投资公允价值变动	-	-	-	-
（3）金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-	-
（4）其他债权投资信用减值准备	-	-	-	-

(5) 现金流量套期储备	-	-	-	-
(6) 外币财务报表折算差额	-	-	293,981.86	58,466.16
(7) 其他	-	-	-	-
(二) 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	152,564,590.67	210,134,773.45	219,759,273.25	117,068,647.79
(一) 归属于母公司所有者的综合收益总额	152,999,547.47	210,596,204.64	220,494,849.51	117,394,651.56
(二) 归属于少数股东的综合收益总额	-434,956.80	-461,431.19	-735,576.26	-326,003.77
八、每股收益：				
(一) 基本每股收益（元/股）	1.02	1.40	1.46	0.79
(二) 稀释每股收益（元/股）	1.02	1.40	1.46	0.79

法定代表人：马文斌 主管会计工作负责人：钟永龙 会计机构负责人：曹晓青

(四) 母公司利润表

√适用□不适用

单位：元

项目	2025年1月—6月	2024年度	2023年度	2022年度
一、营业收入	177,887,419.73	298,480,204.09	266,352,198.47	242,711,872.48
减：营业成本	118,952,353.06	210,851,711.50	190,225,836.82	189,825,132.14
税金及附加	2,048,609.32	4,154,410.84	4,027,515.64	3,406,945.64
销售费用	18,136,326.34	24,706,599.98	25,934,234.55	16,709,307.82
管理费用	16,120,595.18	34,398,795.65	41,670,084.20	35,513,477.04
研发费用	1,219,151.51	1,393,034.07	4,630,137.69	5,529,778.63
财务费用	-325,634.10	-1,600,696.50	-2,079,501.39	-1,545,181.52
其中：利息费用	-	131,689.37	4,800.01	209,583.31
利息收入	304,745.78	1,753,353.07	2,091,220.10	1,925,463.48
加：其他收益	2,142,466.90	1,195,880.43	1,619,139.17	659,159.26
投资收益（损失以“-”号填列）	3,526,712.42	183,210,039.53	140,285,540.27	20,021,178.08
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
汇兑收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-

净敞口套期收益 (损失以“-”号填列)	-	-	-	-
公允价值变动收益 (损失以“-”号填列)	-	-	-	-
信用减值损失 (损失以“-”号填列)	-84,871.86	205,455.59	2,494,736.26	-376,441.61
资产减值损失 (损失以“-”号填列)	-50,090.30	-30,260.04	-618,451.42	-58,876.93
资产处置收益 (损失以“-”号填列)	8,549.40	2,700.00	4,304.45	3,716.77
二、营业利润(亏损以“-”号填列)	27,278,784.98	209,160,164.06	145,729,159.69	13,521,148.30
加: 营业外收入	41,958.52	129,586.65	534,663.86	198,796.87
减: 营业外支出	25,071.63	82,476.83	635,099.52	14,456.83
三、利润总额(亏损总额以“-”号填列)	27,295,671.87	209,207,273.88	145,628,724.03	13,705,488.34
减: 所得税费用	6,593,848.26	7,074,048.58	2,359,874.23	-2,632,491.53
四、净利润(净亏损以“-”号填列)	20,701,823.61	202,133,225.30	143,268,849.80	16,337,979.87
(一) 持续经营净利润 (净亏损以“-”号填列)	20,701,823.61	202,133,225.30	143,268,849.80	16,337,979.87
(二) 终止经营净利润 (净亏损以“-”号填列)	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
(一) 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变动额	-	-	-	-
2.权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-	-
3.其他权益工具投资公允价值变动	-	-	-	-
4.企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-	-
5.其他	-	-	-	-
(二) 将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
1.权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-	-
2.其他债权投资公允价值变动	-	-	-	-
3.金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-	-
4.其他债权投资信用减值准备	-	-	-	-

5.现金流量套期储备	-	-	-	-
6.外币财务报表折算差额	-	-	-	-
7.其他	-	-	-	-
六、综合收益总额	20,701,823.61	202,133,225.30	143,268,849.80	16,337,979.87
七、每股收益：				
（一）基本每股收益（元/股）	-	-	-	-
（二）稀释每股收益（元/股）	-	-	-	-

（五） 合并现金流量表

单位：元

项目	2025年1月—6月	2024年度	2023年度	2022年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务现金	1,240,887,117.44	2,165,926,204.64	1,938,946,858.27	1,406,569,863.52
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	-	-	-	-
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	-	-	-	-
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	-	-	-	-
代理买卖证券收到的现金净额	-	-	-	-
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	57,577,297.11	104,634,675.28	72,647,960.30	33,935,198.27
经营活动现金流入小计	1,298,464,414.55	2,270,560,879.92	2,011,594,818.57	1,440,505,061.79
购买商品、接受劳务支付的现金	534,612,259.46	878,672,885.73	802,948,044.93	588,977,597.63
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	-	-	-	-
拆出资金净增加额	-	-	-	-
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	102,380,208.45	183,542,645.45	170,136,364.80	145,375,385.61
支付的各项税费	134,636,934.37	173,489,257.72	195,727,738.83	117,856,645.31
支付其他与经营活动有关的现金	392,286,890.52	742,466,148.18	584,744,878.18	382,506,592.93
经营活动现金流出小计	1,163,916,292.80	1,978,170,937.08	1,753,557,026.74	1,234,716,221.48
经营活动产生的现金流量净额	134,548,121.75	292,389,942.84	258,037,791.83	205,788,840.31
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	1,101,000,000.00	1,988,000,000.00	436,100,000.00	20,000,000.00
取得投资收益收到的现金	5,121,732.25	5,782,910.04	648,978.62	21,178.08
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	10,760.00	3,800.00	4,950.00	245,923.56
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, 106, 132, 492. 25	1,993,786,710.04	436,753,928.62	20,267,101.64
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	45, 931, 427. 56	146,240,053.73	56,518,890.79	52,551,477.31
投资支付的现金	1, 232, 000, 000. 00	2,248,100,000.00	516,000,000.00	30,000,000.00
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	1, 277, 931, 427. 56	2,394,340,053.73	572,518,890.79	82,551,477.31
投资活动产生的现金流量净额	-171, 798, 935. 31	-400,553,343.69	-135,764,962.17	-62,284,375.67
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	-	170,359,975.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	360,000.00
取得借款收到的现金	1, 340, 333. 01	70,406,961.78	1,000,000.00	-
发行债券收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	1, 340, 333. 01	70,406,961.78	1,000,000.00	170,359,975.00
偿还债务支付的现金	134, 317, 301. 48	-	1,000,000.00	50,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	34, 498, 177. 44	41,184,838.80	20,004,800.01	321,563.88
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	1, 070, 116. 56	2,318,585.88	2,154,523.93	2,727,302.48
筹资活动现金流出小计	169, 885, 595. 48	43,503,424.68	23,159,323.94	53,048,866.36
筹资活动产生的现金流量净额	-168, 545, 262. 47	26,903,537.10	-22,159,323.94	117,311,108.64
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-1, 680. 85	7,620.18	73,526.93	64,977.50
五、现金及现金等价物净增加额	-205, 797, 756. 88	-81,252,243.57	100,187,032.65	260,880,550.78
加：期初现金及现金等价物余额	358, 366, 501. 78	439,618,745.35	339,431,712.70	78,551,161.92
六、期末现金及现金等价物余额	152, 568, 744. 90	358,366,501.78	439,618,745.35	339,431,712.70

法定代表人：马文斌 主管会计工作负责人：钟永龙 会计机构负责人：曹晓青

（六） 母公司现金流量表

√适用□不适用

单位：元				
项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 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	174, 187, 006. 74	284,564,783.29	377,564,005.87	152,367,908.13
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	6, 706, 172. 20	32,910,857.57	56,811,095.59	21,643,477.45
经营活动现金流入小计	180, 893, 178. 94	317,475,640.86	434,375,101.46	174,011,385.58

购买商品、接受劳务支付的现金	118,706,453.96	167,669,677.27	221,067,483.89	142,575,557.56
支付给职工以及为职工支付的现金	12,554,619.39	24,821,201.56	28,225,833.60	29,066,446.16
支付的各项税费	8,267,608.42	15,707,690.37	16,695,096.49	7,268,985.34
支付其他与经营活动有关的现金	37,152,736.32	53,682,769.02	106,502,629.06	65,943,690.83
经营活动现金流出小计	176,681,418.09	261,881,338.22	372,491,043.04	244,854,679.89
经营活动产生的现金流量净额	4,211,760.85	55,594,302.64	61,884,058.42	-70,843,294.31
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	785,000,000.00	1,127,100,000.00	191,100,000.00	20,000,000.00
取得投资收益收到的现金	3,526,712.42	183,210,039.53	160,285,540.27	21,178.08
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	1,205,895.28	2,700.00	4,950.00	264,684.00
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	789,732,607.70	1,310,312,739.53	351,390,490.27	20,285,862.08
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	671,711.70	1,057,646.00	2,639,230.77	8,973,135.22
投资支付的现金	936,000,000.00	1,330,100,000.00	213,000,000.00	33,640,000.00
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	936,671,711.70	1,331,157,646.00	215,639,230.77	42,613,135.22
投资活动产生的现金流量净额	-146,939,104.00	-20,844,906.47	135,751,259.50	-22,327,273.14
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	-	169,999,975.00
取得借款收到的现金	-	-	1,000,000.00	-
发行债券收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	1,000,000.00	169,999,975.00
偿还债务支付的现金	15,188,052.45	-	1,000,000.00	40,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	34,000,826.58	40,131,696.66	20,004,800.01	162,006.03
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	1,511,254.93
筹资活动现金流出小计	49,188,879.03	40,131,696.66	21,004,800.01	41,673,260.96
筹资活动产生的现金流量净额	-49,188,879.03	-40,131,696.66	-20,004,800.01	128,326,714.04

四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-1,680.85	7,620.18	7,814.45	8,903.30
五、现金及现金等价物净增加额	-191,917,903.03	-5,374,680.31	177,638,332.36	35,165,049.89
加：期初现金及现金等价物余额	237,518,114.54	242,892,794.85	65,254,462.49	30,089,412.60
六、期末现金及现金等价物余额	45,600,211.51	237,518,114.54	242,892,794.85	65,254,462.49

二、 审计意见

2025 年 1 月—6 月	是否审计 ☒ 是 ☐ 否
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	天职业字[2025]36711 号
审计机构名称	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	北京市海淀区车公庄西路 19 号 68 号楼 A-1 和 A-5 区域
审计报告日期	2025 年 10 月 27 日
注册会计师姓名	周睿、曹彩龙
2024 年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	天职业字[2025]9033 号
审计机构名称	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	北京市海淀区车公庄西路 19 号 68 号楼 A-1 和 A-5 区域
审计报告日期	2025 年 4 月 8 日
注册会计师姓名	李晓阳、刘云飞扬
2023 年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	天职业字[2024]23030 号
审计机构名称	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	北京市海淀区车公庄西路 19 号 68 号楼 A-1 和 A-5 区域
审计报告日期	2024 年 4 月 26 日
注册会计师姓名	李晓阳、刘云飞扬、李海（已离职）
2022 年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	天职业字[2023]43950 号
审计机构名称	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	北京市海淀区车公庄西路 19 号 68 号楼 A-1 和 A-5 区域
审计报告日期	2023 年 12 月 11 日
注册会计师姓名	李晓阳、刘云飞扬、李海（已离职）

三、 财务报表的编制基准及合并财务报表范围

(一) 财务报表的编制基础

(1) 编制基础

本财务报表按照财政部颁布的《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（2023年修订）》的相关规定编制。

(2) 持续经营

公司管理层已评价自本报告期末起12个月内具备持续经营能力，不存在导致持续经营能力产生重大怀疑的事项或情况。

(二) 合并财务报表范围及变化情况

1、合并财务报表范围

序号	名称	持股比例	表决权比例	至最近一期期末实际投资额(万元)	纳入合并范围的期间	合并类型	取得方式
1	湖南英氏营养食品有限公司	100%	100%	400.00	2022年1月-2025年6月	控股合并	同一控制下企业合并
2	湖南舒比奇生活用品有限公司	100%	100%	425.00	2022年1月-2025年6月	控股合并	同一控制下企业合并
3	湖南英氏乳业有限公司	100%	100%	425.00	2022年1月-2025年6月	控股合并	同一控制下企业合并
4	长沙厚博文化传播有限公司	100%	100%	400.00	2022年1月-2025年6月	控股合并	同一控制下企业合并
5	江西枫树生态科技食品有限公司	100%	100%	100.00	2022年1月-2025年6月	控股合并	同一控制下企业合并
6	湖南忆小口健康科学有限公司	91%	91%	364.00	2022年3月-2025年6月	控股合并	新设成立
7	湖南伟灵格健康科技有限公司	100%	100%	200.00	2022年1月-2025年6月	控股合并	新设成立
8	Wellingo Nutrition Holding ApS	100%	100%	-	2022年1月-2023年12月	控股合并	新设成立
9	Wellingo Nutrition A/S	100%	100%	-	2021年1月-2023年9月	控股合并	新设成立
10	Wellingo Nutrition Limited	100%	100%	-	2021年1月-2022年9月	控股合并	新设成立
11	湖南斐灵格尔健康科技有限公司	100%	100%	-	2021年1月-2023年4月	控股合并	新设成立
12	湖南英氏食品科技有限公司	100%	100%	-	2024年12月-2025年6月	控股合并	新设成立

注：Wellingo Nutrition Holding ApS 和 Wellingo Nutrition A/S 于2023年3月完成工商与税务注销，但其银行账户因跨境原因分别于2023年12月和2023年9月完成注销。

2、合并财务报表范围变更情况

报告期内，发行人存在新设子公司、孙公司与注销孙公司导致合并报表范围发生变动的情况。

发行人分别于 2022 年 3 月和 2024 年 12 月投资设立控股子公司湖南忆小口健康科学有限公司及全资孙公司湖南英氏食品科技有限公司，于 2022 年 9 月注销孙公司 Wellingo Nutrition Limited、于 2023 年 4 月注销全资曾孙公司湖南斐灵格尔健康科技有限公司。

发行人于 2023 年 3 月注销全资子公司 Wellingo Nutrition Holding ApS 和全资孙公司 Wellingo Nutrition A/S，并分别于 2023 年 12 月和 2023 年 9 月注销上述公司的银行账户。

四、 会计政策、估计

（一） 会计政策和会计估计

具体会计政策和会计估计提示：

☒ 适用 ☐ 不适用

公司所编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

公司根据实际生产经营特点针对金融资产减值、存货跌价准备、固定资产折旧、无形资产摊销、收入确认等交易或事项制定了具体会计政策和会计估计。

1. 金融工具

☒ 适用 ☐ 不适用

（1）金融工具的确认和终止确认

公司于成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

以常规方式买卖金融资产，按交易日会计进行确认和终止确认。常规方式买卖金融资产，是指按照合同条款的约定，在法规或通行惯例规定的期限内收取或交付金融资产。交易日，是指公司承诺买入或卖出金融资产的日期。

满足下列条件的，终止确认金融资产（或金融资产的一部分，或一组类似金融资产的一部分），即从其账户和资产负债表内予以转销：

- 1）收取金融资产现金流量的权利届满；
- 2）转移了收取金融资产现金流量的权利，或在“过手协议”下承担了及时将收取的现

现金流量全额支付给第三方的义务；并且 A.实质上转让了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，或 B.虽然实质上既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但放弃了对该金融资产的控制。

(2) 金融资产分类和计量

公司的金融资产于初始确认时根据公司管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征分类为：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产以及以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。金融资产的后续计量取决于其分类。

公司对金融资产的分类，依据公司管理金融资产的业务模式和金融资产的现金流量特征进行分类。

1) 以摊余成本计量的金融资产

金融资产同时符合下列条件的，分类为以摊余成本计量的金融资产：公司管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标；该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。对于此类金融资产，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，其摊销或减值产生的利得或损失，均计入当期损益。

2) 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资

金融资产同时符合下列条件的，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：公司管理该金融资产的业务模式是既以收取合同现金流量为目标又以出售金融资产为目标；该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量。其折价或溢价采用实际利率法进行摊销并确认为利息收入或费用。除减值损失及外币货币性金融资产的汇兑差额确认为当期损益外，此类金融资产的公允价值变动作为其他综合收益确认，直到该金融资产终止确认时，其累计利得或损失转入当期损益。与此类金融资产相关利息收入，计入当期损益。

3) 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资

公司不可撤销地选择将部分非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，仅将相关股利收入计入当期损益，公允价值变动作为其他综合收益确认，直到该金融资产终止确认时，其累计利得或损失转入留存收益。此类金融资产列报为其他权益工具投资。

4) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

上述以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产之外的金融资产，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。在初始确认时，为了能够消除或显著减少会计错配，可以将金融资产指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量，所有公允价值变动计入当期损益。

当且仅当公司改变管理金融资产的业务模式时，才对所有受影响的相关金融资产进行重分类。

对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益，其他类别的金融资产相关交易费用计入其初始确认金额。

(3) 金融负债分类和计量

公司的金融负债于初始确认时分类为：以摊余成本计量的金融负债与以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

符合以下条件之一的金融负债可在初始计量时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债：1) 该项指定能够消除或显著减少会计错配；2) 根据正式书面文件载明的公司风险管理或投资策略，以公允价值为基础对金融负债组合或金融资产和金融负债组合进行管理和业绩评价，并在公司内部以此为基础向关键管理人员报告；3) 该金融负债包含需单独分拆的嵌入衍生工具。

公司在初始确认时确定金融负债的分类。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，相关交易费用直接计入当期损益，其他金融负债的相关交易费用计入其初始确认金额。

金融负债的后续计量取决于其分类：

1) 以摊余成本计量的金融负债

对于此类金融负债，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。

2) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

(4) 金融工具抵销

同时满足下列条件的，金融资产和金融负债以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

(5) 金融资产减值

公司对于以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资和财务担保合同等，以预期信用损失为基础确认损失准备。信用损失，是指公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。

公司考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，以单项或组合的方式对以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）的预期信用损失进行估计。

1) 预期信用损失一般模型

如果该金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加，公司按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备；如果该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加，公司按照相当于该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量其损失准备。由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。

通常逾期超过 30 日，公司即认为该金融工具的信用风险已显著增加，除非有确凿证据证明该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

具体来说，公司将购买或源生时未发生信用减值的金融工具发生信用减值的过程分为三个阶段，对于不同阶段的金融工具的减值有不同的会计处理方法：

第一阶段：信用风险自初始确认后未显著增加

对于处于该阶段的金融工具，企业应当按照未来 12 个月的预期信用损失计量损失准备，并按其账面余额（即未扣除减值准备）和实际利率计算利息收入（若该工具为金融资产，下同）。

第二阶段：信用风险自初始确认后已显著增加但尚未发生信用减值

对于处于该阶段的金融工具，企业应当按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备，并按其账面余额和实际利率计算利息收入。

第三阶段：初始确认后发生信用减值

对于处于该阶段的金融工具，企业应当按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备，但对利息收入的计算不同于处于前两阶段的金融资产。对于已发生信用减值的金融资产，企业应当按其摊余成本（账面余额减已计提减值准备，也即账面价值）和实际利率计算利息收入。

对于购买或源生时已发生信用减值的金融资产，企业应当仅将初始确认后整个存续期内

预期信用损失的变动确认为损失准备，并按其摊余成本和经信用调整的实际利率计算利息收入。

2) 公司对在资产负债表日具有较低信用风险的金融工具，选择不与其初始确认时的信用风险进行比较，而直接做出该工具的信用风险自初始确认后未显著增加的假定。

如果企业确定金融工具的违约风险较低，借款人在短期内履行其支付合同现金流量义务的能力很强，并且即使较长时期内经济形势和经营环境存在不利变化，也不一定会降低借款人履行其支付合同现金流量义务的能力，那么该金融工具可被视为具有较低的信用风险。

3) 应收款项及租赁应收款

公司对于《企业会计准则第 14 号——收入》所规定的、不含重大融资成分（包括根据该准则不考虑不超过一年的合同中融资成分的情况）的应收款项，采用预期信用损失的简化模型，始终按照整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

公司对包含重大融资成分的应收款项和《企业会计准则第 21 号——租赁》规范的租赁应收款，公司作出会计政策选择，选择采用预期信用损失的简化模型，即按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。

(6) 金融资产转移

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不终止确认该金融资产。

公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产并确认产生的资产和负债；未放弃对该金融资产控制的，按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

通过对所转移金融资产提供财务担保方式继续涉入的，按照金融资产的账面价值和财务担保金额两者之中的较低者，确认继续涉入形成的资产。财务担保金额，是指所收到的对价中，将被要求偿还的最高金额。

(7) 应收票据

1) 应收票据的预期信用损失的确定方法及会计处理方法

公司对于《企业会计准则第 14 号——收入》所规定的、不含重大融资成分（包括根据该准则不考虑不超过一年的合同中融资成分的情况）的应收票据，采用预期信用损失的简化模型，即始终按照整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。

对于包含重大融资成分的应收票据，公司选择采用预期信用损失的简化模型，即始终按照整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

2) 按照信用风险特征组合计提坏账准备的组合类别及确定依据

组合名称	确定依据
银行承兑汇票组合	承兑人为信用风险较低的银行
商业承兑汇票组合	承兑人为信用风险较高的企业

3) 按照单项计提坏账准备的单项计提判断标准

公司将债务人信用状况明显恶化、未来回款可能性较低、已经发生信用减值等信用风险特征明显不同的应收票据单独进行减值测试。

(8) 应收账款

1) 应收账款的预期信用损失的确定方法及会计处理方法

公司对于《企业会计准则第 14 号——收入》所规定的、不含重大融资成分（包括根据该准则不考虑不超过一年的合同中融资成分的情况）的应收账款，采用预期信用损失的简化模型，即始终按照整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。

对于包含重大融资成分的应收账款，本集团选择采用预期信用损失的简化模型，即始终按照整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

2) 按照信用风险特征组合计提坏账准备的组合类别及确定依据

组合名称	确定依据	计提方法
信用风险特征组合	账龄组合	公司考虑所有合理且有依据的信息，包括历史信用损失经验，并考虑前瞻性信息，通过违约风险敞口和整个存续期信用损失率，对预期信用损失进行估计。

3) 基于账龄确认信用风险特征组合的账龄计算方法

公司按照先发生先收回的原则统计并计算应收账款账龄。

公司账龄组合与整个存续期间预期信用损失率对照表如下：

应收账款账龄	预期信用损失率（%）
1 年以内（含 1 年）	5.00
1-2 年（含 2 年）	20.00
2-3 年（含 3 年）	50.00
3 年以上	100.00

4) 按照单项计提坏账准备的单项计提判断标准

如果有客观证据表明某项应收账款已经发生信用减值,则公司对该应收账款单项计提坏账准备并确认预期信用损失。

(9) 其他应收款

1) 其他应收款的预期信用损失的确定方法及会计处理方法

公司对其他应收款采用预期信用损失的一般模型。

2) 按照信用风险特征组合计提坏账准备的组合类别及确定依据

对于划分为组合的其他应收款,公司参考历史信用损失经验,结合当前状况以及对未来经济状况的预测,编制其他应收款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表,计算预期信用损失。

3) 基于账龄确认信用风险特征组合的账龄计算方法

公司按照先发生先收回的原则统计并计算其他应收款账龄。

公司与可比公司的信用减值损失比例及确定依据

公司按照整个存续期内预期信用损失的金额计量其坏账准备,账龄组合的账龄与整个存续期预期信用损失率对照表以及与同行业可比公司的对比情况如下:

公司	账龄			
	1年及以下	1-2年	2-3年	3年以上
汤臣倍健	5%	10%	30%	3-4年 50%; 4-5年 80%; 5年以上 100%
贝因美	5%	15%	40%	100%
妙可蓝多	3%	10%	30%	3-4年 50%; 4-5年 80%; 5年以上 100%
百亚股份	6个月以内 1%; 7-12月 5%	10%	100%	100%
可靠股份	5%	10%	30%	100%
发行人	5%	20%	50%	100%

注: 同行业可比公司数据来源于其定期报告或招股说明书。

2. 存货

√适用 □不适用

(1) 存货的分类

存货包括在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。

(2) 发出存货的计价方法

存货取得成本包括采购成本、加工成本和其他成本。购入和入库按实际成本计价，领用和销售原材料以及销售产成品采用加权平均法核算。

(3) 存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

(4) 存货跌价准备的确认标准和计提方法

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，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；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

3. 固定资产

√适用 □不适用

(1) 固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一个会计年度的有形资产。

固定资产以取得时的实际成本入账，考虑预计弃置费用因素的影响，并从其达到预定可使用状态的次月起采用年限平均法计提折旧，预计的弃置费用按弃置费用的估算期间采用年限平均法计提折旧。

(2) 固定资产分类及折旧方法

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	30	3	3.23
机器设备	年限平均法	5-10	3	9.70-19.40
办公及电子设备	年限平均法	3-10	3	9.70-32.33
运输设备	年限平均法	4	3	24.25

(3) 融资租入固定资产的认定依据、计价和折旧方法（未执行新租赁准则）

☐适用 ☒不适用

(4) 其他说明

☒适用 ☐不适用

资产负债表日，有迹象表明固定资产发生减值的，按照账面价值与可收回金额的差额计提相应的减值准备。

4. 在建工程

☒适用 ☐不适用

(1) 在建工程达到预定可使用状态时，按工程实际成本转入固定资产。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的，先按估计价值转入固定资产，待办理竣工决算后再按实际成本调整原暂估价值，但不再调整原已计提的折旧。

(2) 资产负债表日，有迹象表明在建工程发生减值的，按照账面价值与可收回金额的差额计提相应的减值准备。

5. 无形资产与开发支出

☒适用 ☐不适用

(1) 计价方法、使用寿命、减值测试

☒适用 ☐不适用

公司无形资产包括土地使用权、专利权及软件等，按成本进行初始计量。

1) 使用寿命及其确定依据、估计情况、摊销方法或复核程序

使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。

使用寿命不确定的无形资产不摊销，公司在每个会计期间均对该无形资产的使用寿命进行复核。公司尚不存在使用寿命不确定的无形资产。

使用寿命确定的无形资产，在资产负债表日有迹象表明发生减值的，按照账面价值与可收回金额的差额计提相应的减值准备；使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年均进行减值测试。

各类无形资产的摊销方法、使用寿命和预计净残值如下：

类别	摊销方法	使用寿命（年）	残值率（%）
土地使用权	年限平均法	50	0.00
专利权	年限平均法	合同规定的受益年限	0.00
非专利技术	不适用	不适用	不适用
软件	年限平均法	3-10	0.00

(2) 内部研究开发支出会计政策

公司研发支出为公司研发活动过程中研发人员人工费用、直接投入费用、折旧费用、无形资产摊销费用等其他相关费用。

内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：

- 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，能证明其有用性；
- 4) 有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；
- 5) 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

不满足上述条件的开发阶段的支出，于发生时计入当期损益。前期已计入损益的开发支出不在以后期间确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定可使用状态之日起转为无形资产。

6. 股份支付

☒ 适用 ☐ 不适用

(1) 股份支付的种类

包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

(2) 权益工具公允价值的确定方法

- 1) 存在活跃市场的，按照活跃市场中的报价确定。
- 2) 不存在活跃市场的，采用估值技术确定，包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

(3) 确认可行权权益工具最佳估计的依据

根据最新取得的可行权职工数变动等后续信息进行估计。

(4) 实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

1) 以权益结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应调整资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应调整资本公积。

换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量的，按照其他方服务在取得日的公允价值计量；如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

2) 以现金结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在授予日按公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和相应的负债。

3) 修改、终止股份支付计划

如果修改增加了所授予的权益工具的公允价值，公司按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；如果修改增加了所授予的权益工具的数量，公司将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加；如果公司按照有利于职工的方式修改可行权条件，公司在处理可行权条件时，考虑修改后的可行权条件。

如果修改减少了授予的权益工具的公允价值，公司继续以权益工具在授予日的公允价值为基础，确认取得服务的金额，而不考虑权益工具公允价值的减少；如果修改减少了授予的权益工具的数量，公司将减少部分作为已授予的权益工具的取消来进行处理；如果以不利于职工的方式修改了可行权条件，在处理可行权条件时，不考虑修改后的可行权条件。

如果公司在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），则将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本在剩余等待期内确认的金额。

7. 收入

☒ 适用 ☐ 不适用

(1) 收入的确认

公司的收入主要包括销售商品收入、提供劳务收入。

公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。取得相关商品控制权是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

(2) 公司依据收入准则相关规定判断相关履约义务性质属于“在某一时段内履行的履约义务”或“某一时点履行的履约义务”，分别按以下原则进行收入确认。

1) 公司满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务：

①客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益。

②客户能够控制公司履约过程中在建的资产。

③公司履约过程中所产出的资产具有不可替代用途，且公司在整个合同期内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，公司在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。公司考虑商品的性质，采用产出法或投入法确定恰当的履约进度。

2) 对于不属于在某一时段内履行的履约义务，属于在某一时点履行的履约义务，公司在客户取得相关商品控制权时点确认收入。

在判断客户是否已取得商品控制权时，公司考虑下列迹象：

①公司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。

②公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。

③公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。

④公司已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。

⑤客户已接受该商品。

⑥其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

3) 公司收入确认的具体政策：

①线上自营：公司以终端消费者确认收货且对应款项转入公司账户后确认收入。

②经销：根据约定的交货方式将货物发给客户或客户自行提货，获取客户的签收回单或

结算清单后确认销售收入。

③代销：收到对方的代销清单时确认收入。

④提供劳务或服务：公司为客户提供劳务或服务，在劳务或服务已完成的情况下确认收入。

（3）收入的计量

公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。在确定交易价格时，公司考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响。

1）可变对价

公司按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。企业在评估累计已确认收入是否极可能不会发生重大转回时，同时考虑收入转回的可能性及其比重。

2）重大融资成分

合同中存在重大融资成分的，公司按照假定客户在取得商品控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格。该交易价格与合同对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销。

3）非现金对价

客户支付非现金对价的，公司按照非现金对价的公允价值确定交易价格。非现金对价的公允价值不能合理估计的，公司参照其承诺向客户转让商品的单独售价间接确定交易价格。

4）应付客户对价

针对应付客户对价的，将该应付对价冲减交易价格，并在确认相关收入与支付（或承诺支付）客户对价二者孰晚的时点冲减当期收入，但应付客户对价是为了向客户取得其他可明确区分商品的除外。

公司应付客户对价是为了向客户取得其他可明确区分商品的，采用与公司其他采购相一致的方式确认所购买的商品。企业应付客户对价超过向客户取得可明确区分商品公允价值的，超过金额冲减交易价格。向客户取得的可明确区分商品公允价值不能合理估计的，公司将应付客户对价全额冲减交易价格。

8. 递延所得税资产和递延所得税负债

☒适用 ☐不适用

（1）根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的

项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

（2）确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

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

（4）公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：1）企业合并；2）直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

9. 与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准

依据《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（2023 年修订）》的要求，公司重要性标准确定方法和选择依据如下：

项目	重要性标准
重要的单项计提坏账准备的应收款项	单项金额超过 500 万元人民币
本期重要的应收款项核销	单项金额超过 500 万元人民币
本期重要的其他应收款核销	单项金额超过 500 万元人民币
重要的在建工程	单项金额超过 500 万元人民币
账龄超过 1 年或逾期的重要应付账款	单项金额超过 500 万元人民币
账龄超过 1 年的重要合同负债	单项金额超过 500 万元人民币
账龄超过 1 年的重要其他应付款	单项金额超过 500 万元人民币
重要的投资活动	单项金额超过 500 万元人民币
重要的非全资子公司	单一主体的资产总额占公司合并报表资产总额的 3%以上
重要的合营企业或联营企业	单一主体的资产总额占公司合并报表资产总额的 3%以上
重要的共同经营	单一主体的资产总额占公司合并报表资产总额的 3%以上

10. 重大会计判断和估计

公司在运用会计政策过程中，由于经营活动内在的不确定性，需要对无法准确计量的报表项目的账面价值进行判断、估计和假设。这些判断、估计和假设是基于公司管理层过去的

历史经验，并在考虑其他相关因素的基础上做出的。这些判断、估计和假设会影响收入、费用、资产和负债的报告金额以及资产负债表日或有负债的披露。然而，这些估计的不确定性所导致的实际结果可能与公司管理层当前的估计存在差异，进而造成对未来受影响的资产或负债的账面金额进行重大调整。

公司对前述判断、估计和假设在持续经营的基础上进行定期复核，会计估计的变更仅影响变更当期的，其影响数在变更当期予以确认；既影响变更当期又影响未来期间的，其影响数在变更当期和未来期间予以确认。

(1) 金融资产减值

公司对于以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资和财务担保合同等，以预期信用损失为基础确认损失准备。信用损失，是指公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。

公司考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，以单项或组合的方式对以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）的预期信用损失进行估计。

(2) 存货跌价准备

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，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；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

(3) 长期资产减值准备

企业应当在资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象。

因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都应当进行减值测试。

存在下列迹象的，表明资产可能发生了减值：

1) 资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌；2) 企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在

近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响；3）市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低；4）有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏；5）资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置；6）企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润（或者亏损）远远低于（或者高于）预计金额等；（7）其他表明资产可能已经发生减值的迹象。

资产存在减值迹象的，应当估计其可收回金额。

可收回金额应当根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

处置费用包括与资产处置有关的法律费用、相关税费、搬运费以及为使资产达到可销售状态所发生的直接费用等。

资产预计未来现金流量的现值，应当按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。预计资产未来现金流量的现值，应当综合考虑资产的预计未来现金流量、使用寿命和折现率等因素。

可收回金额的计量结果表明，资产的可收回金额低于其账面价值的，应当将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

（4）折旧和摊销

公司对投资性房地产、固定资产、使用权资产和无形资产在考虑其残值后，在使用寿命内按直线法计提折旧和摊销。公司定期复核使用寿命，以决定将计入每个报告期的折旧和摊销费用数额。使用寿命是公司根据对同类资产的以往经验并结合预期的技术更新而确定的。

11. 其他重要的会计政策和会计估计

☐适用 ☒不适用

（二） 会计政策和会计估计分析

☒适用 ☐不适用

公司主要会计政策、会计估计与公司业务实质相匹配，与同行业可比公司不存在重大差异。

五、 分部信息

☐适用 ☒不适用

六、 非经常性损益

单位：万元

	2025年1月 —6月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	0.56	0.34	0.43	0.37
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关、符合国家政策规定、按照确定的标准享有、对公司损益产生持续影响的政府补助除外	1,773.27	1,994.60	447.90	387.41
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，非金融企业持有金融资产和金融负债产生的公允价值变动损益以及处置金融资产和金融负债产生的损益	512.17	578.29	64.90	2.12
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-	-
对外委托贷款取得的损益	-	-	-	-
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而产生的各项资产损失	-	-	-	-
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	15.00	39.67	-	-
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	-	-	-	-
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	-	-	-	-
非货币性资产交换损益	-	-	-	-
债务重组损益	-	-	-	-
企业因相关经营活动不再持续而发生的一次性费用，如安置职工的支出等	-	-	-	-
因税收、会计等法律、法规的调整对当期损益产生的一次性影响	-	-	-	-
因取消、修改股权激励计划一次性确认的股份支付费用	-	-	-	-
对于现金结算的股份支付，在可行权日之后，应付职工薪酬的公允价值变动产生的损益	-	-	-	-
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	-	-	-	-
交易价格显失公允的交易产生的收益	-	-	-	-
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-	-
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	15.28	51.50	17.69	24.43

支出				
其他符合非经常性损益定义的损益项目	11.12	15.99	9.45	20.08
小计	2,327.41	2,680.40	540.37	434.41
减：所得税影响数	581.79	670.10	135.09	108.29
少数股东权益影响额	5.22	0.33	-0.78	0.01
合计	1,740.39	2,009.96	406.05	326.12
非经常性损益净额	1,740.39	2,009.96	406.05	326.12
归属于母公司股东的净利润	15,299.95	21,059.62	22,020.09	11,733.62
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	13,559.56	19,049.66	21,614.03	11,407.50
归属于母公司股东的非经常性损益净额占归属于母公司股东的净利润的比例（%）	11.38	9.54	1.84	2.78

非经常性损益分析：

报告期内，公司非经常性损益主要由政府补助、购买银行理财产品产生的投资收益和其他营业外收支构成。报告期各期，公司归属于母公司股东的非经常性损益净额分别为 326.12 万元、406.05 万元、2,009.96 万元和 **1,740.39 万元**，占归属于母公司股东的净利润的比例分别为 2.78%、1.84%、9.54%和 **11.38%**，占比较低，对公司财务状况和经营成果影响较小。公司扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 11,407.50 万元、21,614.03 万元、19,049.66 万元和 **13,559.56 万元**，公司盈利主要来源于日常经营活动，具备较强的独立性与持续盈利能力，对非经常性损益不存在依赖。

七、 主要会计数据及财务指标

项目	2025 年 6 月 30 日 /2025 年 1 月—6 月	2024 年 12 月 31 日/2024 年度	2023 年 12 月 31 日/2023 年度	2022 年 12 月 31 日/2022 年度
资产总计(元)	1,413,340,220.79	1,485,285,090.03	1,100,456,878.43	857,522,415.95
股东权益合计(元)	1,070,254,283.03	951,444,792.51	781,093,933.36	580,978,398.66
归属于母公司所有者的股东权益(元)	1,071,852,251.05	952,607,803.73	781,795,513.39	580,944,402.43
每股净资产(元/股)	7.11	6.32	5.19	3.86
归属于母公司所有者的每股净资产(元/股)	7.12	6.33	5.19	3.86
资产负债率(合并)(%)	24.27	35.94	29.02	32.25
资产负债率(母公司)(%)	6.43	9.13	11.33	24.14
营业收入(元)	1,131,708,637.76	1,974,333,759.24	1,758,316,993.99	1,296,052,091.60

毛利率(%)	58.76	57.46	57.85	55.18
净利润(元)	152,564,590.67	210,134,773.45	219,465,291.39	117,010,181.63
归属于母公司所有者的净利润(元)	152,999,547.47	210,596,204.64	220,200,867.65	117,336,185.40
扣除非经常性损益后的净利润(元)	135,108,448.93	190,031,800.54	215,412,527.57	113,748,921.63
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润(元)	135,595,602.57	190,496,560.04	216,140,343.12	114,075,008.16
息税折旧摊销前利润(元)	224,956,943.89	305,953,899.82	309,085,728.04	177,923,919.48
加权平均净资产收益率(%)	14.95	24.38	32.40	23.77
扣除非经常性损益后净资产收益率(%)	13.25	22.05	31.80	23.11
基本每股收益(元/股)	1.02	1.40	1.46	0.79
稀释每股收益(元/股)	1.02	1.40	1.46	0.79
经营活动产生的现金流量净额(元)	134,548,121.75	292,389,942.84	258,037,791.83	205,788,840.31
每股经营活动产生的现金流量净额(元)	0.89	1.94	1.71	1.37
研发投入占营业收入的比例(%)	0.71	0.87	0.52	0.43
应收账款周转率	17.42	39.45	43.10	33.69
存货周转率	5.47	10.65	9.67	7.80
流动比率	2.76	2.18	2.29	1.94
速动比率	2.32	1.88	1.98	1.53

主要会计数据及财务指标计算公式及变动简要分析:

财务指标计算公式如下:

- (1) 每股净资产=净资产/期末总股本
(2) 归属于母公司所有者的每股净资产=期末归属于母公司所有者的净资产/期末总股本
(3) 资产负债率=总负债/总资产
(4) 毛利率=(营业收入-营业成本)/营业收入
(5) 息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+固定资产折旧+投资性房地产折旧+使用权资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销
(6) 加权平均净资产收益率、扣除非经常性损益后净资产收益率= $P0 / (E0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M0 - E_j \times M_j \div M0 \pm E_k \times M_k \div M0)$

其中: P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股

股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

(7) 基本每股收益= $P \div S$

$$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数；Mj 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

(8) 稀释每股收益= $P_1 / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

(9) 每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额/期末总股本

(10) 研发投入占营业收入的比例=研发费用/营业收入

(11) 应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额

(12) 存货周转率=营业成本/存货平均余额

(13) 流动比率=流动资产/流动负债

(14) 速动比率=(流动资产-存货-预付款项-一年内到期的非流动资产-其他流动资产)/流动负债

八、 盈利预测

☐适用 ☒不适用

第八节 管理层讨论与分析

一、 经营核心因素

（一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响收入的主要因素

公司是一家贯彻“健康中国”理念，以满足中国婴幼儿的营养照护需求为核心，婴童食品及婴幼儿卫生用品两大业务板块协同发展的综合性、大型母婴产品研发、生产及运营企业。

报告期内，公司专注于婴幼儿辅食、婴幼儿卫生用品、儿童食品和营养食品的研发、生产和销售，影响公司收入的主要因素是所处行业发展情况、公司品牌知名度、新品种的开发升级、新产品线的拓展以及销售渠道网络运营的有效性等。

报告期内，公司营业收入的构成及变动情况详见本节之“三、盈利情况分析”之“（一）营业收入分析”。

2、影响成本的主要因素

公司成本包括直接材料、直接人工、制造费用、委托生产成本和运输费用，其中，直接材料和委托生产成本占成本比例较高，为影响成本最主要因素。

报告期各期，公司直接材料占营业成本的比例分别为 46.34%、37.01%、32.72%和 38.35%，主要为大米等粮食加工品、吸收物料、无纺布类、包材等，材料采购的市场价格存在一定的波动，进而直接影响到销售成本的波动。

报告期各期，公司委托生产成本占营业成本的比例分别为 37.51%、48.13%、52.62%和 45.47%。公司委托生产的产品种类较多、金额占比较大，其波动会对公司的生产成本、毛利率等产生较大影响。

为应对原材料与委托生产品价格波动带来的成本上涨风险，公司持续优化采购策略、稳定采购渠道，合理调整存货库存储备，通过竞标、批量采购等方式降低价格上涨风险；同时通过拓宽供应商渠道，加强与供应商的合作关系，提升了议价能力。

3、影响期间费用的主要因素

公司期间费用包括销售费用、管理费用、研发费用和财务费用。报告期内，销售费用主要由平台推广费、职工薪酬、平台使用费及佣金、业务宣传费和促销推广费等构成；管理费用主要由职工薪酬、仓储服务费、折旧摊销费和咨询服务费构成；研发费用主要包括直接投入、职工薪酬和委外研发等；财务费用主要包括存款利息收入和借款利息支出等。公司的费用波动受到公司所处发展阶段、员工人数与薪酬待遇、业务开拓与推广力度、研发投入力度

等因素影响。

4、影响利润的主要因素

报告期内，影响公司利润的因素较多，主要包括公司收入规模、原材料和委托生产品的采购成本、各项期间费用等，有关分析详见本节之“三、盈利情况分析”。

（二）对公司具有核心意义或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

根据公司所处行业状况及自身业务特点，公司主营业务收入增长率、主营业务毛利率、期间费用率等指标对公司的收入、成本、费用和利润具有核心意义，其变动对公司业绩变动具有较强的预示作用。

1、财务指标

（1）主营业务收入金额及增长率

报告期各期，公司主营业务收入分别为 129,205.76 万元、175,504.04 万元、196,948.22 万元和 112,924.63 万元，最近三年复合增长率达到 23.46%。婴幼儿辅食业务规模的快速增长，是公司业绩增长的主要原因。公司遵从“科学 5 阶精准喂养体系”开发的婴幼儿辅食产品，通过技术创新、产品创新、产品结构升级，在“五共质量管理体系”全面的品质保障下，满足了我国消费者对婴幼儿餐食营养健康的需求，得到了消费者的广泛认可，带动了公司收入规模的快速增长。

（2）主营业务毛利率

报告期各期，公司主营业务毛利率分别为 55.10%、57.81%、57.38%和 58.68%，毛利率变动趋势与公司实际业务情况相符。报告期内，公司主营业务毛利率变动情况分析详见本节之“三、盈利情况分析”之“（三）毛利率分析”。

（3）期间费用率

报告期各期，公司期间费用分别为 54,530.49 万元、71,782.85 万元、85,919.59 万元和 47,192.51 万元，期间费用占营业收入的比例分别为 42.07%、40.82%、43.52%和 41.70%。报告期内，公司期间费用总额逐年上升，但期间费用率整体较为稳定，与公司经营规模相匹配。公司期间费用率变动情况分析详见本节之“三、盈利情况分析”之“（四）主要费用情况分析”。

上述相关指标表明公司主营业务稳步发展，具有较强竞争能力和持续发展能力。预计在未来经营环境未发生重大变化的前提下，公司仍将具备较强的市场竞争力和持续盈利能力。

2、非财务指标

除上述财务指标外，公司的品牌形象、市场开拓能力、产品研发与创新能力、产品品质

管控等非财务指标对公司也具有核心的意义，对公司的业绩变动具有较强的预示作用。公司依靠独创“科学5阶精准喂养体系”，在中国婴幼儿辅食市场建立核心产品及品牌优势，通过技术研发与产品创新，形成了多品牌多产品的矩阵，并在立体化、全渠道融合营销网络和“五共质量管理体系”的支持下，经营业绩的规模快速增长。

二、 资产负债等财务状况分析

（一） 应收款项

1. 应收票据

√适用 □不适用

（1） 应收票据分类列示

单位：万元

项目	2025年6月 30日	2024年12月 31日	2023年12月 31日	2022年12月 31日
银行承兑汇票	-	259.54	314.97	90.58
商业承兑汇票	-	-	-	-
合计	-	259.54	314.97	90.58

（2） 报告期各期末公司已质押的应收票据

□适用 √不适用

（3） 报告期各期末公司已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据

□适用 √不适用

（4） 报告期各期末公司因出票人未履约而将其转应收账款的票据

√适用 □不适用

单位：万元

项目	报告期期末转应收账款金额			
	2025年6月30日	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
商业承兑汇票	-	-	-	4.99
银行承兑汇票	-	-	-	-
合计	-	-	-	4.99

（5） 按坏账计提方法分类披露

单位：万元

类别	2025年6月30日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	计提比例（%）	
按单项计提坏账准备的应收票据	-	-	-	-	-

按组合计提坏账准备的应收票据	-	-	-	-	-
其中：银行承兑汇票	-	-	-	-	-
商业承兑汇票	-	-	-	-	-
合计	-	-	-	-	-

单位：万元

类别	2024 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收票据	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收票据	259.54	100.00	-	-	259.54
其中：银行承兑汇票	259.54	100.00			259.54
商业承兑汇票					
合计	259.54	100.00	-	-	259.54

单位：万元

类别	2023 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收票据	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收票据	314.97	100.00	-	-	314.97
其中：银行承兑汇票	314.97	100.00			314.97
商业承兑汇票					
合计	314.97	100.00	-	-	314.97

单位：万元

类别	2022 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收票据	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收票据	90.58	100.00	-	-	90.58
其中：银行承兑汇票	90.58	100.00			90.58
商业承兑汇票					
合计	90.58	100.00	-	-	90.58

1) 按单项计提坏账准备：

☐适用 ☒不适用

2) 按组合计提坏账准备：

☒适用 ☐不适用

单位：万元

组合名称	2025 年 6 月 30 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)

银行承兑汇票	-	-	-
商业承兑汇票	-	-	-
合计	-	-	-

单位：万元

组合名称	2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
银行承兑汇票	259.54	-	
商业承兑汇票			
合计	259.54	-	-

单位：万元

组合名称	2023 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
银行承兑汇票	314.97		
商业承兑汇票			
合计	314.97	-	-

单位：万元

组合名称	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
银行承兑汇票	90.58		
商业承兑汇票			
合计	90.58	-	-

确定组合依据的说明：

应收票据依据信用风险特征确定组合的依据及计量预期信用损失的方法如下：		
项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
银行承兑汇票	承兑人为信用风险较低的银行	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。
商业承兑汇票	承兑人为信用风险较高的企业	

3) 如按预期信用损失一般模型计提坏账准备，请按下表披露坏账准备的相关信息：

☐适用 ☒不适用

(6) 报告期内计提、收回或转回的坏账准备情况

☒适用 ☐不适用

单位：元

类别	2024 年 12 月 31 日	本期变动金额			2025 年 6 月 30 日
		计提	收回或转回	核销	
银行承兑汇票坏账准备	-	-	-	-	-
商业承兑汇票坏账准备	-	-	-	-	-
合计	-	-	-	-	-

单位：万元

类别	2023 年 12 月	本期变动金额	2024 年 12 月

	31 日	计提	收回或转回	核销	31 日
银行承兑汇票坏账准备					
商业承兑汇票坏账准备					
合计	-	-	-	-	-

单位：万元

类别	2022 年 12 月 31 日	本期变动金额			2023 年 12 月 31 日
		计提	收回或转回	核销	
银行承兑汇票坏账准备					
商业承兑汇票坏账准备					
合计	-	-	-	-	-

单位：万元

类别	2021 年 12 月 31 日	本期变动金额			2022 年 12 月 31 日
		计提	收回或转回	核销	
银行承兑汇票坏账准备					
商业承兑汇票坏账准备	1.00	-1.00			
合计	1.00	-1.00	-	-	-

其中报告期坏账准备收回或转回金额重要的：

☐适用 ☒不适用

其他说明：

无

(7) 报告期内实际核销的应收票据情况

☐适用 ☒不适用

(8) 科目具体情况及分析说明：

依据新金融工具准则的相关规定，公司对于既以收取合同现金流量为目标又以出售金融资产为目标的、由信用等级较高银行为承兑人的银行承兑汇票，将其分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，在“应收款项融资”项目列报，在将汇票贴现或背书转让时终止确认；对于其他银行承兑汇票和商业承兑汇票，因票据贴现或背书时不终止确认，公司将其分类为以摊余成本计量的金融资产，在“应收票据”项目列报。

报告期各期末，公司应收票据账面价值分别为 90.58 万元、314.97 万元、259.54 万元和 0.00 万元，均为以交易背景为基础的银行承兑汇票，安全性较高。报告期各期末，公司不

存在已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据。

2. 应收款项融资

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025年6月30日	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
银行承兑汇票	174.28	-	68.27	65.28
商业承兑汇票	-	-	-	-
小计	174.28	-	68.27	65.28
减：坏账准备	-	-	-	-
合计	174.28	-	68.27	65.28

应收款项融资本期增减变动及公允价值变动情况：

√适用 □不适用

(1) 应收款项融资增减变动情况

2025年上半年应收款项融资本期增减变动情况如下：

单位：万元

项目	上年年末余额	本期新增	本期终止确认	其他变动	期末余额	累计在其他综合收益中确认的损失准备
银行承兑汇票	-	174.28	-	-	174.28	-
合计	-	174.28	-	-	174.28	-

2024年应收款项融资本期增减变动情况如下：

单位：万元

项目	上年年末余额	本期新增	本期终止确认	其他变动	期末余额	累计在其他综合收益中确认的损失准备
银行承兑汇票	68.27	94.34	162.60	-	-	-
合计	68.27	94.34	162.60	-	-	-

2023年应收款项融资本期增减变动情况如下：

单位：万元

项目	上年年末余额	本期新增	本期终止确认	其他变动	期末余额	累计在其他综合收益中确认的损失准备
银行承兑汇票	65.28	282.89	279.90	-	68.27	-
合计	65.28	282.89	279.90	-	68.27	-

2022年应收款项融资本期增减变动情况如下：

单位：万元

项目	上年年末余额	本期新增	本期终止确认	其他变动	期末余额	累计在其他综合收益中确认的损失准备

银行承兑汇票	57.40	257.50	249.62	-	65.28	-
合计	57.40	257.50	249.62	-	65.28	-

(2) 应收款项融资公允价值变动情况

公司将持有的应收票据，以贴现或背书等形式转让，其管理业务模式实质为既收取合同现金流量又出售，按照金融工具准则的相关规定，将其分类至以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。由于应收票据到期时间短，公允价值与账面价值相等，不存在应收款项融资公允价值变动情况。

如按预期信用损失一般模型计提坏账准备，请参照其他应收款披露：

☐适用 ☒不适用

科目具体情况及分析说明：

根据新金融工具准则规定，2019年1月1日起，对于由信用等级较高银行出具的承兑汇票，公司依据新金融工具准则的相关规定将其分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，在“应收款项融资”项目列报，背书转让时终止确认；其他银行承兑汇票和商业承兑汇票在“应收票据”项目列报，在背书转让时不终止确认，待到期时才终止确认。

报告期各期末，公司应收款项融资账面价值分别为 65.28 万元、68.27 万元、0.00 万元和 174.28 万元，占各期末流动资产的比例分别为 0.13%、0.10%、0.00%和 0.20%。

3. 应收账款

☒适用 ☐不适用

(1) 按账龄分类披露

单位：万元

账龄	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
1 年以内	7,056.20	5,120.59	3,803.00	3,085.52
1 至 2 年	-	-	154.48	346.79
2 至 3 年	0.95	28.48	253.34	259.88
3 年以上	394.70	395.61	254.98	1.89
合计	7,451.85	5,544.68	4,465.80	3,694.07

(2) 按坏账计提方法分类披露

单位：万元

类别	2025 年 6 月 30 日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例（%）	金额	计提比例	

				(%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	268.00	3.60	268.00	100.00	-
按组合计提坏账准备的应收账款	7,183.85	96.40	479.98	6.68	6,703.87
其中：账龄组合	7,183.85	96.40	479.98	6.68	6,703.87
合计	7,451.85	100.00	747.98	-	6,703.87

单位：万元

类别	2024 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	283.00	5.10	283.00	100.00	-
按组合计提坏账准备的应收账款	5,261.68	94.90	396.64	7.54	4,865.04
其中：账龄组合	5,261.68	94.90	396.64	7.54	4,865.04
合计	5,544.68	100.00	679.64	12.26	4,865.04

单位：万元

类别	2023 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	536.50	12.01	536.50	100.00	-
按组合计提坏账准备的应收账款	3,929.30	87.99	342.36	8.71	3,586.95
其中：账龄组合	3,929.30	87.99	342.36	8.71	3,586.95
合计	4,465.80	100.00	878.85	19.68	3,586.95

单位：万元

类别	2022 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	382.13	10.34	382.13	100.00	-
按组合计提坏账准备的应收账款	3,311.94	89.66	294.29	8.89	3,017.65
其中：账龄组合	3,311.94	89.66	294.29	8.89	3,017.65
合计	3,694.07	100.00	676.42	18.31	3,017.65

1) 按单项计提坏账准备：

√适用 □不适用

单位：万元

名称	2025 年 6 月 30 日			
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	计提理由
湖北爱婴贝美贸易有限公司	189.69	189.69	100.00	预计无法收回

长沙啾呀实业有限公司	78.31	78.31	100.00	预计无法收回
合计	268.00	268.00	100.00	-

单位：万元

名称	2024 年 12 月 31 日			
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）	计提理由
湖北爱婴贝美贸易有限公司	189.69	189.69	100.00	预计无法收回
长沙啾呀实业有限公司	93.31	93.31	100.00	预计无法收回
合计	283.00	283.00	100.00	-

单位：万元

名称	2023 年 12 月 31 日			
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）	计提理由
湖北爱婴贝美贸易有限公司	189.69	189.69	100.00	预计无法收回
南京魅然科技服务有限公司	159.31	159.31	100.00	预计无法收回
长沙啾呀实业有限公司	130.24	130.24	100.00	预计无法收回
苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心	50.60	50.60	100.00	预计无法收回
广东童易商贸有限责任公司	4.68	4.68	100.00	预计无法收回
广州财显贸易有限公司	1.97	1.97	100.00	预计无法收回
合计	536.50	536.50	100.00	-

单位：万元

名称	2022 年 12 月 31 日			
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）	计提理由
长沙啾呀实业有限公司	166.24	166.24	100.00	预计无法收回
南京魅然科技服务有限公司	161.88	161.88	100.00	预计无法收回
苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心	47.35	47.35	100.00	预计无法收回
广东童易商贸有限责任公司	4.68	4.68	100.00	预计无法收回
广州财显贸易有限公司	1.97	1.97	100.00	预计无法收回
合计	382.13	382.13	100.00	-

按单项计提坏账准备的说明：

报告期各期，公司单项计提坏账准备的应收账款余额分别为 382.13 万元、536.50 万元、

283.00 万元和 268.00 万元，主要系相关款项回收困难，公司基于上述客户公开经营情况、信用情况等，在各会计期末预计无法收回，故相应计提坏账准备。

2) 按组合计提坏账准备:

√适用 □不适用

单位: 万元

组合名称	2025 年 6 月 30 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
按账龄组合:			
1 年以内 (含 1 年)	7,056.20	352.81	5.00
1 至 2 年 (含 2 年)	-	-	
2 至 3 年 (含 3 年)	0.95	0.47	50.00
3 年以上	126.70	126.70	100.00
合计	7,183.85	479.98	6.68

单位: 万元

组合名称	2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
按账龄组合:			
1 年以内 (含 1 年)	5,120.59	256.03	5.00
1 至 2 年 (含 2 年)			
2 至 3 年 (含 3 年)	0.95	0.47	50.00
3 年以上	140.14	140.14	100.00
合计	5,261.68	396.64	7.54

单位: 万元

组合名称	2023 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
按账龄组合:			
1 年以内 (含 1 年)	3,751.75	187.59	5.00
1 至 2 年 (含 2 年)	28.21	5.64	20.00
2 至 3 年 (含 3 年)	0.43	0.22	50.00
3 年以上	148.91	148.91	100.00
合计	3,929.30	342.36	8.71

单位: 万元

组合名称	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
按账龄组合:			
1 年以内 (含 1 年)	2,965.04	148.25	5.00
1 至 2 年 (含 2 年)	91.79	18.36	20.00
2 至 3 年 (含 3 年)	254.86	127.43	50.00
3 年以上	0.25	0.25	100.00
合计	3,311.94	294.29	8.89

确定组合依据的说明:

对于划分为风险组合的应收账款，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

基于账龄确认信用风险特征组合的账龄计算方法：公司按照先发生先收回的原则统计并计算应收账款账龄。

3) 如按预期信用损失一般模型计提坏账准备，请按下表披露坏账准备的相关信息：

☐适用 ☒不适用

(3) 报告期计提、收回或转回的坏账准备情况

☒适用 ☐不适用

单位：万元

类别	2024年12月31日	本期变动金额			2025年6月30日
		计提	收回或转回	核销	
应收账款坏账准备	679.64	83.39	15.00	0.05	747.98
合计	679.64	83.39	15.00	0.05	747.98

单位：万元

类别	2023年12月31日	本期变动金额			2024年12月31日
		计提	收回或转回	核销	
应收账款坏账准备	878.85	72.31	39.67	231.85	679.64
合计	878.85	72.31	39.67	231.85	679.64

单位：万元

类别	2022年12月31日	本期变动金额			2023年12月31日
		计提	收回或转回	核销	
应收账款坏账准备	676.42	214.32		11.89	878.85
合计	676.42	214.32	-	11.89	878.85

单位：万元

类别	2021年12月31日	本期变动金额			2022年12月31日
		计提	收回或转回	核销	
应收账款坏账准备	494.82	383.63		202.04	676.42
合计	494.82	383.63	-	202.04	676.42

其中报告期坏账准备收回或转回金额重要的：

☐适用 ☒不适用

其他说明：

无。

(4) 本期实际核销的应收账款情况

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	核销金额			
	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
实际核销的应收账款	0.05	231.85	11.89	202.04

其中重要的应收账款核销的情况：

☐适用 ☒不适用

(5) 按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款情况

单位：万元

单位名称	2025 年 6 月 30 日		
	应收账款	占应收账款期末余额 合计数的比例（%）	坏账准备
北京京东世纪信息技术有限公司	4,303.06	57.74	215.15
孩子王儿童用品股份有限公司采购中心	982.32	13.18	49.12
北京京东世纪贸易有限公司	440.41	5.91	22.02
河南逸祥卫生科技有限公司	304.37	4.08	15.22
唯品会（中国）有限公司	278.92	3.74	13.95
合计	6,309.08	84.65	315.45

单位：万元

单位名称	2024 年 12 月 31 日		
	应收账款	占应收账款期末余额 合计数的比例（%）	坏账准备
北京京东世纪信息技术有限公司	3,115.56	56.19	155.78
乐友国际商业集团有限公司	354.64	6.40	17.73
北京京东世纪贸易有限公司	348.53	6.29	17.43
唯品会（中国）有限公司	288.18	5.20	14.41
湖州同烜婴幼儿用品有限公司	247.99	4.47	12.40
合计	4,354.89	78.55	217.74

单位：万元

单位名称	2023 年 12 月 31 日		
	应收账款	占应收账款期末余额 合计数的比例（%）	坏账准备
北京京东世纪信息技术有限公司	1,222.84	27.38	61.14
唯品会（中国）有限公司	342.63	7.67	17.13

浙江天猫供应链管理 有限公司	324.91	7.28	16.25
北京歌瑞家婴童用品 有限公司	322.08	7.21	16.10
孩子王儿童用品股份 有限公司采购中心	217.71	4.88	10.89
合计	2,430.16	54.42	121.51

单位：万元

单位名称	2022 年 12 月 31 日		
	应收账款	占应收账款期末余额 合计数的比例（%）	坏账准备
北京歌瑞家婴童用品 有限公司	385.05	10.42	19.25
健合（中国）有限 公司	364.44	9.87	18.22
唯品会（中国）有限 公司	304.92	8.25	15.25
乐友国际商业集团有 限公司	248.69	6.73	12.43
浙江天猫供应链管理 有限公司	213.90	5.79	10.70
合计	1,517.01	41.06	75.85

其他说明：

报告期各期末，公司应收账款前五名客户的余额分别为 1,517.01 万元、2,430.16 万元、4,354.89 万元和 6,309.08 万元，占各期末应收账款余额的比例分别为 41.06%、54.42%、78.55%和 84.65%。公司应收账款前五名客户主要为长期合作方且规模较大，应收账款均属于正常业务往来款项，前五名客户基本信用良好，与公司业务模式基本相匹配。 报告期各期末，公司应收账款中无应收持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东款项。

(6) 报告期各期末信用期内外的应收账款

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
信用期 内应收 账款	6,676.53	89.60%	4,633.28	83.56%	3,225.58	72.23%	2,262.69	61.25%
信用期 外应收 账款	775.32	10.40%	911.39	16.44%	1,240.22	27.77%	1,431.37	38.75%
应收账 款余额 合计	7,451.85	100.00%	5,544.68	100.00%	4,465.80	100.00%	3,694.07	100.00%

(7) 应收账款期后回款情况

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
期末应收账款余额	7,451.85	-	5,544.68	-	4,465.80	-	3,694.07	-
截至 2025 年 9 月 30 日期后回款金额	7,086.62	95.10%	5,191.04	93.62%	4,112.16	92.08%	3,340.43	90.43%
截至 2025 年 9 月 30 日未收回金额	365.24	4.90%	353.64	6.38%	353.64	7.92%	353.64	9.57%

报告期各期末，公司截至 2025 年 9 月 30 日的期后回款比例分别为 90.43%、92.08%、93.62%和 95.10%，公司制定了较为严格的应收账款管理措施，加大了应收账款管理和收款力度，合理控制应收账款的增长。

(8) 因金融资产转移而终止确认的应收账款

☐适用 ☒不适用

(9) 转移应收账款且继续涉入形成的资产、负债金额

☐适用 ☒不适用

(10) 科目具体情况及分析说明

1) 应收账款余额变动情况

报告期各期末，公司应收账款总体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
应收账款账面余额	7,451.85	5,544.68	4,465.80	3,694.07
应收账款账面价值	6,703.87	4,865.04	3,586.95	3,017.65
营业收入	113,170.86	197,433.38	175,831.70	129,605.21
应收账款余额占当期营业收入的比例	6.58%	2.81%	2.54%	2.85%
应收账款账面价值占期末流动资产的比例	7.73%	5.24%	5.17%	5.84%

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 3,017.65 万元、3,586.95 万元、4,865.04

万元和 6,703.87 万元，占各期末流动资产的比例分别为 5.84%、5.17%、5.24%和 7.73%；应收账款账面余额分别为 3,694.07 万元、4,465.80 万元、5,544.68 万元和 7,451.85 万元，占当期营业收入的比例分别为 2.85%、2.54%、2.81%和 6.58%。2022 年至 2024 年，公司营业收入逐年上升，报告期各期末应收账款余额随之增加。应收账款账面价值占流动资产的比例较低，管理质量较高，客户回款及时。

2) 应收账款账龄分析

报告期各期末，公司应收账款余额账龄情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内 (含 1 年)	7,056.20	94.69%	5,120.59	92.35%	3,803.00	85.16%	3,085.52	83.53%
1 年以上	395.65	5.31%	424.09	7.65%	662.80	14.84%	608.55	16.47%
合计	7,451.85	100.00%	5,544.68	100.00%	4,465.80	100.00%	3,694.07	100.00%

报告期各期末，公司应收账款账龄主要集中在 1 年以内，账龄在 1 年以内（含 1 年）的应收账款账面余额占比分别为 83.53%、85.16%、92.35%和 94.69%，账龄结构良好，发生坏账的风险较低。

为加强应收账款管理，防范坏账风险，加大回款管理力度，保障经营现金流的供给，公司制定了《英氏控股应收账款管理制度》。公司加强应收账款回款管理，及时与客户结算、对账，定期催收与风险评估，减少应收账款逾期风险。

3) 坏账准备计提政策谨慎性分析

公司结合自身的销售模式、客户特点、客户信用周期及历史实际发生的坏账情况等，采用较为谨慎的坏账准备计提政策，公司坏账计提政策合理，账龄组合的账龄与整个存续期预期信用损失率对照表以及与同行业可比公司的对比情况如下：

公司名称	账龄			
	1 年及 1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
汤臣倍健	5%	10%	30%	3-4 年 50%；4-5 年 80%；5 年以上 100%
贝因美	5%	15%	40%	100%
妙可蓝多	3%	10%	30%	3-4 年 50%；4-5 年 80%；5 年以上 100%
百亚股份	6 个月以内 1%； 7-12 月 5%	10%	100%	100%
可靠股份	5%	10%	30%	100%

发行人	5%	20%	50%	100%
注：同行业可比公司数据来源于其定期报告或招股说明书。				
公司根据以往年度经验，结合生产经营情况，确定应收账款坏账准备计提比例。公司 1 年以内的坏账计提比例为 5%，与同行业可比公司基本一致；公司对 3 年以上的应收账款全额计提坏账，符合大部分同行业可比公司的计提政策。公司账龄为 1-3 年的应收账款坏账计提比例与同行业可比公司存在部分差异。报告期各期末，公司账龄在 1 年以内的应收账款占比分别 83.53%、85.16%、92.35%和 94.69%，应收账款账龄较短且集中，因此与同行业可比公司坏账计提比例的差异对公司业绩影响较小。 报告期内，公司应收账款坏账按账龄计提政策与同行业可比公司相比，计提政策谨慎、合理，坏账准备计提充分。				

4. 其他披露事项:

应收关联方账款情况具体参见本招股说明书“第六节 公司治理”之“七、关联方、关联关系及关联交易”之“(二) 关联交易”之“3、关联方应收应付款项余额”。

(二) 存货

1. 存货

(1) 存货分类

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日		
	账面余额	存货跌价准备或合同履约成本减值准备	账面价值
原材料	885.27	-	885.27
在产品	108.89	-	108.89
库存商品	2,893.23	35.31	2,857.92
周转材料	138.38	0.40	137.99
发出商品	3,951.87	14.30	3,937.57
合同履约成本	318.23	-	318.23
委托加工物资	302.87	-	302.87
合计	8,598.74	50.00	8,548.74

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	存货跌价准备或合同履约成本减值准备	账面价值
原材料	960.67	-	960.67
在产品	177.33	-	177.33

库存商品	2,827.99	13.96	2,814.03
周转材料	173.32	0.41	172.91
发出商品	3,544.09	45.30	3,498.79
合同履约成本	316.63	-	316.63
委托加工物资	466.38		466.38
合计	8,466.40	59.67	8,406.73

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日		
	账面余额	存货跌价准备或合同 履约成本减值准备	账面价值
原材料	739.10	0.49	738.61
在产品	105.94	-	105.94
库存商品	2,996.76	10.10	2,986.66
周转材料	177.81	0.01	177.80
发出商品	2,578.69	36.52	2,542.17
合同履约成本	249.07	-	249.07
委托加工物资	459.52		459.52
合计	7,306.90	47.12	7,259.78

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	存货跌价准备或合同 履约成本减值准备	账面价值
原材料	1,082.50	2.50	1,080.00
在产品	93.45	-	93.45
库存商品	2,794.84	20.78	2,774.06
周转材料	380.71	1.22	379.49
发出商品	2,697.83	36.54	2,661.30
合同履约成本	340.98	-	340.98
委托加工物资	628.85		628.85
合计	8,019.16	61.03	7,958.13

(2) 存货跌价准备及合同履约成本减值准备

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	本期增加金额		本期减少金额		2025 年 6 月 30 日
		计提	其他	转回或转销	其他	
原材料	-	-	-	-	-	-
库存商品	13.96	36.84	-	15.49	-	35.31
周转材料	0.41	0.44	-	0.45	-	0.40
发出商品	45.30	19.33	-	50.33	-	14.30
合计	59.67	56.60	-	66.27	-	50.00

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加金额		本期减少金额		2024 年 12 月 31 日
		计提	其他	转回或转销	其他	
原材料	0.49	-	-	0.49	-	-
库存商品	10.10	20.46	-	16.61	-	13.96
周转材料	0.01	0.42	-	0.01	-	0.41

发出商品	36.52	86.86	-	78.08	-	45.30
合计	47.12	107.74	-	95.19	-	59.67

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加金额		本期减少金额		2023 年 12 月 31 日
		计提	其他	转回或转销	其他	
原材料	2.50	0.49		2.50		0.49
库存商品	20.78	10.10		20.78		10.10
周转材料	1.22	0.01		1.22		0.01
发出商品	36.54	36.52		36.54		36.52
合计	61.03	47.12	-	61.03	-	47.12

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加金额		本期减少金额		2022 年 12 月 31 日
		计提	其他	转回或转销	其他	
原材料	1.91	1.61		1.02		2.50
库存商品	9.41	20.78		9.41		20.78
周转材料	1.49	1.07		1.34		1.22
发出商品	26.22	36.46		26.13		36.54
合计	39.03	59.91	-	37.91	-	61.03

存货跌价准备及合同履约成本减值准备的说明

在资产负债表日，公司对存货按成本与可变现净值孰低计价。如有证据证明某项存货实质上已经发生减值，则按单个存货可变现净值低于成本的差额计提存货跌价准备。合同履约成本为发出商品运费，无需计提跌价准备。

公司根据存货的有效期限等情况计提存货跌价准备。报告期各期末，公司存货跌价准备金额分别为 61.03 万元、47.12 万元、59.67 万元和 50.00 万元。

(3) 存货期末余额含有借款费用资本化金额的说明

☐适用 ☒不适用

(4) 期末建造合同形成的已完工未结算资产情况（尚未执行新收入准则公司适用）

☐适用 ☒不适用

(5) 合同履约成本本期摊销金额的说明（已执行新收入准则公司适用）

☒适用 ☐不适用

报告期内，公司的合同履约成本为发出商品的运费，均在实现销售当期摊销。

(6) 科目具体情况及分析说明

1) 存货整体情况

报告期各期末，公司存货总体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
存货账面余额	8,598.74	8,466.40	7,306.90	8,019.16
存货账面价值	8,548.74	8,406.73	7,259.78	7,958.13
营业成本	46,670.93	83,986.56	74,106.04	58,086.62
存货账面价值 占流动资产的 比例	9.85%	9.05%	10.46%	15.41%
存货周转率 (次/年)	10.94	10.65	9.67	7.80

注：1、存货周转率=营业成本/期初期末存货平均余额。

2、2025 年 1-6 月周转率已年化计算。

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 7,958.13 万元、7,259.78 万元、8,406.73 万元和 8,548.74 万元，占各期末流动资产的比例分别为 15.41%、10.46%、9.05%和 9.85%，公司存货规模总体较为稳定，存货账面价值占比逐年降低。报告期内，公司存货周转率分别为 7.80 次/年、9.67 次/年、10.65 次/年和 10.94 次/年，存货周转情况较好。

公司 2023 年末存货账面余额较 2022 年末减少 712.26 万元，主要系：（1）公司通过敏捷供应链体系进行存货全链路管理，存货管理效率提升；（2）2022 年末距离春节假期较近，需提前备货，故公司库存备货量加大。

公司 2024 年末存货账面余额较 2023 年末增加 1,159.50 万元，2025 年 6 月末存货账面余额较 2024 年末增加 132.34 万元，主要受经营规模增长下，发出商品等存货增加的影响，与营业收入增长相匹配。

2) 存货构成情况

报告期各期末，公司存货构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	账面 余额	占比	账面 余额	占比	账面 余额	占比	账面 余额	占比
库存商品	2,893.23	33.65%	2,827.99	33.40%	2,996.76	41.01%	2,794.84	34.85%
发出商品	3,951.87	45.96%	3,544.09	41.86%	2,578.69	35.29%	2,697.83	33.64%
原材料	885.27	10.30%	960.67	11.35%	739.10	10.12%	1,082.50	13.50%
委托加工物资	302.87	3.52%	466.38	5.51%	459.52	6.29%	628.85	7.84%
周转材料	138.38	1.61%	173.32	2.05%	177.81	2.43%	380.71	4.75%
合同履约成本	318.23	3.70%	316.63	3.74%	249.07	3.41%	340.98	4.25%
在产品	108.89	1.27%	177.33	2.09%	105.94	1.45%	93.45	1.17%

合计	8,598.74	100.00%	8,466.40	100.00%	7,306.90	100.00%	8,019.16	100.00%

报告期各期末存货账面余额分别为 8,019.16 万元、7,306.90 万元、8,466.40 万元和 **8,598.74 万元**，公司存货主要由库存商品和发出商品组成，合计占存货余额的比例分别为 68.49%、76.30%、75.26%和 **79.61%**，公司主要存货变动受生产经营规模、备货进度、下游需求等影响，不存在显著异常。

报告期各期末，公司库存商品余额分别为 2,794.84 万元、2,996.76 万元、2,827.99 万元和 **2,893.23 万元**，占存货余额比例分别为 34.85%、41.01%、33.40%和 **33.65%**，库存商品变动较为稳定。公司采用“以销定产”为主的生产模式，结合市场销售状况、历史交易经验等预估市场需求量，并通过提前安排生产任务、制定发货计划管理库存商品。

报告期各期末，公司发出商品余额分别为 2,697.83 万元、2,578.69 万元、3,544.09 万元和 **3,951.87 万元**，占存货余额比例分别为 33.64%、35.29%、41.86%和 **45.96%**。公司发出商品主要核算平台销售、线下直营销售模式下，公司发出至对方仓库尚未结算的产品以及其他销售模式下已发出但尚未签收的在途产品。2023 年末发出商品余额较 2022 年末减少 119.14 万元，变动较小。2024 年末发出商品余额较 2023 年末增加 965.39 万元，主要为平台销售和自营店铺渠道销售规模增长，**京东、天猫等电商平台备货所致**。

其余存货类型主要为原材料、委托加工物资等，占比较小。原材料主要为婴幼儿辅食生产所需的粮食加工品、食品营养强化剂和婴幼儿卫生用品生产所需要的吸收物料、无纺布等；委托加工物资主要为公司存放在受托生产商处的彩盒、卷膜、罐等包装材料及辅料。

3) 存货库龄情况

报告期各期末，公司存货库龄构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日				
	1 年以内		1 年及以上		账面余额
	金额	占比	金额	占比	
库存商品	2,870.96	33.39%	22.27	0.26%	2,893.23
发出商品	3,950.26	45.94%	1.60	0.02%	3,951.87
原材料	843.48	9.81%	41.8	0.49%	885.27
委托加工物资	302.22	3.51%	0.65	0.01%	302.87
周转材料	135.48	1.58%	2.91	0.03%	138.38
合同履约成本	318.14	3.72%	0.09	0.00%	318.23
在产品	108.89	1.27%	-	-	108.89
合计	8,529.43	99.19%	69.31	0.81%	8,598.74
项目	2024 年 12 月 31 日				
	1 年以内		1 年及以上		账面余额
	金额	占比	金额	占比	

库存商品	2,821.10	33.32%	6.89	0.08%	2,827.99
发出商品	3,544.09	41.86%	-	-	3,544.09
原材料	917.53	10.84%	43.14	0.51%	960.67
委托加工物资	466.38	5.51%	-	-	466.38
周转材料	172.86	2.04%	0.45	0.01%	173.32
合同履约成本	316.63	3.74%	-	-	316.63
在产品	177.33	2.09%	-	-	177.33
合计	8,415.92	99.40%	50.48	0.60%	8,466.40
2023 年 12 月 31 日					
项目	1 年以内		1 年及以上		账面余额
	金额	占比	金额	占比	
库存商品	2,986.82	40.88%	9.95	0.14%	2,996.76
发出商品	2,578.69	35.29%	-	-	2,578.69
原材料	695.79	9.52%	43.30	0.59%	739.10
委托加工物资	459.52	6.29%	-	-	459.52
周转材料	177.79	2.43%	0.02	0.00%	177.81
合同履约成本	249.07	3.41%	-	-	249.07
在产品	105.94	1.45%	-	-	105.94
合计	7,253.64	99.27%	53.27	0.73%	7,306.90
2022 年 12 月 31 日					
项目	1 年以内		1 年及以上		账面余额
	金额	占比	金额	占比	
库存商品	2,788.48	34.77%	6.36	0.08%	2,794.84
发出商品	2,681.92	33.44%	15.91	0.20%	2,697.83
原材料	1,008.01	12.57%	74.49	0.93%	1,082.50
委托加工物资	608.45	7.59%	20.40	0.25%	628.85
周转材料	367.92	4.59%	12.79	0.16%	380.71
合同履约成本	338.29	4.22%	2.69	0.03%	340.98
在产品	93.45	1.17%	-	-	93.45
合计	7,886.52	98.35%	132.64	1.65%	8,019.16

报告期各期末，公司库龄 1 年以内的存货余额占存货总额比例分别为 98.35%、99.27%、99.40%和 99.19%；公司库龄 1 年及以上的存货主要为可存放时间较长的内袋、外箱等包装材料、纸尿裤等用品类产品。

公司存货库龄情况良好，库龄分布情况与公司生产经营模式相符，一年以上库龄存货占比较小且具有合理性。

2. 其他披露事项：

无。

（三）金融资产、财务性投资

√适用 □不适用

1. 交易性金融资产

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日
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	
其中：	
理财产品	48,100.00
指定以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	
其中：	
合计	48,100.00

科目具体情况及分析说明：

2025 年 6 月末，公司交易性金融资产余额为 48,100.00 万元，均为风险较低的结构性和存款。公司通过购买银行理财产品可有效提高公司资金使用效率，提高投资收益。

2. 衍生金融资产

□适用 √不适用

3. 债权投资

□适用 √不适用

4. 其他债权投资

□适用 √不适用

5. 长期应收款

□适用 √不适用

6. 长期股权投资

□适用 √不适用

7. 其他权益工具投资

□适用 √不适用

8. 其他非流动金融资产

□适用 √不适用

9. 其他财务性投资

□适用 √不适用

10. 其他披露事项

无。

11. 金融资产、财务性投资总体分析

报告期内，公司的金融资产、财务性投资主要内容为促进资金利用效率而购买的低风险银行理财产品。

(四) 固定资产、在建工程

1. 固定资产

√适用 □不适用

(1) 分类列示

□适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
固定资产	38,476.58	39,979.62	17,345.10	18,670.99
固定资产清理	-	-	-	-
合计	38,476.58	39,979.62	17,345.10	18,670.99

(2) 固定资产情况

√适用 □不适用

单位：万元

2025 年 6 月 30 日						
项目	房屋及建筑物	机器设备	办公及电子设备	运输设备	其他设备	合计
一、账面原值：						
1.期初余额	31,289.73	22,108.46	2,234.36	219.49	-	55,852.04
2.本期增加金额	-	136.27	135.28	-	-	271.55
(1) 购置	-	76.03	125.92	-	-	201.94
(2) 在建工程转入	-	60.24	9.37	-	-	69.61
(3) 企业合并增加	-	-	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	12.35	1.00	-	13.35
(1) 处置或报废	-	-	12.35	1.00	-	13.35
4.期末余额	31,289.73	22,244.73	2,357.30	218.49	-	56,110.24
二、累计折旧						
1.期初余额	4,369.06	6,675.35	944.24	171.06	-	12,159.70
2.本期增加金额	503.97	1,021.52	222.22	26.49	-	1,774.21
(1) 计提	503.97	1,021.52	222.22	26.49	-	1,774.21
3.本期减少金额	-	-	11.98	0.97	-	12.95
(1) 处置或报废	-	-	11.98	0.97	-	12.95
4.期末余额	4,873.03	7,696.87	1,154.48	196.58	-	13,920.95
三、减值准备						
1.期初余额	-	3,692.80	19.91	-	-	3,712.71

2.本期增加金额	-	-	-	-	-	-
(1) 计提	-	-	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-	-	-	-
4.期末余额	-	3,692.80	19.91	-	-	3,712.71
四、账面价值						
1.期末账面价值	26,416.71	10,855.05	1,182.91	21.91	-	38,476.58
2.期初账面价值	26,920.68	11,740.30	1,270.21	48.43	-	39,979.62

单位：万元

2024 年 12 月 31 日						
项目	房屋及建筑物	机器设备	办公及电子设备	运输设备	其他设备	合计
一、账面原值：						
1.期初余额	17,526.85	12,016.84	1,074.36	219.49	-	30,837.54
2.本期增加金额	13,762.88	10,091.80	1,161.15	-	-	25,015.82
(1) 购置	-	139.35	167.28	-	-	306.63
(2) 在建工程转入	13,762.88	9,952.44	993.86	-	-	24,709.19
(3) 企业合并增加	-	-	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	0.18	1.15	-	-	1.32
(1) 处置或报废	-	0.18	1.15	-	-	1.32
4.期末余额	31,289.73	22,108.46	2,234.36	219.49		55,852.04
二、累计折旧						
1.期初余额	3,773.11	5,657.33	761.94	118.07	-	10,310.46
2.本期增加金额	595.95	1,018.19	183.40	52.98	-	1,850.52
(1) 计提	595.95	1,018.19	183.40	52.98	-	1,850.52
3.本期减少金额	-	0.17	1.11	-	-	1.28
(1) 处置或报废	-	0.17	1.11	-	-	1.28
4.期末余额	4,369.06	6,675.35	944.24	171.06	-	12,159.70
三、减值准备						
1.期初余额	-	3,181.98	-	-	-	3,181.98
2.本期增加金额	-	510.83	19.91	-	-	530.74
(1) 计提	-	510.83	19.91	-	-	530.74
3.本期减少金额	-	-	-	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-	-	-	-
4.期末余额	-	3,692.80	19.91	-	-	3,712.71
四、账面价值						
1.期末账面价值	26,920.68	11,740.30	1,270.21	48.43	-	39,979.62
2.期初账面价值	13,753.74	3,177.53	312.41	101.42	-	17,345.10

单位：万元

2023 年 12 月 31 日						
项目	房屋及建筑物	机器设备	办公及电子设备	运输设备	其他设备	合计
一、账面原值：						
1.期初余额	17,526.85	11,848.92	942.10	219.49	-	30,537.37
2.本期增加金额	-	186.15	141.42	-	-	327.57
(1) 购置	-	186.15	141.42	-	-	327.57
(2) 在建工程转入	-	-	-	-	-	-
(3) 企业合并增加	-	-	-	-	-	-

3.本期减少金额	-	18.23	9.17	-	-	27.40
(1) 处置或报废	-	18.23	9.17	-	-	27.40
4.期末余额	17,526.85	12,016.84	1,074.36	219.49	-	30,837.54
二、累计折旧						
1.期初余额	3,210.11	4,765.77	643.43	65.09	-	8,684.40
2.本期增加金额	563.00	909.25	127.41	52.98	-	1,652.65
(1) 计提	563.00	909.25	127.41	52.98	-	1,652.65
3.本期减少金额	-	17.69	8.90	-	-	26.59
(1) 处置或报废	-	17.69	8.90	-	-	26.59
4.期末余额	3,773.11	5,657.33	761.94	118.07	-	10,310.46
三、减值准备						
1.期初余额	-	3,181.98	-	-	-	3,181.98
2.本期增加金额	-	-	-	-	-	-
(1) 计提	-	-	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-	-	-	-
4.期末余额	-	3,181.98	-	-	-	3,181.98
四、账面价值						
1.期末账面价值	13,753.74	3,177.53	312.41	101.42	-	17,345.10
2.期初账面价值	14,316.74	3,901.18	298.67	154.40	-	18,670.99

单位：万元

2022 年 12 月 31 日						
项目	房屋及建筑物	机器设备	办公及电子设备	运输设备	其他设备	合计
一、账面原值：						
1.期初余额	17,521.95	11,535.72	674.30	229.99	-	29,961.96
2.本期增加金额	4.90	377.17	268.84	-	-	650.90
(1) 购置	4.90	337.56	187.36	-	-	529.81
(2) 在建工程转入	-	39.61	81.48	-	-	121.09
(3) 企业合并增加	-	-	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	63.97	1.03	10.50	-	75.50
(1) 处置或报废	-	63.97	1.03	10.50	-	75.50
4.期末余额	17,526.85	11,848.92	942.10	219.49	-	30,537.37
二、累计折旧						
1.期初余额	2,647.15	3,863.28	551.61	22.26	-	7,084.32
2.本期增加金额	562.96	934.87	92.78	53.00	-	1,643.62
(1) 计提	562.96	934.87	92.78	53.00	-	1,643.62
3.本期减少金额	-	32.39	0.96	10.18	-	43.53
(1) 处置或报废	-	32.39	0.96	10.18	-	43.53
4.期末余额	3,210.11	4,765.77	643.43	65.09	-	8,684.40
三、减值准备						
1.期初余额	-	3,140.20	-	-	-	3,140.20
2.本期增加金额	-	41.78	-	-	-	41.78
(1) 计提	-	41.78	-	-	-	41.78
3.本期减少金额	-	-	-	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-	-	-	-

4.期末余额	-	3,181.98	-	-	-	3,181.98
四、账面价值						
1.期末账面价值	14,316.74	3,901.18	298.67	154.40	-	18,670.99
2.期初账面价值	14,874.80	4,532.24	122.69	207.72	-	19,737.44

(3) 暂时闲置的固定资产情况

√适用 □不适用

单位：万元

2025年6月30日					
项目	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值	备注
房屋及建筑物	633.69	296.89	-	336.80	因公司产能转移导致部分厂房暂时闲置；截止本招股说明书签署日，该项固定资产已处置完毕，具体参见本招股说明书“第五节 业务和技术”之“七、其他事项”
机器设备	2,297.44	836.56	1,391.96	68.92	因公司产品品类销售结构调整、产能转移调整导致个别机器设备暂时闲置
办公及电子设备	85.43	62.96	19.91	2.56	因公司产能转移导致部分办公及电子设备暂时闲置

(4) 通过融资租赁租入的固定资产情况（未执行新租赁准则）

□适用 √不适用

(5) 通过经营租赁租出的固定资产

□适用 √不适用

(6) 未办妥产权证书的固定资产情况

□适用 √不适用

(7) 固定资产清理

□适用 √不适用

2. 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司固定资产主要由房屋及建筑物、机器设备等构成。2022年末、2023年末、2024年末和2025年6月末，公司固定资产账面价值分别为18,670.99万元、17,345.10万元、39,979.62万元和38,476.58万元，占各期末非流动资产的比例分别为54.72%、42.66%、71.83%和70.49%。2024年末，公司固定资产账面原值大幅增高，主要系英氏浏阳生产基地

的主体建筑和主要设备已于 2024 年达到预定可使用状态，由在建工程转入固定资产。截至报告期末，公司大部分固定资产运行状态良好，且已根据固定资产状态对使用频率低或闲置的设备充分谨慎计提减值准备。

公司固定资产折旧年限与同行业可比公司的对比情况如下：

公司	折旧方法	类别	使用寿命/折旧年限（年）	残值率
汤臣倍健	年限平均法	房屋建筑物及配套设施	5-45	5%
		机器设备	2-25	0%-10%
		办公及电子设备	2-10	0%、5%
		运输设备	3-5	0%、5%
贝因美	年限平均法	房屋及建筑物	30	5%
		机器设备	10	5%
		运输工具	10	5%
		其他设备	5	5%
妙可蓝多	年限平均法	房屋及建筑物	5-50	5%
		机器设备	4-15	5%
		运输设备	4-5	5%
		电子设备及其他	3-10	5%
百亚股份	年限平均法	房屋及建筑物	33、40	3%
		机器设备	10-18	1%
		运输工具	5	5%
		计算机及电子设备	3-5	1%
		办公设备	5	1%
可靠股份	年限平均法	房屋及建筑物	5-30	5%
		通用设备	3-10	5%
		专用设备	5-15	5%
		运输工具	3-10	5%
公司	年限平均法	房屋及建筑物	30	3%
		机器设备	5-10	3%
		办公设备及电子设备	3-10	3%
		运输工具	4	3%

注：同行业可比公司相关数据取自其年报。

公司各项固定资产折旧年限处于合理水平，与同行业可比公司相比不存在重大差异。

3. 在建工程

√适用 □不适用

(1) 分类列示

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025年6月30日	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
在建工程	124.92	102.36	5,762.64	82.14
工程物资	-	-	-	-
合计	124.92	102.36	5,762.64	82.14

(2) 在建工程情况

√适用 □不适用

单位：万元

2025年6月30日			
项目	账面余额	减值准备	账面价值
英氏浏阳生产基地	124.92	-	124.92
合计	124.92	-	124.92

单位：万元

2024年12月31日			
项目	账面余额	减值准备	账面价值
英氏浏阳生产基地	102.36	-	102.36
合计	102.36	-	102.36

单位：万元

2023年12月31日			
项目	账面余额	减值准备	账面价值
英氏浏阳生产基地	5,739.13		5,739.13
污水气浮处理系统	23.51		23.51
合计	5,762.64	-	5,762.64

单位：万元

2022年12月31日			
项目	账面余额	减值准备	账面价值
英氏浏阳生产基地	82.14		82.14
合计	82.14	-	82.14

其他说明：

无。

(3) 重要在建工程项目报告期变动情况

√适用 □不适用

单位：万元

2025年1月—6月

项目名称	预算数	期初余额	本期增加金额	本期转入固定资产金额	本期其他减少金额	期末余额	工程累计投入占预算比例(%)	工程进度	利息资本化累计金额	其中：本期利息资本化金额	本期利息资本化率(%)	资金来源
英氏浏阳生产基地	62,622.00	102.36	92.17	69.61	-	124.92	44.55	建设中	65.82	-	-	自有资金、银行借款
合计	62,622.00	102.36	92.17	69.61	-	-	-	-	-	-	-	-

单位：万元

2024 年度												
项目名称	预算数	期初余额	本期增加金额	本期转入固定资产金额	本期其他减少金额	期末余额	工程累计投入占预算比例(%)	工程进度	利息资本化累计金额	其中：本期利息资本化金额	本期利息资本化率(%)	资金来源
英氏浏阳生产基地	62,622.00	5,739.13	19,856.03	24,685.68	807.12	102.36	44.40	建设中	65.82	65.82	1.89	自有资金、银行借款
合计	62,622.00	5,739.13	19,856.03	24,685.68	807.12	102.36	-	-	-	-	-	-

单位：万元

2023 年度												
项目名称	预算数	期初余额	本期增加金额	本期转入固定资产金额	本期其他减少金额	期末余额	工程累计投入占预算比例(%)	工程进度	利息资本化累计金额	其中：本期利息资本化金额	本期利息资本化率(%)	资金来源
英氏浏阳生产基地	62,622.00	82.14	5,656.98	-	-	5,739.13	9.16	建设中	-	-	-	自有资金
合计	62,622.00	82.14	5,656.98	-	-	5,739.13	-	-	-	-	-	-

单位：万元

2022 年度												
项目名称	预算数	期初余额	本期增加金额	本期转入固定资产金额	本期其他减少金额	期末余额	工程累计投入占预算比例(%)	工程进度	利息资本化累计金额	其中：本期利息资本化金额	本期利息资本化率(%)	资金来源
英氏浏阳生产基地	62,622.00	-	82.14	-	-	82.14	0.13	建设中	-	-	-	自有资金
合计	62,622.00	-	82.14	-	-	82.14	-	-	-	-	-	-

其他说明：

无。

(4) 报告期计提在建工程减值准备情况

☐适用 ☒不适用

(5) 工程物资情况

☐适用 ☒不适用

科目具体情况及分析说明

2022 年末、2023 年末、2024 年末和 2025 年 6 月末，公司在建工程账面价值分别为 82.14 万元、5,762.64 万元、102.36 万元和 124.92 万元，占各期末非流动资产的比例分别为 0.24%、14.17%、0.18%和 0.23%。报告期内，公司主要在建工程为英氏浏阳生产基地，项目位于湖南省浏阳市，于 2022 年底开工，新建该产业基地主要目的为扩大公司生产场地、提高仓储物流效率以满足业务发展需要。项目的主体建筑与主要设备已于 2024 年完工并转入固定资产。

报告期内，公司在建工程达到预定可使用状态时均已及时结转，在建工程不存在可变现净值低于其账面价值的情形，无需计提减值准备。

4. 其他披露事项

无。

(五) 无形资产、开发支出

1. 无形资产

☒适用 ☐不适用

(1) 无形资产情况

☒适用 ☐不适用

单位：万元

2025 年 6 月 30 日				
项目	土地使用权	软件	专利权	合计
一、账面原值				
1.期初余额	9,321.85	988.08	25	10,334.94
2.本期增加金额	-	454.81	-	454.81
(1) 购置	-	454.81	-	454.81
(2) 内部研发	-	-	-	-
(3) 企业合并增加	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-	-
(1) 处置	-	-	-	-
4.期末余额	9,321.85	1,442.89	25	10,789.75
二、累计摊销				
1.期初余额	1,246.93	345.84	3	1,595.77
2.本期增加金额	93.9	59.55	1.25	154.71
(1) 计提	93.9	59.55	1.25	154.71

3.本期减少金额				-
(1) 处置				-
4.期末余额	1,340.83	405.4	4.25	1,750.48
三、减值准备				
1.期初余额				-
2.本期增加金额				-
(1) 计提				-
3.本期减少金额				-
(1) 处置				-
4.期末余额				-
四、账面价值				
1.期末账面价值	7,981.02	1,037.5	20.75	9,039.27
2.期初账面价值	8,074.93	642.24	22	8,739.16

单位：万元

2024 年 12 月 31 日				
项目	土地使用权	软件	专利权	合计
一、账面原值				
1.期初余额	9,321.85	636.7	25	9,983.55
2.本期增加金额	-	351.38	-	351.38
(1) 购置	-	351.38	-	351.38
(2) 内部研发	-	-	-	-
(3) 企业合并增加	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-	-
(1) 处置	-	-	-	-
4.期末余额	9,321.85	988.08	25	10,334.94
二、累计摊销				
1.期初余额	1,059.13	260.79	0.5	1,320.42
2.本期增加金额	187.8	85.05	2.5	275.35
(1) 计提	187.8	85.05	2.5	275.35
3.本期减少金额	-	-	-	-
(1) 处置	-	-	-	-
4.期末余额	1,246.93	345.84	3	1,595.77
三、减值准备				
1.期初余额	-	-	-	-
2.本期增加金额	-	-	-	-
(1) 计提	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-	-
(1) 处置	-	-	-	-
4.期末余额	-	-	-	-
四、账面价值				
1.期末账面价值	8,074.93	642.24	22	8,739.16
2.期初账面价值	8,262.73	375.9	24.5	8,663.13

单位：万元

2023 年 12 月 31 日				
项目	土地使用权	软件	专利权	合计
一、账面原值				
1.期初余额	5,293.21	471.59		5,764.8

2.本期增加金额	4,028.64	165.11	25	4,218.76
(1) 购置	4,028.64	165.11	25	4,218.76
(2) 内部研发	-	-	-	-
(3) 企业合并增加	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-	-
(1) 处置	-	-	-	-
4.期末余额	9,321.85	636.7	25	9,983.55
二、累计摊销				
1.期初余额	891.81	203.37		1,095.18
2.本期增加金额	167.32	57.43	0.5	225.24
(1) 计提	167.32	57.43	0.5	225.24
3.本期减少金额	-	-	-	-
(1) 处置	-	-	-	-
4.期末余额	1,059.13	260.79	0.5	1,320.42
三、减值准备				
1.期初余额	-	-	-	-
2.本期增加金额	-	-	-	-
(1) 计提	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-	-
(1) 处置	-	-	-	-
4.期末余额	-	-	-	-
四、账面价值				
1.期末账面价值	8,262.73	375.9	24.5	8,663.13
2.期初账面价值	4,401.4	268.22		4,669.62

单位：万元

2022 年 12 月 31 日				
项目	土地使用权	软件	专利权	合计
一、账面原值				
1.期初余额	5,293.21	303.19	-	5,596.4
2.本期增加金额	-	182.3	-	182.3
(1) 购置	-	182.3	-	182.3
(2) 内部研发	-	-	-	-
(3) 企业合并增加	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	13.91	-	13.91
(1) 处置	-	13.91	-	13.91
4.期末余额	5,293.21	471.59	-	5,764.8
二、累计摊销				
1.期初余额	785.94	179.58	-	965.52
2.本期增加金额	105.86	37.7	-	143.57
(1) 计提	105.86	37.7	-	143.57
3.本期减少金额	-	13.91	-	13.91
(1) 处置	-	13.91	-	13.91
4.期末余额	891.81	203.37	-	1,095.18
三、减值准备				
1.期初余额	-	-	-	-
2.本期增加金额	-	-	-	-
(1) 计提	-	-	-	-

3.本期减少金额	-	-	-	-
(1) 处置	-	-	-	-
4.期末余额	-	-	-	-
四、账面价值				
1.期末账面价值	4,401.4	268.22	-	4,669.62
2.期初账面价值	4,507.27	123.62	-	4,630.88

其他说明：

截至本招股说明书签署日，赣（2017）奉新县不动产权第 0001126 号不动产权所对应的土地使用权已处置完毕，报告期期末，该土地使用权的账面价值为 104.97 万元。

(2) 报告期末尚未办妥产权证的土地使用权情况

☐适用 ☒不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期内，公司无形资产主要为总部园区、江西工厂及浏阳生产基地的土地使用权。2022 年末、2023 年末、2024 年末和 2025 年 6 月末，公司无形资产账面价值分别为 4,669.62 万元、8,663.13 万元、8,739.16 万元和 9,039.27 万元，占各期末非流动资产的比例分别为 13.68%、21.31%、15.70%和 16.56%。2023 年末，公司无形资产账面价值较 2022 年末增长 3,993.51 万元，主要为公司获得英氏浏阳生产基地土地使用权带来的无形资产增加。

公司对使用寿命确定的无形资产，在资产负债表日有迹象表明发生减值的，按照账面价值与可收回金额的差额计提相应的减值准备；使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年均进行减值测试。报告期各期，公司无形资产使用状况良好，不存在减值迹象，无需计提减值准备。

2. 开发支出

☐适用 ☒不适用

3、其他披露事项

无。

(六) 商誉

☐适用 ☒不适用

(七) 主要债项

1. 短期借款

☒适用 ☐不适用

(1) 短期借款分类

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日
质押借款	-
抵押借款	-
保证借款	-
信用借款	-
信用证借款	-
合计	-

短期借款分类说明：

报告期内，公司短期借款均为信用证借款。截至报告期末，公司无短期借款余额。

(2) 已逾期未偿还的短期借款情况

☐适用 ☒不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

2022 年末、2023 年末和 2025 年 6 月末，公司无短期借款余额。2024 年末，公司短期借款余额为 5,174.01 万元，均为信用证借款，用于满足公司日常经营所需流动资金。报告期内，公司按时偿还借款本息，不存在银行借款逾期未偿还的情形。

2. 交易性金融负债

☐适用 ☒不适用

3. 衍生金融负债

☐适用 ☒不适用

4. 合同负债（已执行新收入准则公司适用）

☒适用 ☐不适用

(1) 合同负债情况

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日
预收货款	2,993.45
合计	2,993.45

(2) 报告期内账面价值发生重大变动的金额和原因

☐适用 ☒不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

公司合同负债包括为预收销售货款及待执行的销售实物返利，科目具体情况详见本节“二、资产负债等财务状况分析”之“（九）其他资产负债科目分析”之“10、合同负债”。

5. 长期借款

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025年6月30日
质押借款	-
抵押借款	-
保证借款	-
信用借款	-
减：一年内到期的长期借款	-
合计	-

长期借款分类的说明：

√适用 □不适用

报告期内，长期借款是公司向银行借入的偿还期限在1年（不含1年）以上的借款，**报告期末公司无长期借款余额。**

科目具体情况及分析说明：

2022年末、2023年末和**2025年6月末**，公司无长期借款余额。2024年末，长期借款余额为8,023.69万元，包括抵押借款和保证借款。其中抵押借款为无形资产抵押，系公司因英氏浏阳生产基地而向银行筹措的固定资产贷款；保证借款系公司因日常经营资金周转所需而向银行办理的流动资金贷款。

6. 其他流动负债

√适用 □不适用

(1) 其他流动负债情况

单位：万元

项目	2025年6月30日
短期应付债券	-
应付退货款	-
预计货物补贴	1,285.05
待转销项税额	556.21
合计	1,841.26

(2) 短期应付债券的增减变动

☐适用 ☒不适用

(3) 科目具体情况及分析说明

公司其他流动负债包括预计货物补贴及待转销项税额，其中预计货物补贴为公司根据协议或约定给客户预提的实物返利，待转销项税额系为公司执行新收入准则后将原先于预收款项中核算的增值税税额部分调整至其他流动负债中核算，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
预计货物补贴	1,285.05	1,346.56	1,055.75	1,227.91
待转销项税额	556.21	442.82	544.56	437.54
其他流动负债 合计	1,841.26	1,789.38	1,600.31	1,665.45

报告期各期末，公司其他流动负债分别为 1,665.45 万元、1,600.31 万元、1,789.38 万元和 1,841.26 万元，占流动负债的比例分别为 6.25%、5.28%、4.21%和 5.87%，占比较低。

7. 其他非流动负债

☐适用 ☒不适用

8. 应付债券

☐适用 ☒不适用

9. 主要债项、期末偿债能力总体分析

(1) 公司负债构成情况

报告期各期末，公司负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	-	-	5,174.01	9.69%	-	-	-	-
应付票据	5,537.12	16.14%	6,304.25	11.81%	5,257.57	16.46%	4,564.00	16.50%
应付账款	7,927.39	23.11%	9,315.36	17.45%	8,107.99	25.39%	9,127.39	33.01%
合同负债	2,993.45	8.73%	2,059.76	3.86%	3,133.21	9.81%	2,137.78	7.73%
应付职工薪酬	1,378.58	4.02%	2,182.64	4.09%	2,340.57	7.33%	2,292.72	8.29%
应交税费	3,890.79	11.34%	5,314.69	9.96%	3,169.72	9.93%	3,819.70	13.81%
其他应付款	7,579.61	22.09%	10,085.76	18.89%	6,469.47	20.26%	2,880.73	10.42%

一年内到期的非流动负债	226.68	0.66%	326.29	0.61%	232.59	0.73%	178.93	0.65%
其他流动负债	1,841.26	5.37%	1,789.38	3.35%	1,600.31	5.01%	1,665.45	6.02%
流动负债合计	31,374.89	91.45%	42,552.14	79.71%	30,311.44	94.91%	26,666.68	96.43%
长期借款	-	-	8,023.69	15.03%	-	0.00%	-	0.00%
租赁负债	17.78	0.05%	123.23	0.23%	328.02	1.03%	-	0.00%
预计负债	1,773.32	5.17%	1,496.43	2.80%	1,109.96	3.48%	881.28	3.19%
递延收益	1,087.94	3.17%	1,108.65	2.08%	56.52	0.18%	75.36	0.27%
递延所得税负债	54.67	0.16%	79.90	0.15%	130.36	0.41%	31.07	0.11%
非流动负债合计	2,933.70	8.55%	10,831.89	20.29%	1,624.86	5.09%	987.72	3.57%
负债合计	34,308.59	100.00%	53,384.03	100.00%	31,936.29	100.00%	27,654.40	100.00%

报告期各期末，公司负债总额分别为 27,654.40 万元、31,936.29 万元、53,384.03 万元和 34,308.59 万元。公司的负债主要以流动负债为主，流动负债占负债总额的比例分别为 96.43%、94.91%、79.71%和 91.45%。

公司流动负债主要为短期借款、应付账款、应付票据、其他应付款等经营性负债，非流动负债主要为长期借款、预计负债。2024 年末负债总额提高，主要系银行借款、其他应付款增加。

（2）公司偿债能力分析

报告期内，公司偿债能力指标具体如下：

偿债能力指标	2025 年 6 月 30 日/ 2025 年 1-6 月	2024 年 12 月 31 日/ 2024 年度	2023 年 12 月 31 日/ 2023 年度	2022 年 12 月 31 日/ 2022 年度
流动比率（倍）	2.76	2.18	2.29	1.94
速动比率（倍）	2.32	1.88	1.98	1.53
资产负债率（合并）	24.27%	35.94%	29.02%	32.25%
资产负债率（母公司）	6.43%	9.13%	11.33%	24.14%
息税折旧摊销前利润（万元）	22,495.69	30,595.39	30,908.57	17,792.39
利息保障倍数（倍）	391.26	200.23	2,517.11	433.03

注：1、流动比率=流动资产/流动负债；
2、速动比率=（流动资产-存货-预付款项-一年内到期的非流动资产-其他流动资产）/流动负债；
3、资产负债率=总负债/总资产×100%；
4、息税折旧摊销前利润=利润总额+计入财务费用的利息费用+固定资产折旧+投资性房地产折旧+使用权资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销；
5、利息保障倍数=（税前利润+费用化利息）/（费用化利息+资本化利息）。

1) 长期偿债能力分析

报告期各期末，公司资产负债率（合并口径）分别为 32.25%、29.02%、35.94%和 **24.27%**；公司息税折旧摊销前利润分别为 17,792.39 万元、30,908.57 万元、30,595.39 万元和 **22,495.69 万元**；公司利息保障倍数分别为 433.03、2,517.11、200.23 和 **391.26**。报告期内，公司资产负债率较低，利息保障倍数和息税折旧摊销前利润均处于较高的水平，公司整体负债水平较低，长期偿债能力较强。

2) 短期偿债能力分析

报告期各期末，公司流动比率分别为 1.94、2.29、2.18 和 **2.76**，速动比率分别为 1.53、1.98、1.88 和 **2.32**。公司整体短期偿债能力指标相对稳定，流动性风险较低。

3) 同行业可比公司偿债能力比较分析

报告期内，公司主要偿债指标与同行业可比公司比较情况如下：

年度	公司名称	流动比率（倍）	速动比率（倍）	资产负债率（合并）
2025.6.30	汤臣倍健	3.34	2.76	17.09%
	贝因美	1.07	0.78	56.17%
	妙可蓝多	1.31	0.86	46.65%
	百亚股份	2.44	1.84	25.54%
	可靠股份	2.07	1.79	32.34%
	同行业可比公司平均	2.05	1.61	35.56%
	英氏控股	2.76	2.32	24.27%
2024.12.31	汤臣倍健	2.55	1.65	22.29%
	贝因美	1.01	0.77	59.83%
	妙可蓝多	1.69	1.27	42.89%
	百亚股份	2.08	1.55	32.60%
	可靠股份	2.03	1.74	32.45%
	同行业可比公司平均	1.87	1.40	38.01%
	英氏控股	2.18	1.88	35.94%
2023.12.31	汤臣倍健	3.38	2.09	18.91%
	贝因美	1.00	0.68	58.97%
	妙可蓝多	2.07	1.52	37.03%
	百亚股份	2.54	2.11	26.40%
	可靠股份	2.48	2.20	27.23%

	同行业可比公司平均	2.29	1.72	33.71%
	英氏控股	2.29	1.98	29.02%
2022.12.31	汤臣倍健	3.44	2.46	18.25%
	贝因美	0.94	0.68	58.96%
	妙可蓝多	1.99	1.51	34.40%
	百亚股份	2.47	2.00	26.05%
	可靠股份	2.44	2.02	26.53%
	同行业可比公司平均	2.25	1.73	32.84%
	英氏控股	1.94	1.53	32.25%

注：可比上市公司相关财务指标根据其各年年报相关财务数据计算。

2022 年，公司流动比率、速动比率低于同行业可比公司平均水平主要是由于公司处于业务高速发展期，资金需求量较大。随着公司业务发展和规模扩大，公司偿债能力不断增强。2024 年和 2025 年 6 月末，公司流动比率、速动比率均已高于同行业可比公司平均水平，资产负债率低于同行业可比公司平均水平。

（八） 股东权益

1. 股本

单位：万元

	2024 年 12 月 31 日	本期变动					2025 年 6 月 30 日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	15,053.27	-	-	-	-	-	15,053.27

单位：万元

	2023 年 12 月 31 日	本期变动					2024 年 12 月 31 日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	15,053.27	-	-	-	-	-	15,053.27

单位：万元

	2022 年 12 月 31 日	本期变动					2023 年 12 月 31 日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	15,053.27	-	-	-	-	-	15,053.27

单位：万元

	2021 年 12 月 31 日	本期变动					2022 年 12 月 31 日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	13,684.79	1,368.48	-	-	-	-	15,053.27

科目具体情况及分析说明：

2022 年 2 月 16 日，南京星纳亦以货币出资 8,999.9975 万元认缴新增注册资本 724.4889 万元、华润润湘以货币出资 8,000.0000 万元认缴新增注册资本 643.9903 万元，增资完成后，公司股本增加至 15,053.2725 万元。**截至 2025 年 6 月 30 日**，股本未发生变化。

2. 其他权益工具

☐适用 ☒不适用

3. 资本公积

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2025 年 6 月 30 日
资本溢价（股本溢价）	23,015.60	-	-	23,015.60
其他资本公积	370.50	24.57	-	395.07
合计	23,386.09	24.57	-	23,410.67

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
资本溢价（股本溢价）	23,015.60	-	-	23,015.60
其他资本公积	348.89	21.61	-	370.50
合计	23,364.48	21.61	-	23,386.09

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日
资本溢价（股本溢价）	23,015.60	-	-	23,015.60
其他资本公积	313.26	35.63	-	348.89
合计	23,328.86	35.63	-	23,364.48

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
资本溢价（股本溢价）	7,384.08	15,631.52	-	23,015.60
其他资本公积	240.53	72.74	-	313.26
合计	7,624.60	15,704.26	-	23,328.86

其他说明，包括本期增减变动情况、变动原因说明：

☒适用 ☐不适用

报告期各期末，公司资本公积分别为 23,328.86 万元、23,364.48 万元、23,386.09 万元和 **23,410.67 万元**。2022 年 2 月，公司注册资本由 13,684.7933 万元增加至 15,053.2725 万元，其中确认 15,631.52 万元为股本溢价。

报告期各期，其他资本公积变动系股份支付所致。

科目具体情况及分析说明：

无。

4. 库存股

☐适用 ☒不适用

5. 其他综合收益

其他综合收益

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	本期发生额						2025 年 6 月 30 日
		本期所 得税前 发生额	减：前 期计入 其他综 合收益 当期转 入损益	减：前期 计入其他 综合收益 当期转入 留存收益	减：所 得税费 用	税后归 属于母 公司	税后归 属于少 数股东	
一、不能重分 类进损益的其 他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其中：重新计 量设定受益计 划变动额	-	-	-	-	-	-	-	-
权益法下 不能转损益的 其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其他权益 工具投资公允 价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-
企业自身 信用风险公允 价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-
二、将重分类 进损益的其 他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其中：权益法 下可转损益的 其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其他债权 投资公允价值 变动	-	-	-	-	-	-	-	-
金融资产 重分类计入其 他综合收益的 金额	-	-	-	-	-	-	-	-
其他债权 投资信用减值 准备	-	-	-	-	-	-	-	-
现金流量 套期储备	-	-	-	-	-	-	-	-

外币财务报表折算差额	-	-	-	-	-	-	-	-
其他综合收益合计	-	-	-	-	-	-	-	-

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期发生额						2024 年 12 月 31 日
		本期所 得税前 发生额	减：前 期计入 其他综 合收益 当期转 入损益	减：前期 计入其他 综合收益 当期转入 留存收益	减：所 得税费 用	税后归 属于母 公司	税后归 属于少 数股东	
一、不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其中：重新计量设定受益计划变动额	-	-	-	-	-	-	-	-
权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其他权益工具投资公允价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-
企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-
二、将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其中：权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其他债权投资公允价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-
金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-
其他债权投资信用减值准备	-	-	-	-	-	-	-	-
现金流量套期储备	-	-	-	-	-	-	-	-
外币财务报表折算差额	-	-	-	-	-	-	-	-
其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-

合计								

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期发生额						2023 年 12 月 31 日
		本期所得税前发生额	减：前期计入其他综合收益当期转入损益	减：前期计入其他综合收益当期转入留存收益	减：所得税费用	税后归属于母公司	税后归属于少数股东	
一、不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其中：重新计量设定受益计划变动额	-	-	-	-	-	-	-	-
权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其他权益工具投资公允价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-
企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-
二、将重分类进损益的其他综合收益	-29.40	4.00	-25.40	-	-	29.40	-	-
其中：权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其他债权投资公允价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-
金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-
其他债权投资信用减值准备	-	-	-	-	-	-	-	-
现金流量套期储备	-	-	-	-	-	-	-	-
外币财务报表折算差额	-29.40	4.00	-25.40	-	-	29.40	-	-
其他综合收益合计	-29.40	4.00	-25.40	-	-	29.40	-	-

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期发生额						2022 年 12 月 31 日
		本期所得税前	减：前期计入	减：前期计入其他	减：所得税费	税后归属于母公司	税后归属于少数	

		发生额	其他综合收益 当期转入损益	综合收益 当期转入留存收益	用		数股东	
一、不能重分类进损益的其他综合收益	-123.39	-	-	-123.39	-	-	-	-
其中：重新计量设定受益计划变动额	-	-	-	-	-	-	-	-
权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其他权益工具投资公允价值变动	-123.39	-	-	-123.39	-	-	-	-
企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-
二、将重分类进损益的其他综合收益	-35.24	5.85	-	-	-	5.85	-	-29.40
其中：权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-	-	-	-	-	-
其他债权投资公允价值变动	-	-	-	-	-	-	-	-
金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-
其他债权投资信用减值准备	-	-	-	-	-	-	-	-
现金流量套期储备	-	-	-	-	-	-	-	-
外币财务报表折算差额	-35.24	5.85	-	-	-	5.85	-	-29.40
其他综合收益合计	-158.63	5.85	-	-123.39	-	5.85	-	-29.40

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司其他综合收益主要系其他权益工具投资公允价值变动和丹麦公司外币报表折算差额。

6. 专项储备

☐适用 ☒不适用

7. 盈余公积

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2025 年 6 月 30 日
法定盈余公积	4,560.80	207.02	-	4,767.82
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	4,560.80	207.02	-	4,767.82

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
法定盈余公积	2,539.47	2,021.33	-	4,560.80
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	2,539.47	2,021.33	-	4,560.80

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日
法定盈余公积	1,106.78	1,432.69	-	2,539.47
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	1,106.78	1,432.69	-	2,539.47

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
法定盈余公积	943.40	163.38	-	1,106.78
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	943.40	163.38	-	1,106.78

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司盈余公积分别为 1,106.78 万元、2,539.47 万元、4,560.80 万元和 4,767.82 万元。公司盈余公积全部由法定盈余公积构成，公司每年年末按照实现的母公司净利润的 10.00%计提法定盈余公积。

8. 未分配利润

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
调整前上期末未分配利润	52,260.61	37,222.32	18,634.93	7,188.08
调整期初未分配利润合计数		-	-	-
调整后期初未分配利润	52,260.61	37,222.32	18,634.93	7,188.08
加：本期归属于母公司所有者的净利润	15,299.95	21,059.62	22,020.09	11,733.62
减：提取法定盈余公积	207.02	2,021.33	1,432.69	163.38
提取任意盈余公积		-	-	-
提取一般风险准备		-	-	-
应付普通股股利	3,400.08	4,000.00	2,000.00	-
转作股本的普通股股利		-	-	-

加：前期计入其他综合收益当期转入留存收益				-123.39
期末未分配利润	63,953.47	52,260.61	37,222.32	18,634.93

调整期初未分配利润明细：

☐适用 ☒不适用

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司未分配利润逐年增长，主要系公司业务发展势态良好所致。

9. 其他披露事项

无。

10. 股东权益总体分析

报告期各期末，公司股东权益合计分别为 58,097.84 万元、78,109.39 万元、95,144.48 万元和 107,025.43 万元。公司盈利能力持续提升，所有者权益逐年上升。

（九）其他资产负债科目分析

1. 货币资金

（1）货币资金

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2025年6月 30日	2024年12月 31日	2023年12月 31日	2022年12月 31日
库存现金	-	-	-	-
银行存款	13,859.10	35,112.13	43,159.23	33,153.33
其他货币资金	3,684.40	4,372.02	3,743.74	3,313.75
合计	17,543.50	39,484.15	46,902.97	36,467.07
其中：存放在境外的款项总额	-	-	-	236.56

使用受到限制的货币资金

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2025年6月 30日	2024年12月 31日	2023年12月 31日	2022年12月 31日
银行应付票据保证金	2,286.62	3,647.50	2,930.50	2,508.30
第三方支付平台账户保证金	-	-	10.60	15.60
境外银行存款账户	-	-	-	-

合计	2,286.62	3,647.50	2,941.10	2,523.90

科目具体情况及分析说明：

2022 年末、2023 年末、2024 年末和 2025 年 6 月末，公司货币资金余额分别为 36,467.07 万元、46,902.97 万元、39,484.15 万元和 17,543.50 万元，占各期末流动资产的比例分别为 70.63%、67.60%、42.51%和 20.22%。公司货币资金主要由银行存款和其他货币资金组成，其中，其他货币资金包括银行应付票据保证金及第三方支付平台账户资金。 公司 2023 年末货币资金较上年末增加 10,435.90 万元，主要因随着公司经营业绩持续增长，留存的资金增多。2024 年末和 2025 年 6 月末，公司货币资金较上年末减少，主要系本期公司为提高资金使用效率将部分资金用于购买银行理财产品，以及偿还银行借款。

2. 预付款项

√适用 □不适用

(1) 预付款项按账龄列示

单位：万元

账龄	2025 年 6 月 30 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
1 年以内	4,129.37	99.65	2,858.26	99.99	1,326.08	100.00	1,995.30	99.94
1 至 2 年	14.43	0.35	0.37	0.01	0.01	-	1.19	0.06
2 至 3 年	-	-	-	-	-	-	-	-
3 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	4,143.80	100.00	2,858.63	100.00	1,326.09	100.00	1,996.49	100.00

账龄超过 1 年且金额重要的预付款项未及时结算的原因：

□适用 √不适用

(2) 按预付对象归集的报告期各期末余额前五名的预付款项情况

√适用 □不适用

单位：万元

单位名称	2025 年 6 月 30 日	占预付账款期末余额比例 (%)
京东	709.43	17.12
引力传媒股份有限公司	574.05	13.85
天猫	509.74	12.30
抖音	406.08	9.80
杭州博采网络科技有限公司	255.71	6.17
合计	2,455.01	59.24

单位：万元

单位名称	2024 年 12 月 31 日	占预付账款期末余额比例 (%)
京东	547.69	19.16
抖音	331.26	11.59

天猫	266.28	9.31
山东世纪舜风广告传媒有限公司	194.68	6.81
拼多多	154.13	5.39
合计	1,494.03	52.26

单位：万元

单位名称	2023 年 12 月 31 日	占预付账款期末余额比例（%）
京东	379.58	28.62
天猫	260.68	19.66
抖音	240.70	18.15
拼多多	46.54	3.51
广州辛选网络信息科技有限公司	42.40	3.20
合计	969.89	73.14

单位：万元

单位名称	2022 年 12 月 31 日	占预付账款期末余额比例（%）
天猫	661.78	33.15
京东	389.65	19.52
杭州十禾新零售科技有限公司	292.50	14.65
抖音	149.16	7.47
广州唯品会电子商务有限公司	73.08	3.66
合计	1,566.17	78.45

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司预付款项余额分别为 1,996.49 万元、1,326.09 万元、2,858.63 万元和 4,143.80 万元，占流动资产的比例分别为 3.87%、1.91%、3.08%和 4.78%，占比较低，主要为预付京东、抖音、天猫等大型电商平台的推广费用。报告期各期末，公司账龄为 1 年以内预付款项占比分别为 99.94%、100.00%、99.99%和 99.65%，公司不存在长期未结算且不能收回的大额预付款项，预付账款发生坏账损失的风险较小。 2023 年，公司为提升资金利用效率，缩短了推广费的充值周期，预付电商平台的推广费余额有所减少。2024 年和 2025 年 1-6 月，随着公司销售规模的增长和线上销售业态的推动，公司推广费的充值预付款有所增长。 报告期各期末，公司无预付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东款项及其他关联方款项。

3. 合同资产

☐适用 ☒不适用

4. 其他应收款

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
其他应收款	396.20	400.19	289.65	274.13
合计	396.20	400.19	289.65	274.13

(1) 按坏账计提方法分类披露

单位：万元

类别	2025 年 6 月 30 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	624.37	100.00	228.18	36.55	396.20
其中：账龄组合	624.37	100.00	228.18	36.55	396.20
合计	624.37	100.00	228.18	36.55	396.20

单位：万元

类别	2024 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	636.05	100.00	235.86	37.08	400.19
其中：账龄组合	636.05	100.00	235.86	37.08	400.19
合计	636.05	100.00	235.86	37.08	400.19

单位：万元

类别	2023 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	596.71	100.00	307.06	51.46	289.65
其中：账龄组合	596.71	100.00	307.06	51.46	289.65
合计	596.71	100.00	307.06	51.46	289.65

单位：万元

类别	2022 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备	-	-	-	-	-

的其他应收款					
按组合计提坏账准备 的其他应收款	557.34	100.00	283.21	50.81	274.13
其中：账龄组合	557.34	100.00	283.21	50.81	274.13
合计	557.34	100.00	283.21	50.81	274.13

1) 按单项计提坏账准备

☐适用 ☒不适用

2) 按组合计提坏账准备:

☒适用 ☐不适用

单位：万元

组合名称	2025 年 6 月 30 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
1 年以内 (含 1 年)	356.38	17.82	5.00
1-2 年 (含 2 年)	35.05	7.01	20.00
2-3 年 (含 3 年)	59.18	29.59	50.00
3 年以上	173.76	173.76	100.00
合计	624.37	228.18	36.55

单位：万元

组合名称	2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
1 年以内 (含 1 年)	344.69	17.23	5.00
1-2 年 (含 2 年)	53.00	10.60	20.00
2-3 年 (含 3 年)	60.68	30.34	50.00
3 年以上	177.68	177.68	100.00
合计	636.05	235.86	37.08

单位：万元

组合名称	2023 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
1 年以内 (含 1 年)	210.91	10.55	5.00
1-2 年 (含 2 年)	78.51	15.70	20.00
2-3 年 (含 3 年)	52.96	26.48	50.00
3 年以上	254.33	254.33	100.00
合计	596.71	307.06	51.46

单位：万元

组合名称	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
1 年以内 (含 1 年)	179.64	8.98	5.00
1-2 年 (含 2 年)	90.85	18.17	20.00
2-3 年 (含 3 年)	61.59	30.80	50.00
3 年以上	225.26	225.26	100.00
合计	557.34	283.21	50.81

确定组合依据的说明:

账龄组合：以账龄作为信用风险特征确定其他应收款组合。

3) 如按预期信用损失一般模型计提坏账准备, 请按下表披露坏账准备的相关信息:

☒ 适用 ☐ 不适用

单位: 万元

坏账准备	第一阶段	第二阶段	第三阶段	合计
	未来 12 个月预期信用损失	整个存续期预期信用损失(未发生信用减值)	整个存续期预期信用损失(已发生信用减值)	
2025 年 1 月 1 日余额	235.86	-	-	235.86
2025 年 1 月 1 日余额在本期				
--转入第二阶段	-	-	-	-
--转入第三阶段	-	-	-	-
--转回第二阶段	-	-	-	-
--转回第一阶段	-	-	-	-
本期计提	14.21	-	-	14.21
本期转回	-	-	-	-
本期转销	-	-	-	-
本期核销	21.89	-	-	21.89
其他变动	-	-	-	-
2025 年 6 月 30 日余额	228.18	-	-	228.18

对报告期发生损失准备变动的应收账款账面余额显著变动的情况说明:

☐ 适用 ☒ 不适用

报告期坏账准备计提金额以及评估金融工具信用风险是否显著增加的依据:

☐ 适用 ☒ 不适用

(2) 应收利息

1) 应收利息分类

☐ 适用 ☒ 不适用

2) 重要逾期利息

☐ 适用 ☒ 不适用

(3) 应收股利

☐ 适用 ☒ 不适用

(4) 其他应收款

☒ 适用 ☐ 不适用

1) 按款项性质列示的其他应收款

单位：万元

款项性质	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
保证金及押金	510.80	473.54	493.89	471.94
备用金	-	-	-	2.03
往来款	15.71	39.66	16.87	8.93
社保公积金	97.86	93.01	85.96	74.43
代收代付款	-	29.83	-	-
合计	624.37	636.05	596.71	557.34

2) 按账龄披露的其他应收款

单位：万元

账龄	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
1 年以内	356.38	344.69	210.91	179.64
1 至 2 年	35.05	53.00	78.51	90.85
2 至 3 年	59.18	60.68	52.96	61.59
3 年以上	173.76	177.68	254.33	225.26
合计	624.37	636.05	596.71	557.34

3) 报告期内实际核销的其他应收款情况

√适用 □不适用

单位：万元

单位名称	其他应收款性质	核销时间	核销金额	核销原因	是否因关联交易产生
江苏苏宁易购电子商务有限公司	押金及保证金	2025 年 2 月 20 日	1.00	预计无法收回	否
郑州东方尚武食品机械有限公司	押金及保证金	2025 年 6 月 26 日	20.80	预计无法收回	否
阿里巴巴(中国)网络技术有限公司	非关联方往来款	2025 年 1 月 22 日	0.10	预计无法收回	否
南京魅然科技服务有限公司	非关联方往来款	2024 年 12 月 31 日	0.91	预计无法收回	否
江苏苏宁易购电子商务有限公司	押金及保证金	2024 年 12 月 5 日	4.59	预计无法收回	否
江苏苏宁易购电子商务有限公司	押金及保证金	2024 年 11 月 30 日	0.51	预计无法收回	否
离职员工	备用金	2023 年 6 月 28 日	0.01	离职人员清理，预计无法收回	否
Universal Pharmaceuticals Limited	非关联方往来款	2022 年 12 月 30 日	18.05	预计无法收回	否
视诺国际贸易(上海)有限公司	非关联方往来款	2022 年 12 月 31 日	14.18	预计无法收回	否
常州市盛得利干燥设备有限公司	非关联方往来款	2022 年 12 月 31 日	3.15	预计无法收回	否
江苏苏宁易购电	押金及保证金	2022 年 6 月	3.00	预计无法收回	否

子商务有限公司		30 日			
广东绿臣贸易有限公司	押金及保证金	2022 年 12 月 16 日	1.00	预计无法收回	否
合计	-	-	67.30	-	-

4) 按欠款方归集的期末余额前五名的其他应收款情况

√适用 □不适用

单位：万元

单位名称	2025 年 6 月 30 日				
	款项性质	2025 年 6 月 30 日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备期末余额
湖北巨量引擎科技有限公司	押金及保证金	110.00	1 年以内 (含 1 年)	17.62	5.50
上海寻梦信息技术有限公司	押金及保证金	60.30	1 年以内 (含 1 年)、1-2 年 (含 2 年)、2-3 年 (含 3 年) 和 3 年以上	9.66	36.28
广州海珠品唯信息服务有限公司	押金及保证金	52.00	1 年以内 (含 1 年)	8.33	2.60
浙江天猫技术有限公司	押金及保证金	45.04	2-3 年 (含 3 年)、3 年以上	7.21	37.54
北京京东世纪贸易有限公司	押金及保证金	40.00	1 年以内 (含 1 年)、3 年以上	6.41	36.20
合计	-	307.34	-	49.23	118.11

单位：万元

单位名称	2024 年 12 月 31 日				
	款项性质	2024 年 12 月 31 日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备期末余额
湖北巨量引擎科技有限公司	押金及保证金	60.00	1 年以内 (含 1 年)	9.43	3.00
广州海珠品唯信息服务有限公司	押金及保证金	60.00	1 年以内 (含 1 年)	9.43	3.00
上海寻梦信息技术有限公司	押金及保证金	54.35	1 年以内 (含 1 年)、1-2 年 (含 2 年)、2-3 年 (含 3 年)、3 年以上	8.55	35.09
浙江天猫技术有限公司	押金及保证金	45.35	1-2 年 (含 2 年)、2-3 年 (含 3 年)、3 年以上	7.13	32.65
北京京东世纪贸易有限公司	押金及保证金	44.00	1 年以内 (含 1 年)、2-3 年 (含 3 年)、3 年以上	6.92	38.65
合计	-	263.70	-	41.46	112.39

单位：万元

单位名称	2023 年 12 月 31 日				
	款项性质	2023 年 12 月 31 日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备期末余额
北京京东世纪贸易有限公司	押金及保证金	54.00	1-2 年 (含 2 年)、3 年以上	9.05	50.00
湖南如愿供应链管理有限公司	押金及保证金	49.50	2-3 年 (含 3 年)、3 年以上	8.30	44.50
浙江天猫技术有限公司	押金及保证金	45.35	1 年以内 (含 1 年)、1-2 年 (含 2 年)、3 年以上	7.60	25.11
上海寻梦信息技术有限公司	押金及保证金	41.81	1 年以内 (含 1 年)、1-2 年 (含 2 年)、2-3 年 (含 3 年)、3 年以上	7.01	27.26
湖北巨量引擎科技有限公司	押金及保证金	30.00	1 年以内 (含 1 年)	5.03	1.50
合计	-	220.66	-	36.99	148.37

单位：万元

单位名称	2022 年 12 月 31 日				
	款项性质	2022 年 12 月 31 日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备期末余额
湖南如愿供应链管理有限公司	押金及保证金	59.50	1-2 年 (含 2 年)、2-3 年 (含 3 年)、3 年以上	10.68	46.50
北京京东世纪贸易有限公司	押金及保证金	54.00	1 年以内 (含 1 年)、2-3 年 (含 3 年)、3 年以上	9.69	44.25
浙江天猫技术有限公司	押金及保证金	35.40	1 年以内 (含 1 年)、1-2 年 (含 2 年)、2-3 年 (含 3 年)、3 年以上	6.35	25.19
上海寻梦信息技术有限公司	押金及保证金	34.68	1 年以内 (含 1 年)、1-2 年 (含 2 年)、2-3 年 (含 3 年)、3 年以上	6.22	19.02
上海洁诺德塑胶制品有限公司	押金及保证金	30.00	1-2 年 (含 2 年)	5.38	6.00
合计	-	213.58	-	38.32	140.96

(5) 科目具体情况及分析说明

公司其他应收款主要为押金及保证金。报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为 274.13 万元、289.65 万元、400.19 万元和 **396.20 万元**，占公司流动资产的比例分别为 0.53%、

0.42%、0.43%和 0.46%，占比较小。2024 年，新增代收代付款主要系公司孙公司 Wellingo Nutrition A/S 于 2023 年注销，其 Wellingo 海外旗舰店退店时间晚于公司注销和银行账号注销时间，因此该店铺保证金仅能退回至孙公司法定代表人账户。2025 年 5 月，该代收代付款已转回。

5. 应付票据

√适用 □不适用

单位：万元

种类	2025 年 6 月 30 日
商业承兑汇票	-
银行承兑汇票	5,537.12
合计	5,537.12

本期末已到期未支付的应付票据总额为 0.00 元。

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司应付票据金额分别为 4,564.00 万元、5,257.57 万元、6,304.25 万元和 5,537.12 万元，占各期末流动负债比例分别为 17.11%、17.35%、14.82%和 17.65%，公司应付票据余额逐年增长，主要系公司使用银行承兑汇票支付供应商采购款增多导致。报告期各期末，公司不存在已到期未支付的应付票据。

6. 应付账款

√适用 □不适用

(1) 应付账款列示

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日
货款	7,927.39
合计	7,927.39

(2) 按收款方归集的期末余额前五名的应付账款情况

单位：万元

单位名称	2025 年 6 月 30 日		
	应付账款	占应付账款期末余额合计数的比例（%）	款项性质
长沙鸿鑫源新材料有限公司	1,604.59	20.24	材料采购款
上海京元食品有限公司	620.19	7.82	委托生产品采购款
辽宁晟麦实业股份有限公司	380.76	4.80	委托生产品采购款
台州黄罐健源食品有限公司	342.36	4.32	委托生产品采购款
湖南童佳乐食品股份有限公司	258.59	3.26	委托生产品采购款
合计	3,206.49	40.45	-

单位名称	2024 年 12 月 31 日		
	应付账款	占应付账款期末余额 合计数的比例（%）	款项性质
长沙鸿鑫源新材料有限公司	2,102.59	22.57	材料采购款
广东格菲林卫材科技有限公司	841.96	9.04	材料采购款
上海京元食品有限公司	546.61	5.87	委托生产品采购款
江门市恒瑞无纺布制品有限公司	302.10	3.24	材料采购款
台州黄罐健源食品有限公司	300.46	3.23	委托生产品采购款
合计	4,093.72	43.95	-

单位名称	2023 年 12 月 31 日		
	应付账款	占应付账款期末余额 合计数的比例（%）	款项性质
长沙鸿鑫源新材料有限公司	1,759.17	21.70	材料采购款
江西金薄金生态科技有限公司	877.45	10.82	委托生产品采购款
上海京元食品有限公司	422.13	5.21	委托生产品采购款
青岛明月海洋营养食品有限公司	276.46	3.41	委托生产品采购款
台州黄罐健源食品有限公司	268.38	3.31	委托生产品采购款
合计	3,603.60	44.45	-

单位名称	2022 年 12 月 31 日		
	应付账款	占应付账款期末余额 合计数的比例（%）	款项性质
长沙鸿鑫源新材料有限公司	2,377.12	26.04	材料采购款
上海京元食品有限公司	597.72	6.55	委托生产品采购款
青岛明月海洋营养食品有限公司	447.05	4.90	委托生产品采购款
江门市恒通无纺布有限公司	423.82	4.64	材料采购款
台州黄罐健源食品有限公司	265.97	2.91	委托生产品采购款
合计	4,111.67	45.05	-

(3) 账龄超过 1 年的重要应付账款

☐适用 ☒不适用

(4) 科目具体情况及分析说明

公司应付账款余额主要系采购原材料、包材和委托加工产品等产生的应付供应商货款。报告期各期末，公司应付账款总体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
应付账款账面余额	7,927.39	9,315.36	8,107.99	9,127.39

其中：1 年以内（含 1 年）	7,927.39	9,315.36	8,104.32	9,127.33
1 年以上	-	0.00	3.67	0.06
应付账款余额占流动负债的比例	25.27%	21.89%	26.75%	34.23%

报告期各期末，公司应付账款余额分别为 9,127.39 万元、8,107.99 万元、9,315.36 万元和 **7,927.39 万元**，占流动负债的比例分别为 34.23%、26.75%、21.89%和 **25.27%**，应付账款规模较为稳定。公司合作的主要供应商给予公司的信用期一般在 30-60 天，因尚未到结算期，报告期各期末应付账款余额较高。2024 年末应付账款余额较 2023 年末增加 1,207.37 万元，主要系公司婴幼儿卫生用品经营规模增大，采购量上升所致。**2025 年 1-6 月应付采购余额较 2024 年末减少 1,387.98 万元**，主要受部分供应商结算周期调整等影响。

报告期各期末应付账款账龄主要为 1 年以内，公司具有优质的商业信誉，且公司应付账款中无应付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东款项及其他关联方款项，均为正常业务往来款项。

7. 预收款项

☐适用 ☒不适用

8. 应付职工薪酬

☒适用 ☐不适用

(1) 应付职工薪酬列示

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2025 年 6 月 30 日
1、短期薪酬	2,181.89	8,976.85	9,780.15	1,378.58
2、离职后福利-设定提存计划	-	576.72	576.72	-
3、辞退福利	0.75	56.50	57.25	-
4、一年内到期的其他福利	-			
合计	2,182.64	9,610.06	10,414.12	1,378.58

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
1、短期薪酬	2,340.57	17,214.58	17,373.26	2,181.89
2、离职后福利-设定提存计划	-	1,034.28	1,034.28	-
3、辞退福利	-	247.08	246.33	0.75
4、一年内到期的其他福利	-	7.97	7.97	-
合计	2,340.57	18,503.91	18,661.84	2,182.64

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日

1、短期薪酬	2,292.72	16,102.07	16,054.22	2,340.57
2、离职后福利-设定提存计划	-	925.21	925.21	-
3、辞退福利	-	35.90	35.90	-
4、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	2,292.72	17,063.18	17,015.33	2,340.57

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
1、短期薪酬	1,406.96	14,578.47	13,692.71	2,292.72
2、离职后福利-设定提存计划	-	814.79	814.79	-
3、辞退福利	-	33.73	33.73	-
4、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	1,406.96	15,426.99	14,541.24	2,292.72

1) 短期薪酬列示

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2025 年 6 月 30 日
1、工资、奖金、津贴和补贴	2,180.38	7,981.37	8,784.40	1,377.35
2、职工福利费	-	384.31	384.31	-
3、社会保险费	-	329.02	329.02	-
其中：医疗保险费	-	296.14	296.14	-
工伤保险费	-	31.98	31.98	-
生育保险费	-	0.90	0.90	-
4、住房公积金	-	211.94	211.94	-
5、工会经费和职工教育经费	1.51	70.22	70.49	1.24
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
8、其他短期薪酬	-	-	-	-
合计	2,181.89	8,976.85	9,780.15	1,378.58

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
1、工资、奖金、津贴和补贴	2,323.46	15,468.99	15,612.07	2,180.38
2、职工福利费	-	649.54	649.54	-
3、社会保险费	-	564.52	564.52	-
其中：医疗保险费	-	525.38	525.38	-
工伤保险费	-	36.64	36.64	-
生育保险费	-	2.50	2.50	-
4、住房公积金	-	410.29	410.29	-
5、工会经费和职工教育经费	17.10	121.24	136.83	1.51
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
8、其他短期薪酬	-	-	-	-
合计	2,340.57	17,214.58	17,373.26	2,181.89

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日
1、工资、奖金、津贴和补贴	2,292.33	14,416.20	14,385.06	2,323.46
2、职工福利费	-	666.64	666.64	-
3、社会保险费	-	503.76	503.76	-
其中：医疗保险费	-	468.11	468.11	-
工伤保险费	-	32.45	32.45	-
生育保险费	-	3.20	3.20	-
4、住房公积金	-	378.99	378.99	-
5、工会经费和职工教育经费	0.39	136.48	119.76	17.10
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
合计	2,292.72	16,102.07	16,054.22	2,340.57

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
1、工资、奖金、津贴和补贴	1,404.96	13,152.33	12,264.96	2,292.33
2、职工福利费	-	548.01	548.01	-
3、社会保险费	-	449.77	449.77	-
其中：医疗保险费	-	417.96	417.96	-
工伤保险费	-	28.30	28.30	-
生育保险费	-	3.51	3.51	-
4、住房公积金	-	324.91	324.91	-
5、工会经费和职工教育经费	2.00	103.45	105.07	0.39
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
合计	1,406.96	14,578.47	13,692.71	2,292.72

2) 设定提存计划

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2025 年 6 月 30 日
1、基本养老保险	-	553.01	553.01	-
2、失业保险费	-	23.71	23.71	-
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	-	576.72	576.72	-

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2024 年 12 月 31 日
1、基本养老保险	-	992.39	992.39	-
2、失业保险费	-	41.89	41.89	-
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	-	1,034.28	1,034.28	-

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 12 月 31 日
1、基本养老保险	-	888.06	888.06	-
2、失业保险费	-	37.15	37.15	-
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	-	925.21	925.21	-

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
1、基本养老保险	-	782.92	782.92	-
2、失业保险费	-	31.86	31.86	-
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	-	814.79	814.79	-

3) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为 2,292.72 万元、2,340.57 万元、2,182.64 万元和 1,378.58 万元，占公司流动负债比例分别为 8.60%、7.72%、5.13%和 4.39%，均已按期发放。

9. 其他应付款

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
应付利息	-	-	-	-
应付股利	-	-	-	-
其他应付款	7,579.61	10,085.76	6,469.47	2,880.73
合计	7,579.61	10,085.76	6,469.47	2,880.73

(1) 应付利息

□适用 √不适用

(2) 应付股利

□适用 √不适用

其他说明：

□适用 √不适用

(3) 其他应付款

√适用 □不适用

1) 按款项性质列示其他应付款

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
物流服务费	1,456.33	1,400.81	1,289.93	1,222.49
预提费用	1,231.95	1,455.50	1,273.26	1,038.18
押金保证金	1,517.04	1,124.71	1,246.52	541.13
长期资产款	3,219.27	6,074.56	2,617.56	39.51
其他	155.02	30.18	42.20	39.43
合计	7,579.61	10,085.76	6,469.47	2,880.73

2) 其他应付款账龄情况

√适用 □不适用

单位：万元

账龄	2025 年 6 月 30 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1 年以内 (含 1 年)	6,387.55	84.27	9,202.87	91.25	5,935.16	91.74	2,401.33	83.36
1 年以上	1,192.06	15.73	882.89	8.75	534.31	8.26	479.40	16.64
合计	7,579.61	100.00	10,085.76	100.00	6,469.47	100.00	2,880.73	100.00

3) 账龄超过 1 年的重要其他应付款

□适用 √不适用

4) 其他应付款金额前五名单位情况

□适用 □不适用

单位：万元

单位名称	2025 年 6 月 30 日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例 (%)
湖南高岭建设集团股份有限公司	非关联方	工程建设费	1,989.22	1 年以内 (含 1 年)、1-2 年 (含 2 年)	26.24
杭州菜鸟供应链管理有限公司	非关联方	物流服务费	651.62	1 年以内 (含 1 年)	8.60
大连腾马科技发展有限公司	非关联方	工程建设费	329.72	1 年以内 (含 1 年)	4.35
湖南顺丰速运有限公司	非关联方	物流服务费	319.04	1 年以内 (含 1 年)	4.21
山东万事达建筑钢品股份有限公司	非关联方	工程建设费	292.86	1 年以内 (含 1 年)	3.86
合计	-	-	3,582.47	-	47.26

√适用 □不适用

单位名称	2024 年 12 月 31 日				
	与本公司	款项性质	金额	账龄	占其他应付款

	关系				总额的比例 (%)
湖南高岭建设集团股份有限公司	非关联方	工程建设费	3,085.06	1年以内 (含1年)	30.59
大连腾马科技发展有限公司	非关联方	工程建设费	720.32	1年以内 (含1年)	7.14
杭州菜鸟供应链管理有限公司	非关联方	物流服务费	654.03	1年以内 (含1年)	6.48
湖南顺丰速运有限公司	非关联方	物流服务费	322.14	1年以内 (含1年)	3.19
北京九合互动文化传播有限公司	非关联方	预提广告费用	300.88	1年以内 (含1年)	2.98
合计	-	-	5,082.44	-	50.39

√适用 □不适用

单位名称	2023年12月31日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例 (%)
湖南高岭建设集团股份有限公司	非关联方	工程建设费	2,585.91	1年以内 (含1年)	39.97
杭州菜鸟供应链管理有限公司	非关联方	物流服务费	358.33	1年以内 (含1年)	5.54
湖南顺丰速运有限公司	非关联方	物流服务费	292.39	1年以内 (含1年)	4.52
湖南浩通三方物流有限公司	非关联方	物流服务费	186.02	1年以内 (含1年)	2.88
北京易美广告有限公司	非关联方	预提广告费用	129.43	1年以内 (含1年)	2.00
合计	-	-	3,552.08	-	54.91

√适用 □不适用

单位名称	2022年12月31日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例 (%)
湖南浩通三方物流有限公司	非关联方	物流服务费	642.36	1年以内 (含1年)	22.30
北京易美广告有限公司	非关联方	预提广告费用	242.96	1年以内 (含1年)	8.43
中国邮政速递物流股份有限公司长沙市分公司	非关联方	物流服务费	205.71	1年以内 (含1年)	7.14

湖南顺丰速运有限公司	非关联方	物流服务费	176.44	1年以内 (含1年)	6.12
长沙市阔韵快递有限公司	非关联方	物流服务费	113.90	1年以内 (含1年)	3.95
合计	-	-	1,381.36	-	47.95

(4) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司其他应付款余额分别为 2,880.73 万元、6,469.47 万元、10,085.76 万元和 7,579.61 万元，占公司流动负债的比例分别为 10.80%、21.34%、23.70%和 24.16%。2022 年至 2024 年，公司其他应付款余额增加主要系英氏浏阳生产基地按工程进度确认的应付工程建设款的增加。2025 年 6 月 30 日，其他应付款余额减少系支付工程建设款所致。

10. 合同负债

√适用 □不适用

(1) 合同负债情况

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
预收货款	2,993.45	2,059.76	3,133.21	2,137.78
合计	2,993.45	2,059.76	3,133.21	2,137.78

一、 报告期内账面价值发生重大变动的金额和原因

□适用 √不适用

二、 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司合同负债期末余额的构成情况如下所示：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
预收销售货款	1,364.95	853.66	579.79	868.44
实物返利	1,628.50	1,206.11	2,553.42	1,269.34
合计	2,993.45	2,059.76	3,133.21	2,137.78

公司合同负债主要为预收销售货款及待执行的销售实物返利，预收销售货款主要系公司在交易时将客户预先支付的货款确认一项合同负债，直至商品控制权转移给客户时确认收入；销售实物返利系公司与部分客户约定当达到约定的条件后，给予客户一定数量的实物返利，待执行的销售实物返利金额形成合同负债。

报告期各期末，公司合同负债的余额分别为 2,137.78 万元、3,133.21 万元、2,059.76 万

元和 2,993.45 万元，占流动负债的比例分别为 8.02%、10.34%、4.84%和 9.54%。

11. 长期应付款

☐适用 ☒不适用

12. 递延收益

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
政府补助	1,087.94	1,108.65	56.52	75.36
合计	1,087.94	1,108.65	56.52	75.36

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司递延收益分别为 75.36 万元、56.52 万元、1,108.65 万元和 1,087.94 万元。2024 年末，公司递延收益较上年增长 1,052.13 万元，增长较大，主要系收到英氏控股湖南婴童健康食品产业基地投资补贴款。

13. 递延所得税资产/递延所得税负债

☒适用 ☐不适用

(1) 未经抵销的递延所得税资产

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日		2024 年 12 月 31 日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
广告宣传费	6,445.68	1,611.42	4,107.55	1,026.89
可抵扣亏损	1,805.12	451.28	4,778.86	1,194.71
资产减值准备	4,302.12	1,075.53	4,115.46	1,028.86
预计货物补贴	1,452.11	363.03	1,521.61	380.40
预计负债	1,147.27	286.82	968.15	242.04
内部交易未实现利润	1,398.85	349.71	1,083.73	270.93
租赁负债	244.46	61.11	345.85	86.46
递延收益	1,087.94	271.98	1,108.65	277.16
股份支付	160.61	40.15	136.03	34.01
合计	18,044.15	4,511.04	18,165.89	4,541.47

项目	2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
广告宣传费	2,729.54	682.38	7,137.13	1,784.28
可抵扣亏损	8,845.44	2,211.36	6,290.72	1,572.68

资产减值准备	4,415.01	1,103.75	4,187.67	1,046.92
预计货物补贴	1,193.00	298.25	1,387.53	346.88
预计负债	685.17	171.29	564.98	141.24
内部交易未实现利润	767.77	191.94	325.57	81.39
租赁负债	560.61	140.15	178.93	44.73
递延收益	56.52	14.13	75.36	18.84
股份支付	114.42	28.61	78.80	19.70
预提费用	-	-	13.00	3.25
合计	19,367.47	4,841.87	20,239.69	5,059.92

(2) 未经抵销的递延所得税负债

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025年6月30日		2024年12月31日	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
使用权资产	218.67	54.67	319.59	79.90
合计	218.67	54.67	319.59	79.90

项目	2023年12月31日		2022年12月31日	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
使用权资产	521.43	130.36	124.28	31.07
合计	521.43	130.36	124.28	31.07

(3) 报告期各期末以抵销后净额列示的递延所得税资产或负债

□适用 √不适用

(4) 未确认递延所得税资产明细

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025年6月30日	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
可抵扣暂时性差异	572.45	572.42	-	14.96
可抵扣亏损	25.08	-	-	5,499.99
合计	597.52	572.42	-	5,514.94

(5) 未确认递延所得税资产的可抵扣亏损将于以下年度到期

√适用 □不适用

单位：万元

年份	2025年6月30日	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日	备注
2023	-	-	-	5,499.99	-
2024	-	-	-	-	-

2025	-	-	-	-	-
2026	-	-	-	-	-
2027					
2028					
2029					
2030	25.08				
合计	25.08	-	-	5,499.99	-

(6) 科目具体情况及分析说明

报告期各期末，公司递延所得税资产分别为 5,059.92 万元、4,841.87 万元、4,541.47 万元和 **4,511.04 万元**，对应的可抵扣暂时性差异主要包括广告宣传费、可抵扣亏损、资产减值准备和预计货物补贴。

14. 其他流动资产

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
应收退货成本	626.05	528.29	424.79	316.31
待抵扣或待认证增值税	511.92	66.51	220.46	294.40
IPO 费用	-	-	-	141.51
待摊费用	-	-	0.96	1.40
预缴税费	0.05	1,003.74	0.00	6.05
合计	1,138.03	1,598.54	646.22	759.67

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司其他流动资产金额分别为 759.67 万元、646.22 万元、1,598.54 万元和 **1,138.03 万元**，占各期末流动资产的比例分别为 1.47%、0.93%、1.72%和 **1.31%**，主要为应收退货成本、待抵扣或者待认证增值税和预缴企业所得税等。

15. 其他非流动资产

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日			2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
预付土地款	-	-	-	-	-	-
预付长期资产款	696.55	-	696.55	471.99		471.99

合计	696.55	-	696.55	471.99	-	471.99

项目	2023 年 12 月 31 日			2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
预付土地款	-	-	-	4,026.94	-	4,026.94
预付长期资产款	2,406.55	-	2,406.55	99.93	-	99.93
合计	2,406.55	-	2,406.55	4,126.88	-	4,126.88

科目具体情况及分析说明：

报告期各期末，公司其他非流动资产分别为 4,126.88 万元、2,406.55 万元、471.99 万元和 **696.55 万元**，占各期末非流动资产的比例分别为 12.09%、5.92%、0.85%和 **1.28%**。公司 2022 年末其他非流动资产余额较高，主要为支付的浏阳土地购置款项；2023 年末其他非流动资产主要为预付的英氏浏阳生产基地建设款；2024 年末其他非流动资产余额显著下降，主要系英氏浏阳生产基地建设款已根据工程进度转入固定资产。

16. 其他披露事项

（1）投资性房地产

报告期各期末，公司投资性房地产具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
一、账面原值	-	-	-	-
房屋及建筑物	556.79	556.79	556.79	556.79
合计	556.79	556.79	556.79	556.79
二、累计折旧	-	-	-	-
房屋及建筑物	152.66	143.81	126.12	108.43
合计	152.66	143.81	126.12	108.43
三、减值准备	-	-	-	-
房屋及建筑物	135.69	-	-	-
合计	135.69	-	-	-
四、账面价值	-	-	-	-
房屋及建筑物	268.43	412.97	430.66	448.36
合计	268.43	412.97	430.66	448.36

报告期内，公司投资性房地产系用于对外出租的房产，公司采用成本模式对投资性房地产进行后续计量并采用年限平均法计提投资性房地产折旧。2022 年末、2023 年末、2024 年

末和 2025 年 6 月末，公司投资性房地产账面价值分别为 448.36 万元、430.66 万元、412.97 万元和 268.43 万元，占各期末非流动资产的比例分别为 1.31%、1.06%、0.74%和 0.49%。报告期内，公司无新增投资性房地产。

（2）使用权资产

报告期各期末，公司使用权资产具体情况如下：

单位：万元

日期	项目	账面余额	累计折旧	减值准备	账面价值
2025 年 6 月 30 日	房屋及建筑物	586.31	367.65	-	218.67
	合计	586.31	367.65	-	218.67
2024 年 12 月 31 日	房屋及建筑物	586.31	266.72	-	319.59
	合计	586.31	266.72	-	319.59
2023 年 12 月 31 日	房屋及建筑物	586.31	64.88	-	521.43
	合计	586.31	64.88	-	521.43
2022 年 12 月 31 日	房屋及建筑物	298.27	173.99	-	124.28
	合计	298.27	173.99	-	124.28

2022 年末，公司使用权资产账面价值为 124.28 万元，占 2022 年期末非流动资产的比例为 0.36%，为公司租赁南京仓库所形成。2023 年末，因公司更换租赁苏州仓库，租赁仓库面积增加，公司使用权资产账面价值增加至 521.43 万元，占期末非流动资产的比例为 1.28%。2024 年末公司使用权资产账面价值为 319.59 万元，占期末非流动资产的比例为 0.57%。2025 年 6 月末，公司使用权资产账面价值为 218.67 万元，占期末非流动资产的比例为 0.40%。

（3）长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
英氏产业园基地装修费	90.07	225.17	495.38	765.58
企业文化馆建设费	-	10.15	40.60	71.05
托盘配件费	72.42	93.34	22.12	34.47
培训费	-	-	-	31.60
ECRP 项目服务费	-	-	8.39	33.54
中国妇幼保健协会会员费	-	-	2.40	4.80
二号厂房前坪沥青铺设费	46.26	50.28	58.33	-
C4D 软件使用费	2.68	4.14	7.06	-

360 安全软件服务费	4.81	7.44	12.69	-
研发楼六楼、七楼装修费	34.04	36.84	42.44	-
英氏婴童营养与健康科学产业基地综合楼装修费	588.93	629.08	-	-
英氏产业园研发楼五楼装修款	29.87	32.08	-	-
英氏婴童营养与健康科学产业基地博物馆装修	258.10	-	-	-
英氏产业园三楼、四楼宿舍装修	87.48	-	-	-
英氏产业园四楼直播间装修	21.08	-	-	-
英氏产业园工厂装修改造	10.05	-	-	-
英氏婴童营养与健康科学产业基地辊筒车间装修	4.37	-	-	-
合计	1,250.16	1,088.52	689.40	941.06

2022 年末、2023 年末、2024 年末和 2025 年 6 月末，公司长期待摊费用余额分别为 941.06 万元、689.40 万元、1,088.52 万元和 1,250.16 万元，占各期末非流动资产的比例分别为 2.76%、1.70%、1.96%和 2.29%，主要为英氏浏阳生产基地综合楼及相关附属设施和英氏产业园基地装修的相关支出。

（4）应交税费

报告期各期末，公司应交税费具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
企业所得税	3,241.49	4,518.64	2,819.32	3,231.08
增值税	492.90	645.83	249.61	452.00
印花税	50.27	31.57	19.27	26.69
城市维护建设税	36.91	51.67	23.82	37.84
教育费附加	17.56	23.80	10.56	17.53
地方教育附加	11.70	15.87	7.04	11.69
水利建设基金	20.78	14.13	11.52	10.05
残疾人保障金	4.62	4.62	19.25	6.58
房产税	7.28	5.84	5.84	5.03
个人所得税	4.71	0.23	0.79	3.51
土地使用税	2.48	2.48	2.48	2.48
其他税费	0.10	0.01	0.22	15.23
合计	3,890.79	5,314.69	3,169.72	3,819.70

报告期各期末，公司应交税费分别为 3,819.70 万元、3,169.72 万元、5,314.69 万元和 **3,890.79 万元**，占各期末流动负债的比例分别为 14.32%、10.46%、12.49%和 **12.40%**。公司应交税费主要包括应交企业所得税和应交增值税，相关税费已于次年如期缴纳。

（5）一年内到期的非流动负债

报告期各期末，公司一年内到期的非流动负债具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
一年内到期的长期借款	-	103.67	-	-
一年内到期的租赁负债	226.68	222.63	232.59	178.93
合计	226.68	326.29	232.59	178.93

2022 年末、2023 年末、2024 年末和 **2025 年 6 月末**，公司一年内到期的非流动负债金额分别为 178.93 万元、232.59 万元、326.29 万元和 **226.68 万元**，占各期末流动负债的比例分别为 0.67%、0.77%、0.77%和 **0.72%**，为公司一年内到期的租赁负债和一年内到期的长期借款。

（6）租赁负债

报告期各期末，公司租赁负债具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
经营租赁应付款	249.69	356.71	588.56	-
未确认融资费用	-5.23	-10.85	-27.96	-
重分类至一年内到期的非流动负债	226.68	222.63	232.59	-
合计	17.78	123.23	328.02	-

公司执行新租赁准则，按照租赁期开始日尚未支付的租赁付款额的现值确认租赁负债。2023 年末、2024 年末和 **2025 年 6 月末**，公司租赁负债金额分别为 328.02 万元、123.23 万元和 **17.78 万元**，分别占期末非流动负债的比例为 20.19%、1.14%和 **0.61%**。

（7）预计负债

报告期内，公司预计负债明细如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
应付退货款	1,773.32	1,496.43	1,109.96	881.28

合计	1,773.32	1,496.43	1,109.96	881.28

公司预计负债主要是公司基于历史退货情况，合理预估预期因销售退回将退还的金额，以对应的成本确认为其他流动资产。报告期各期末，公司预计负债分别为 881.28 万元、1,109.96 万元、1,496.43 万元和 1,773.32 万元，占各期营业收入的比例分别为 0.68%、0.63%、0.76%和 1.57%，金额及占收入比重均较小。

三、 盈利情况分析

(一) 营业收入分析

1. 营业收入构成情况

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
主营业务收入	112,924.63	99.78	196,948.22	99.75	175,504.04	99.81	129,205.76	99.69
其他业务收入	246.23	0.22	485.16	0.25	327.66	0.19	399.45	0.31
合计	113,170.86	100.00	197,433.38	100.00	175,831.70	100.00	129,605.21	100.00

科目具体情况及分析说明：

公司是一家集婴幼儿辅食、婴幼儿卫生用品、儿童食品和营养食品的研发、生产和销售业务为一体的企业。报告期内，公司营业收入结构较为稳定，主营业务收入占营业收入比例均超过 99%，主营业务突出；其他业务收入主要由废品废料销售等收入构成，金额较小，占比较低。

2022 年至 2024 年，公司营业收入年复合增长率为 23.42%，收入稳步增长，销售模式和主要销售客户总体保持稳定，主营业务收入系公司主要收入来源。

2. 主营业务收入按产品或服务分类

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
婴幼儿辅食	86,373.85	76.49	152,447.77	77.40	144,533.55	82.35	103,045.03	79.75
婴幼儿卫生用品	19,267.67	17.06	34,015.83	17.27	25,910.26	14.76	24,846.26	19.23
儿童食品	6,807.83	6.03	9,477.65	4.81	3,649.43	2.08	564.09	0.44

营养食品	475.28	0.42	1,006.98	0.51	1,410.81	0.80	750.38	0.58
合计	112,924.63	100.00	196,948.22	100.00	175,504.04	100.00	129,205.76	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司主营业务收入按照产品类型划分为婴幼儿辅食、婴幼儿卫生用品、儿童食品和营养食品，其中婴幼儿辅食和婴幼儿卫生用品为收入的主要来源，在主营业务收入中的合计占比分别为 98.98%、97.12%、94.68%和 **93.55%**，儿童食品收入增长迅速，成为公司收入重要增长点。

（1）婴幼儿辅食

1）收入整体分析

婴幼儿辅食是公司的核心品类，主要包含“英氏”品牌的米粉、饼干类、面条、佐餐油、**零食类**等细分品类。报告期各期，公司婴幼儿辅食主营业务收入分别为 103,045.03 万元、144,533.55 万元、152,447.77 万元和 **86,373.85 万元**，占主营业务收入比例分别为 79.75%、82.35%、77.40%和 **76.49%**，**2022 年至 2024 年**复合增长率为 21.63%，整体增长较快。公司婴幼儿辅食收入增长的原因如下：

①公司主营业务增长符合行业发展的整体趋势

依托我国庞大的婴幼儿人口基数和持续增长的人均可支配收入，婴幼儿辅食行业近年来呈现稳健发展态势，为公司发展提供了良好的市场基础。在母婴行业发展与科学育儿理念普及的双重驱动下，消费产品需求呈现出明显的品牌化、高端化趋势。公司紧抓行业发展机遇，成功将“英氏”品牌打造为国内婴幼儿辅食领域具有较强影响力的品牌，行业头部集中效应增强，市场排名与知名度不断提升，在国内辅食市场排名领先。

②原创“科学 5 阶精准喂养体系”，有效提升品牌力

公司聚焦于婴幼儿辅食领域，旗下“英氏”品牌已成为我国行业知名度高、技术实力领先、行业影响力大的国民辅食品牌。作为我国辅食分阶喂养的倡导者和先行者，公司长期致力于婴幼儿辅食添加的科学性、合理性研究，独创英氏“科学 5 阶精准喂养体系”并开发相应的产品，能有效满足婴幼儿的喂养需求，提升了“英氏”品牌的影响力，为公司收入的增长提供了保障。

③新产品的推出丰富了产品矩阵，综合竞争力强劲

报告期内，公司坚持产品创新与结构升级，多品类的产品结构与新品种的持续推出提升了公司的竞争力与抗风险能力。通过强化数字运营能力、深度研究用户需求、协同供应链管理，公司紧跟市场趋势和客户需求，对佐餐油、果蔬泥、肉制品等品类迭代升级推出新品，并打造山楂系列、即食粥等新品类，有效推动了营业收入的持续增长。

④立体化、全渠道的营销网络推动销量持续上升

公司通过全渠道融合运营，形成了立体多元的营销网络，实现了对市场的全面覆盖，线上线下渠道扩展迅速。线上渠道中，公司在天猫、京东、抖音、拼多多等平台开设线上店铺，灵活运用多种营销方式进行推广，快速提升品牌知名度。线下渠道中，公司通过深耕、精耕市场，稳定主要客户并进一步拓展专业母婴连锁、下沉经销商渠道，提升品牌效应，公司市场份额和销量上升。

综上所述，报告期内公司所处行业市场规模的扩大、品牌知名度持续增强、新产品开发能力提升、现有产品不断迭代升级、全渠道融合的营销网络有效运营，推动公司收入快速增长。公司在未来市场竞争中，将持续保持品牌、技术、产品等方面的竞争优势，销售规模将进一步提升。

2) 具体构成分析

报告期内，公司婴幼儿辅食的收入及占比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
米粉	33,120.66	38.35	60,692.33	39.81	58,210.57	40.27	34,488.21	33.47
饼干类	17,852.37	20.67	30,904.68	20.27	30,094.87	20.82	25,079.44	24.34
面条	7,179.28	8.31	15,014.00	9.85	16,849.97	11.66	17,841.41	17.31
佐餐油	10,468.65	12.12	14,802.13	9.71	12,183.20	8.43	6,125.57	5.94
零食类	8,651.86	10.02	14,682.74	9.63	14,208.20	9.83	10,572.47	10.26
果蔬泥	3,854.05	4.46	8,706.46	5.71	6,672.01	4.62	2,168.15	2.10
其他	5,246.97	6.07	7,645.42	5.02	6,314.73	4.37	6,769.78	6.57
小计	86,373.85	100.00	152,447.77	100.00	144,533.55	100.00	103,045.03	100.00

注：其他主要为肉制品、奶酪、清清葆、即食粥、面粉、胚芽米等。

报告期内，公司婴幼儿辅食的主要细分品类销量与销售单价情况如下所示：

单位：元/KG、元/L

项目	销量单位	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		销量	销售单价	销量	销售单价	销量	销售单价	销量	销售单价
米粉	KG	2,764,373.33	119.81	5,189,510.16	116.95	4,986,343.48	116.74	3,003,627.80	114.82
饼干类	KG	1,048,947.63	170.19	1,773,306.29	174.28	1,661,983.80	181.08	1,402,734.27	178.79
面条	KG	1,049,058.57	68.44	2,133,304.35	70.38	2,483,409.52	67.85	2,559,153.75	69.72
佐餐油	L	364,133.06	287.50	479,351.18	308.80	361,261.05	337.24	184,808.70	331.45
零食类	KG	201,559.80	429.25	350,585.10	418.81	308,174.33	461.04	203,884.25	518.55
果蔬泥	KG	589,986.07	65.32	953,935.20	91.27	562,061.95	118.71	189,705.00	114.29

报告期内，公司婴幼儿辅食产品受到消费者的青睐，主要细分品类的销量整体呈上升趋势、销售单价较为稳定，米粉、佐餐油、饼干类产品销量的增长是婴幼儿辅食收入增长的主要原因。

报告期内，公司米粉销售收入持续增长。一方面作为 6 月龄以上婴儿首先添加的辅食产品，米粉市场需求量大，同时公司掌握米粉酶解、锁鲜等多项关键生产技术，产品拥有易溶解、口感好等特点，广受消费者喜爱。作为辅食行业的核心品类，米粉的快速发展有助于公司在目标客户中迅速建立品牌形象，进一步提升其他产品销量。另一方面，2023 年，公司处于业务快速发展期，产品快速迭代升级，营销网络迅速拓展，抖音、快手等线上平台发展迅速、线下渠道下沉渗透、零售终端数量快速增长等，均有效保证了收入的快速增长；2024 年和 2025 年 1-6 月，公司巩固米粉市场份额并发展其他品类，米粉收入稳健增长。

公司饼干类产品主要包括米饼、磨牙棒、饼干等。报告期内，公司加大产品研发力度，通过不断迭代升级，开发高阶新品以补足现有产品线分阶的不连续，同时布局新品类，储备新的增长机会，新推出多款趣味化造型饼干、婴幼儿酥性饼干、华夫脆饼干等，有效推动产品销量的增长。受产品结构变动影响，报告期内公司饼干类产品销售单价有所波动。2023 年，饼干类产品销售单价较 2022 年变动较小；2024 年和 2025 年 1-6 月，销售单价较低的饼干收入占比上升以及促销力度的加大，拉低了饼干类产品的平均销售单价。

报告期内，公司面条的销量和销售收入均小幅度减少，主要受公司经营重心倾斜，营销推广力度下降影响。2024 年，面条的销售单价较 2023 年有所回升，主要系随着产品竞争力提升，公司经营策略转向提升面条产品的盈利能力。2025 年 1-6 月，受产品结构以及促销力度变动等影响，销售单价小幅度波动。

公司佐餐油系 2021 年新推出品类，作为米粉等主食类辅食喂养的补充，深受消费者青睐，在主食类辅食销售已具备一定规模的情况下，销量增长迅速。报告期内，公司持续进行产品研发，推出了亚麻籽油、芝麻香型油、热炒油等新品，丰富了油类产品结构，销售收入持续增长。佐餐油的销售单价 2023 年较 2022 年变动较小，2024 年、2025 年 1-6 月有所下降，主要受产品促销力度加大、销售单价较低的新品销售收入占比提升的综合影响。

公司零食类产品主要包括泡芙、溶溶豆等。公司持续实施产品升级与品类拓展战略，一方面对产品进行标准与工艺升级，另一方面延展产品线，开发爆米花、谷物棒等高阶新品以满足消费者零食进阶需求、抢占高阶宝宝消费市场，推动销售收入稳步增长。2022 年至 2024 年，公司零食类产品销售单价逐期下降，主要系公司产品迭代更新较快，报告期各期均有新品、新 SKU 上市，且上市初期一般促销力度较大；同时推出的爆米花、谷物棒等新品售价较低。2025 年 1-6 月，随着前期推出的爆米花、谷物棒等新品销售规模的稳定，销售单价有所增长；另一方面，销售单价较高的三虾片等产品销售收入占比的提升，进一步拉高了零食类产品整体销售

单价水平。

公司果蔬泥主要包括果泥、蔬菜泥，其中果泥系 2022 年新推出产品，自推出以来市场反应良好。公司基于市场积极的反馈与需求，在优化果泥配方、口味等基础上横向拓展产品线，2024 年成功推出蔬菜泥；同时公司实施多层次市场布局，针对普惠市场需求，2024 年、2025 年 1-6 月推出了销售单价较低的果泥系列，虽因其销售收入占比的提升拉低了平均销售单价，但产品市场布局的丰富，为后续增长扩宽了空间。

(2) 婴幼儿卫生用品

1) 收入整体分析

报告期各期，公司婴幼儿卫生用品主营业务收入分别为 24,846.26 万元、25,910.26 万元、34,015.83 万元和 19,267.67 万元，收入金额增长，占主营业务收入比例分别为 19.23%、14.76%、17.27%和 17.06%。

2) 具体构成分析

报告期内，公司婴幼儿卫生用品的收入及占比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
纸尿裤	9,178.03	47.63	18,794.93	55.25	12,704.97	49.03	11,182.79	45.01
成长裤	9,405.65	48.82	13,912.11	40.90	11,649.05	44.96	11,480.12	46.20
其他	683.99	3.55	1,308.79	3.85	1,556.24	6.01	2,183.35	8.79
小计	19,267.67	100.00	34,015.83	100.00	25,910.26	100.00	24,846.26	100.00

注：其他主要为纸尿裤、干湿巾等。

报告期内，公司婴幼儿卫生用品的主要细分品类销量与销售单价情况如下所示：

单位：万片、元/片

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	销量	销售单价	销量	销售单价	销量	销售单价	销量	销售单价
纸尿裤	9,577.55	0.96	20,566.87	0.91	14,170.29	0.90	13,421.30	0.83
成长裤	8,317.55	1.13	12,781.07	1.09	11,182.68	1.04	11,276.06	1.02

公司婴幼儿卫生用品主要包含自有“舒比奇”品牌以及为其他品牌代加工生产婴幼儿纸尿裤、成长裤等产品。报告期内，公司产品升级推新，产品竞争力进一步提升，主推的敏感肌系列产品广受客户和市场认可，用品收入逐年增长。

报告期内，成长裤的经营较为稳定，纸尿裤的销量逐期上涨。2023 年，公司成长裤处于产

品升级过渡期，且其代加工业务规模有所减少，销量小幅度下滑。报告期内，公司成长裤与纸尿裤的销售单价逐期上涨，主要系产品迭代更新，销售单价较高的敏感肌系列产品收入占比增加，同时销售单价较低的用品代加工业务收入占比波动的综合影响。

(3) 儿童食品

1) 收入整体分析

报告期各期，公司儿童食品主营业务收入分别为 564.09 万元、3,649.43 万元、9,477.65 万元和 6,807.83 万元，收入金额增长，占主营业务收入比例分别为 0.44%、2.08%、4.81%和 6.03%。

2) 具体构成分析

报告期内，公司儿童食品的收入及占比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
山楂系列	3,065.84	45.03	4,585.72	48.38	255.30	7.00	-	-
儿童意面	865.66	12.72	990.06	10.45	1,067.73	29.26	150.99	26.77
其他	2,876.34	42.25	3,901.87	41.17	2,326.41	63.75	413.10	73.23
小计	6,807.83	100.00	9,477.65	100.00	3,649.43	100.00	564.09	100.00

注：其他主要为鳕鱼肠、儿童奶酪、海苔脆、儿童饼干等。

报告期内，公司儿童食品的主要细分品类销量与销售单价情况如下所示：

单位：KG、元/KG

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	销量	销售单价	销量	销售单价	销量	销售单价	销量	销售单价
山楂系列	141,980.16	215.93	205,930.81	222.68	10,051.84	253.98	-	-
儿童意面	75,722.92	114.32	111,661.53	88.67	141,710.54	75.35	17,230.08	87.63

公司 2022 年推出的新品牌“忆小口”，系为满足消费者对儿童食品的健康价值需求打造的儿童食品品牌，主要产品包括山楂系列、儿童意面等。自品牌上市以来，公司加大产品开发、扩充产品品类以快速抢占市场，儿童食品收入增长迅速。

山楂系列产品系公司 2023 年新推出品类，主打儿童鲜果山楂棒，自推出后销量迅速增长，至 2024 年度已实现“忆小口”品牌下单品销售收入第一；其销售单价 2024 年、2025 年 1-6 月逐期下降主要系新推出的小葫芦棒、小雪糕棒等销售单价较低的产品收入占比增加。

儿童意面系公司 2022 年新推出品类，受市场环境和公司战略重心调整影响，产品销量 2024

年较 2023 年有所下滑；销售单价变动趋势相反，**呈上涨趋势**，主要系公司的经营策略转向提升产品的盈利能力，同时为满足消费者需求，结合市场情况开发的新口味、新产品销售单价较高。

3. 主营业务收入按销售区域分类

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
自营店铺	54,981.61	48.69	91,503.87	46.46	71,172.83	40.55	48,521.94	37.55
华北地区	20,794.79	18.41	35,030.40	17.79	33,250.48	18.95	24,922.55	19.29
华东地区	17,604.06	15.59	31,539.90	16.01	31,903.56	18.18	25,822.43	19.99
华中地区	9,208.41	8.15	18,596.05	9.44	20,469.60	11.66	16,301.03	12.62
西南地区	4,173.49	3.70	8,843.50	4.49	8,141.62	4.64	5,629.29	4.36
华南地区	4,069.18	3.60	7,922.54	4.02	7,694.35	4.38	5,972.67	4.62
西北地区	1,132.62	1.00	2,078.13	1.06	1,664.88	0.95	1,077.15	0.83
东北地区	728.19	0.64	1,333.96	0.68	1,096.11	0.62	835.61	0.65
境外	232.29	0.21	99.86	0.05	110.61	0.06	123.09	0.10
合计	112,924.63	100.00	196,948.22	100.00	175,504.04	100.00	129,205.76	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司构建了立体多元的营销网络，产品销售区域辐射全国。公司在华北、华东和华中地区的销售收入占比相对较高，主要系公司主要平台客户京东超市、天猫超市和孩子王的注册地位于华北和华东地区，公司对其收入纳入相应地域统计，拉高了对应区域的销售收入占比；同时，华北、华东和华中地区属于经济相对发达、人口密度相对较高的区域，消费市场较为活跃。

4. 主营业务收入按销售模式分类

☒ 适用 ☐ 不适用

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
自营店铺	54,981.61	48.69	91,503.87	46.46	71,172.83	40.55	48,521.94	37.55
平台销售	22,148.72	19.61	37,811.30	19.20	36,289.33	20.68	27,735.09	21.47
线上分销	4,861.12	4.30	7,928.24	4.03	9,152.03	5.21	6,643.68	5.14
线上小计	81,991.45	72.61	137,243.41	69.69	116,614.20	66.45	82,900.70	64.16
线下经销	23,335.94	20.67	45,928.70	23.32	44,311.20	25.25	31,291.80	24.22

线下直营	4,343.74	3.85	8,300.71	4.21	8,584.66	4.89	8,488.42	6.57
线下小计	27,679.67	24.51	54,229.41	27.53	52,895.86	30.14	39,780.22	30.79
用品代加工	3,253.51	2.88	5,475.39	2.78	5,993.99	3.42	6,524.84	5.05
合计	112,924.63	100.00	196,948.22	100.00	175,504.04	100.00	129,205.76	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司形成了线上线下全渠道融合运营的销售模式，线上包括自营店铺、平台销售和线上分销渠道，线下包括线下经销和线下直营渠道，同时布局用品代加工业务，实现了对市场的全面覆盖。

报告期各期，公司线上模式的销售收入分别为 82,900.70 万元、116,614.20 万元、137,243.41 万元和 81,991.45 万元，占主营业务收入的比例分别为 64.16%、66.45%、69.69%和 72.61%，收入金额及占主营业务收入比重逐期增长。公司凭借丰富的电商运营经验、线上渠道布局及先发优势，灵活运用多种推广方式，提升了公司品牌影响力与消费者认可度。在天猫与京东等成熟电商平台深耕经营的同时，公司发展了抖音、拼多多、快手等平台，线上收入稳步提升。

报告期各期，公司线下模式的销售收入分别为 39,780.22 万元、52,895.86 万元、54,229.41 万元和 27,679.67 万元，占主营业务收入的比例分别为 30.79%、30.14%、27.53%和 24.51%，收入金额逐年增加。公司通过深度多元的线下渠道为消费者提供了场景式购物体验，增加了客户触点，进一步加快了品类市场渗透，提升了品牌知名度。同时，公司在与主要经销商、直营客户稳定合作的基础上，深度优化经销渠道，提升零售终端的覆盖数量，收入逐期增长。

为充分利用产能，公司陆续开发了知名品牌客户，通过代加工模式为其贴牌生产婴幼儿卫生用品，并与自主品牌产生协同作用。

5. 主营业务收入按季度分类

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
第一季度	53,884.31	47.72	47,997.82	24.37	39,118.02	22.29	26,356.96	20.40
第二季度	59,040.33	52.28	47,098.78	23.91	45,636.71	26.00	32,508.48	25.16
第三季度	-	-	49,592.24	25.18	44,513.41	25.36	31,978.98	24.75
第四季度	-	-	52,259.38	26.53	46,235.90	26.34	38,361.34	29.69
合计	112,924.63	100.00	196,948.22	100.00	175,504.04	100.00	129,205.76	100.00

科目具体情况及分析说明：

公司婴幼儿辅食、婴幼儿卫生用品属于婴幼儿日常需食用或使用的产品，消费需求存在一定的刚性，不存在明显的季节性特征。受电商平台的“双 11”“双 12”以及线下零售终端的国庆、“双旦”等促销活动影响，公司第四季度收入占比较其他季度高。

6. 前五名客户情况

单位：万元

2025 年 1 月—6 月				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	北京京东世纪贸易有限公司等*注 1	18,121.35	16.01	否
2	孩子王儿童用品股份有限公司及关联方等*注 4	4,306.71	3.81	否
3	浙江天猫供应链管理有 限公司等*注 2	3,183.77	2.81	否
4	唯品会（中国）有限公司	1,499.28	1.32	否
5	成都佳倍爱母婴用品有 限公司等*注 5	1,124.71	0.99	否
合计		28,235.82	24.95	-
2024 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	北京京东世纪贸易有限公司等*注 1	29,261.57	14.82	否
2	孩子王儿童用品股份有限公司及关联方等*注 4	8,544.34	4.33	否
3	浙江天猫供应链管理有 限公司等*注 2	5,690.20	2.88	否
4	唯品会（中国）有限公司	3,138.07	1.59	否
5	成都佳倍爱母婴用品有 限公司	2,375.57	1.20	否
合计		49,009.75	24.82	-
2023 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	北京京东世纪贸易有限公司等*注 1	27,382.05	15.57	否
2	孩子王儿童用品股份有限公司及关联方等*注 4	8,128.98	4.62	否
3	浙江天猫供应链管理有 限公司等*注 2	5,427.69	3.09	否
4	唯品会（中国）有限公司	3,374.82	1.92	否
5	成都佳倍爱母婴用品有 限公司	2,023.39	1.15	否

合计		46,336.93	26.35	-
2022 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	北京京东世纪贸易有限公司等*注 1	20,114.13	15.52	否
2	孩子王儿童用品股份有限公司采购中心	6,040.91	4.66	否
3	浙江天猫供应链管理有限公司等*注 2	5,218.32	4.03	否
4	乐友国际商业集团有限公司等*注 3	3,017.36	2.33	否
5	唯品会（中国）有限公司	2,230.37	1.72	否
合计		36,621.08	28.26	-

注 1：北京京东世纪信息技术有限公司等包括北京京东世纪信息技术有限公司、北京京东世纪贸易有限公司与北京京东健康有限公司；

注 2：浙江天猫供应链管理有限公司等包括浙江天猫供应链管理有限公司与浙江昊超网络科技有限公司；

注 3：2022 年度，乐友国际商业集团有限公司等包括乐友国际商业集团有限公司与北京歌瑞家婴童用品有限公司；

注 4：2023 年度和 2024 年度，孩子王儿童用品股份有限公司及关联方等包括孩子王儿童用品股份有限公司采购中心、乐友国际商业集团有限公司。孩子王儿童用品股份有限公司于 2023 年登记受让乐友国际商业集团有限公司 65% 的股份，以上业务统计范围为全年口径；

注 5：成都佳倍爱母婴用品有限公司等包括成都佳倍爱母婴用品有限公司与长沙婴贝通供应链管理有限公司。

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司前五大客户销售收入金额分别为 36,621.08 万元、46,336.93 万元、49,009.75 万元和 28,235.82 万元，占各期营业收入的比例分别为 28.26%、26.35%、24.82%和 24.95%。报告期内，公司不存在向单个客户销售的比例超过 50%或严重依赖于少数客户的情形。

公司前五大客户均不属于公司关联方。报告期内，公司股东南京星纳亦的实际控制人汪建国实际控制公司客户孩子王，且南京星纳亦提名了王子豪作为公司董事。2025 年 1 月，南京星纳亦通过大宗交易转让其持有公司的全部股份，其提名的董事王子豪亦于 2025 年 1 月辞任。除上述情况外，公司前五大客户与公司实际控制人、董事、原监事、高级管理人员、核心技术人员、持有公司 5%以上股份的股东等主要关联方之间不存在其他关联关系。公司与主要客户的合作过程中，所签署的合同、订单均为双方平等自愿协商后达成，不存在公司及其关联方、员工向客户提供商业贿赂、利益输送等情形。

7. 其他披露事项

报告期内，公司曾经存在销售回款的支付方与签订合同的主体不一致的情形。报告期内第三方回款具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
第三方回款金额	-	-	-	12,424.44
营业收入	113,170.86	197,433.38	175,831.70	129,605.21
第三方回款占收入比	-	-	-	9.59%

注：以上金额均为不含税金额

报告期各期，公司第三方回款金额分别为 12,424.44 万元、0.00 万元、0.00 万元和 0.00 万元，占营业收入的比重分别为 9.59%、0.00%、0.00%和 0.00%。

公司客户中存在的部分个体工商户、自然人控制的小规模企业，其经营方式主要是与家庭成员或合作伙伴共同经营，且员工人数较少，关键资金岗位通常由实际控制人、法定代表人或股东担任，该类客户出于自身经营习惯及结算便利性、灵活性等原因，在支付货款时存在通过实际控制人、法定代表人、股东、关键岗位人员及其亲属等第三方支付货款的情形。公司第三方回款所涉相关交易均为交易各方真实意思表示，具备商业实质，符合交易惯例，具有商业合理性。自 2023 年起，公司已全面杜绝第三方回款。

8. 营业收入总体分析

报告期各期，公司营业收入分别为 129,605.21 万元、175,831.70 万元、197,433.38 万元和 113,170.86 万元，业务规模快速增长。其中，主营业务收入占营业收入的比例分别为 99.69%、99.81%、99.75%和 99.78%，占比稳定，主营业务突出。报告期内，公司坚持产品持续创新，不断推动婴幼儿辅食、婴幼儿卫生用品的产品结构升级，同时积极拓展儿童食品业务，主营业务收入呈现增长态势。

(二) 营业成本分析

1. 成本归集、分配、结转方法

(1) 成本归集与分配

公司生产成本包括直接材料、直接人工、制造费用、委托生产成本和运输费用。主要成本核算流程和方法具体如下：

1) 直接材料

公司原材料采用实际成本法核算。公司生产车间根据生产计划、产品配方等进行领料并生成领料单，系统根据领料单按领料成本对象将直接材料成本自动归集至对应的产品中。月末按照投产数量将直接材料成本在完工产品、在产品之间分摊。

2) 直接人工

直接人工系生产及包装车间直接人员的工资、奖金等薪酬支出，主要按照产线进行归集。每月末，公司按各类产品数量将直接人工在完工产品、在产品之间分摊。

3) 制造费用

公司按照产线归集生产环节相关的各项间接费用，主要包括折旧费、生产部门中非直接生产人员的工资薪酬、电力蒸汽等。每月末，公司按各类产品数量将制造费用在完工产品、在产品之间分摊。

4) 委托生产成本

公司根据实际委外发出材料的数量与材料加权平均单价计算原材料发出金额，结转至委托加工物资；委托生产产品交付入库时，将委托生产的成本金额及根据产品配方核算耗用的委托加工物资合计作为入库产品的成本，按照实际交付产品数量作为入库产品的数量。

5) 运输费用

运输费用主要为公司委托第三方货运服务公司将产品运送至客户指定地点所产生的运输等费用，公司按照业务开展过程中实际发生的运输费用进行核算。

(2) 成本结转方法

公司按照上述成本归集分配原则确定完工产品和在产品的实际成本，并将完工产品的产品成本结转至库存商品。每月末，公司通过系统按加权平均法计算产品单位成本，在确认销售收入的同时，将已完成销售的产品数量乘以当月加权平均单位成本结转至营业成本。

2. 营业成本构成情况

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
主营业务成本	46,655.86	99.97	83,932.33	99.94	74,042.91	99.91	58,017.15	99.88
其他业务成本	15.08	0.03	54.23	0.06	63.14	0.09	69.47	0.12
合计	46,670.93	100.00	83,986.56	100.00	74,106.04	100.00	58,086.62	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司营业成本分别为 58,086.62 万元、74,106.04 万元、83,986.56 万元和

46,670.93 万元，其中主营业务成本的金额分别为 58,017.15 万元、74,042.91 万元、83,932.33 万元和 46,655.86 万元，占营业成本的比例分别为 99.88%、99.91%、99.94%以及 99.97%，是营业成本的主要构成部分。

3. 主营业务成本构成情况

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
直接材料	17,900.42	38.37	27,481.57	32.74	27,428.14	37.04	26,916.15	46.39
直接人工	675.26	1.45	963.74	1.15	905.91	1.22	921.26	1.59
制造费用	2,372.84	5.09	3,171.13	3.78	3,011.16	4.07	2,939.50	5.07
委托生产	21,222.86	45.49	44,191.28	52.65	35,667.13	48.17	21,788.41	37.56
运输费用	4,484.47	9.61	8,124.62	9.68	7,030.57	9.50	5,451.83	9.40
合计	46,655.86	100.00	83,932.33	100.00	74,042.91	100.00	58,017.15	100.00

科目具体情况及分析说明：

公司的主营业务成本由直接材料、直接人工、制造费用、委托生产成本和运输费用构成，成本构成整体较为稳定。**2022 年至 2024 年**，公司主营业务成本逐年增长，主要来源于委托生产成本和运输费用的增长，其中委托生产成本增长主要系公司委托生产产品的类目与销售量均有所增加；运输费用的增长主要受销售收入增长影响。**2025 年 1-6 月**，直接材料、制造费用占主营业务成本比例增长，主要系浏阳生产基地投产以来，公司米粉实现完全自主生产，委托生产成本占比相应有所下降。

报告期内，公司主营业务成本构成未出现重大变动。

4. 主营业务成本按产品或服务分类

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
婴幼儿辅食	32,596.78	69.87	59,197.48	70.53	54,984.55	74.26	39,530.82	68.14
婴幼儿卫生用品	10,834.81	23.22	19,845.85	23.65	16,684.78	22.53	17,859.56	30.78
儿童食品	2,961.87	6.35	4,416.53	5.26	1,740.03	2.35	282.24	0.49
营养食品	262.40	0.56	472.47	0.56	633.54	0.86	344.53	0.59
合计	46,655.86	100.00	83,932.33	100.00	74,042.91	100.00	58,017.15	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司主营业务成本主要由婴幼儿辅食和婴幼儿卫生用品的销售成本构成，两者成本合计占主营业务成本比重分别为 98.92%、96.79%、94.18%和 **93.09%**，而儿童食品的成本随销售规模的扩大呈增长趋势，占主营业务成本比重也有所增长。公司主营业务成本的构成及变动趋势与收入的结构以及规模相匹配。

(1) 婴幼儿辅食

报告期内，公司婴幼儿辅食的成本及占比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
米粉	10,118.73	31.04	20,295.00	34.28	18,403.71	33.47	10,896.62	27.56
饼干类	8,121.02	24.91	14,105.97	23.83	13,312.27	24.21	10,869.75	27.50
面条	2,931.80	8.99	6,144.54	10.38	7,209.09	13.11	7,370.49	18.64
佐餐油	3,328.52	10.21	4,801.91	8.11	4,127.22	7.51	2,184.31	5.53
零食类	3,859.64	11.84	6,657.25	11.25	6,164.37	11.21	4,302.02	10.88
果蔬泥	1,971.31	6.05	3,828.76	6.47	2,828.52	5.14	1,081.14	2.73
其他	2,265.76	6.95	3,364.07	5.68	2,939.37	5.35	2,826.49	7.15
小计	32,596.78	100.00	59,197.48	100.00	54,984.55	100.00	39,530.82	100.00

报告期内，公司婴幼儿辅食的主营业务成本随着经营规模的扩大同步上升，各类辅食产品的成本占比主要随收入结构的变化而变动，与收入结构相匹配。

(2) 婴幼儿卫生用品

报告期内，公司婴幼儿卫生用品的成本及占比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
纸尿裤	4,863.30	44.89	10,269.46	51.75	7,762.37	46.52	7,694.37	43.08
成长裤	5,489.28	50.66	8,531.00	42.99	7,686.88	46.07	8,257.70	46.24
其他	482.23	4.45	1,045.39	5.27	1,235.54	7.41	1,907.49	10.68
小计	10,834.81	100.00	19,845.85	100.00	16,684.78	100.00	17,859.56	100.00

报告期各期，公司婴幼儿卫生用品的主营业务成本分别为 17,859.56 万元、16,684.78 万元、19,845.85 万元和 **10,834.81 万元**，其中 2023 年较 2022 年成本小幅度减少，主要受公司生产流程的优化以及吸收物料、包装材料等用品主要材料的市场价格下降导致的成本下

降，同时纸尿裤销量减少等因素的综合影响；2024 年较 2023 年成本的增长主要受纸尿裤销量增长的影响。								
(3) 儿童食品								
报告期内，公司儿童食品的成本及占比情况如下：								
单位：万元								
项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
山楂系列	1,275.02	43.05	2,142.89	48.52	125.59	7.22	-	-
儿童意面	406.97	13.74	537.28	12.17	663.26	38.12	84.67	30.00
其他	1,279.88	43.21	1,736.36	39.32	951.18	54.66	197.57	70.00
小计	2,961.87	100.00	4,416.53	100.00	1,740.03	100.00	282.24	100.00
报告期各期，公司儿童食品的主营业务成本分别为 282.24 万元、1,740.03 万元、4,416.53 万元和 2,961.87 万元，各类儿童食品产品的成本占比主要随收入结构的变化而变动，与收入结构相匹配。								

5. 前五名供应商情况				
单位：万元				
2025 年 1 月—6 月				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	青岛明月海祥营养食品有限公司等*注 1	4,195.10	10.24	否
2	长沙鸿鑫源新材料有限公司等*注 2	3,418.58	8.35	否
3	辽宁晟麦实业股份有限公司	2,761.09	6.74	否
4	台州黄罐健源食品有限公司	2,188.89	5.34	否
5	上海京元食品有限公司	1,797.73	4.39	否
合计		14,361.39	35.07	-
2024 年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	江西金薄金生态科技有限公司	8,846.77	11.68	否
2	青岛明月海祥营养食品有限公司等*注 1	7,915.38	10.45	否
3	长沙鸿鑫源新材料有限	7,790.58	10.28	否

	公司等*注 2			
4	辽宁晟麦实业股份有限公司	4,053.02	5.35	否
5	台州黄罐健源食品有限公司	3,931.20	5.19	否
合计		32,536.95	42.95	-
2023 年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	青岛明月海祥营养食品有限公司等*注 1	7,717.61	11.88	否
2	江西金薄金生态科技有限公司	6,415.16	9.87	否
3	长沙鸿鑫源新材料有限公司等*注 2	6,349.40	9.77	否
4	台州黄罐健源食品有限公司	3,535.97	5.44	否
5	辽宁晟麦实业股份有限公司	3,428.40	5.28	否
合计		27,446.54	42.24	-
2022 年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	长沙鸿鑫源新材料有限公司等*注 2	7,644.72	14.75	否
2	青岛明月海祥营养食品有限公司等*注 1	5,039.30	9.72	否
3	上海京元食品有限公司	2,879.16	5.56	否
4	台州黄罐健源食品有限公司	2,559.14	4.94	否
5	福建美一食品有限公司	2,414.05	4.66	否
合计		20,536.37	39.62	-

注 1：青岛明月海祥营养食品有限公司等包括青岛明月海祥营养食品有限公司、青岛安信制果食品有限公司和青岛海与宝宝营养食品有限公司；

注 2：长沙鸿鑫源新材料有限公司等包括长沙鸿鑫源新材料有限公司与湖南鑫七喜科技有限公司；

注 3：以上采购金额均不含税。

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司向前五名供应商采购金额分别 20,536.37 万元、27,446.54 万元、32,536.95 万元和 14,361.39 万元，占采购总额比例分别为 39.62%、42.24%、42.95%和 35.07%，采购占比基本稳定，采购内容主要包括米粉、饼干类、佐餐油等委托生产产品以及吸收物料等原材料。2025 年 1-6 月，公司前五大供应商的采购占比合计有所下降，主要系公司米粉

全部自产所致。

报告期内，公司不存在向单一供应商采购比例超过 50%的情况。公司董事、~~原~~监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方和持有 5%以上股份的股东与上述供应商不存在关联关系，亦不存在前五大供应商及其实际控制人是公司前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。公司与主要供应商的合作过程中，所签署的合同、订单均为双方平等自愿协商后达成，不存在公司及其关联方、员工向供应商提供商业贿赂、利益输送等情形。

6. 其他披露事项

无。

7. 营业成本总体分析

报告期各期，公司营业成本分别为 58,086.62 万元、74,106.04 万元、83,986.56 万元和 **46,670.93 万元**，整体呈增长趋势，与收入的规模以及结构相匹配。

公司营业成本结构保持稳定，主营业务成本由直接材料、直接人工、制造费用、委托生产成本和运输费用构成，其中直接材料和委托生产成本是主营业务成本中主要的构成部分。

（三） 毛利率分析

1. 毛利按产品或服务分类构成情况

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
主营业务毛利	66,268.78	99.65	113,015.88	99.62	101,461.14	99.74	71,188.61	99.54
其中：婴幼儿辅食	53,777.07	80.87	93,250.28	82.20	89,549.00	88.03	63,514.21	88.81
婴幼儿卫生用品	8,432.87	12.68	14,169.98	12.49	9,225.47	9.07	6,986.70	9.77
儿童食品	3,845.96	5.78	5,061.11	4.46	1,909.40	1.88	281.85	0.39
营养食品	212.88	0.32	534.51	0.47	777.27	0.76	405.85	0.57
其他业务毛利	231.15	0.35	430.93	0.38	264.52	0.26	329.98	0.46
合计	66,499.93	100.00	113,446.82	100.00	101,725.66	100.00	71,518.59	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司主营业务毛利分别为 71,188.61 万元、101,461.14 万元、113,015.88 万元和 **66,268.78 万元**，占当期毛利总额的比例分别为 99.54%、99.74%、99.62%和 **99.65%**，公司主营业务突出，是报告期毛利的主要来源。其他业务贡献毛利较小。

2. 主营业务按产品或服务分类的毛利率情况

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)
婴幼儿辅食	62.26	76.49	61.17	77.40	61.96	82.35	61.64	79.75
婴幼儿卫生用品	43.77	17.06	41.66	17.27	35.61	14.76	28.12	19.23
儿童食品	56.49	6.03	53.40	4.81	52.32	2.08	49.97	0.44
营养食品	44.79	0.42	53.08	0.51	55.09	0.80	54.09	0.58
合计	58.68	100.00	57.38	100.00	57.81	100.00	55.10	100.00

科目具体情况及分析说明：

(1) 主营业务毛利率整体分析

报告期各期，公司主营业务毛利率分别为 55.10%、57.81%、57.38%和 **58.68%**，变动较小。公司主营业务毛利率 2023 年度、2024 年度和 **2025 年 1-6 月**变动的具体情况如下：

项目	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度
	其他：		影响合计	其中：		影响合计	其中：		影响合计	
	毛利率变动的影响	收入占比变动的影响		毛利率变动的影响	收入占比变动的影响		毛利率变动的影响	收入占比变动的影响		
婴幼儿辅食	0.84%	-0.56%	0.27%	-0.61%	-3.07%	-3.68%	0.26%	1.60%	1.87%	61.64%
婴幼儿卫生用品	0.36%	-0.09%	0.27%	1.05%	0.89%	1.94%	1.11%	-1.26%	-0.15%	28.12%
儿童食品	0.19%	0.65%	0.84%	0.05%	1.43%	1.48%	0.05%	0.82%	0.87%	49.97%
营养食品	-0.03%	-0.05%	-0.08%	-0.01%	-0.16%	-0.17%	0.01%	0.12%	0.13%	54.09%
合计	1.35%	-0.05%	1.30%	0.48%	-0.90%	-0.43%	1.43%	1.29%	2.71%	55.10%

注：1、毛利率变动的影响=各产品本期毛利率较上期毛利率的变动额×各产品本期销售收入占比；
2、收入占比变动的影响=各产品本期销售收入占比较上期销售收入占比的变动额×各产品上期的毛利率；
3、影响合计=各产品本期毛利率×各产品本期销售收入占比-各产品上期毛利率×各产品上期销售收入占比。

2023 年度，公司主营业务毛利率相较 2022 年度上升 2.71 个百分点，主要受毛利率较高

的婴幼儿辅食收入占比增加及婴幼儿卫生用品毛利率上升影响。

2024 年度，公司主营业务毛利率较 2023 年度下降了 0.43 个百分点，变动较小。

2025 年 1-6 月，公司婴幼儿辅食、婴幼儿卫生用品、儿童食品的毛利率均有所上升，导致公司主营业务毛利率上升 1.30 个百分点。

(2) 主要产品毛利率分析

报告期各期，公司婴幼儿辅食、婴幼儿卫生用品和儿童食品的收入合计占主营业务收入的比例分别为 99.42%、99.20%、99.49%和 99.58%，公司主营业务毛利率变动主要受上述产品影响。

1) 婴幼儿辅食

报告期各期，婴幼儿辅食毛利率分别为 61.64%、61.96%、61.17%和 62.26%，毛利率整体变动较小。公司婴幼儿辅食按细分品类分类的主营业务毛利率情况如下：

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率 (%)	收入占比 (%)	毛利率 (%)	收入占比 (%)	毛利率 (%)	收入占比 (%)	毛利率 (%)	收入占比 (%)
米粉	69.45	38.35	66.56	39.81	68.38	40.27	68.40	33.47
饼干类	54.51	20.67	54.36	20.27	55.77	20.82	56.66	24.34
面条	59.16	8.31	59.07	9.85	57.22	11.66	58.69	17.31
佐餐油	68.20	12.12	67.56	9.71	66.12	8.43	64.34	5.94
零食类	55.39	10.02	54.66	9.63	56.61	9.83	59.31	10.26
果蔬泥	48.85	4.46	56.02	5.71	57.61	4.62	50.14	2.10
其他	56.82	6.07	56.00	5.02	53.45	4.37	58.25	6.57
小计	62.26	100.00	61.17	100.00	61.96	100.00	61.64	100.00

公司婴幼儿辅食毛利率 2023 年较 2022 年上涨了 0.32 个百分点，波动较小，主要系毛利率相对较高的米粉、佐餐油等产品收入占比增加影响。

公司婴幼儿辅食毛利率 2024 年较 2023 年下降了 0.79 个百分点，主要受公司产品促销、产品销售结构变动等综合影响。

公司婴幼儿辅食毛利率 2025 年 1-6 月较 2024 年上升了 1.09 个百分点，主要受毛利率相对较高的佐餐油等产品收入占比增加、米粉等产品毛利率上升等综合影响。

①米粉

报告期各期，公司米粉毛利率分别为 68.40%、68.38%、66.56%和 69.45%，其中 2023 年毛利率下降 0.02 个百分点，变动较小；2024 年毛利率下降 1.82 个百分点，主要系 2024

年公司米粉生产由江西枫树迁移至新投产的英氏浏阳生产基地，迁移过渡期内，产线的产能利用率下降，公司通过向受托生产商采购米粉以弥补部分产能，委外生产米粉收入占比增加，单位生产成本上涨，米粉毛利率有所下降；**2025 年 1-6 月毛利率上升 2.89 个百分点，主要系产能迁移完成后，米粉自产收入占比增加及材料采购成本下降，单位成本有所下降。**

②饼干类

报告期各期，公司饼干类产品毛利率分别为 56.66%、55.77%、54.36%和 **54.51%**，**2022 年至 2024 年小幅度下降**，主要系公司产品配方、标准及工艺升级，单位成本增加；同时新推出的汽车工厂饼干、防掉型磨牙棒等新品上市初期促销力度较大，毛利率较低，综合影响下饼干类产品毛利率有所下降；**2025 年 1-6 月毛利率变动较小。**

③面条

报告期各期，公司面条毛利率分别为 58.69%、57.22%、59.07%和 **59.16%**，主要受产品销售价格波动、**产品结构以及促销力度变动**影响。

④佐餐油

报告期各期，公司佐餐油毛利率分别为 64.34%、66.12%、67.56%和 **68.20%**，呈逐年增长趋势，主要受单位成本下降以及细分产品销售结构变动影响。报告期内，依托市场需求的增长，公司佐餐油销量提升，规模化采购优势降低了佐餐油的采购价格；同时，公司报告期内推出的大规格产品等新品毛利率较高，综合影响下佐餐油毛利率逐年小幅度上涨。

⑤零食类

报告期各期，公司零食类产品毛利率分别为 59.31%、56.61%、54.66%和 **55.39%**，**2022 年至 2024 年逐期下降**，主要系零食类产品迭代更新较快，各期上新品种较多，而在产品上市初期公司开展促销活动频次较高、力度较大，拉低了毛利率水平；**2025 年 1-6 月毛利上升 0.73 个百分点，变动较小，主要系毛利率相对较高的新型零食毛利率及收入占比提升影响。**

⑥果蔬泥

报告期各期，公司果蔬泥毛利率分别为 50.14%、57.61%、56.02%和 **48.85%**，其中 2023 年毛利率上涨 7.47 个百分点，主要系随着果蔬泥中果泥销量的快速增长，规模化采购降低了果泥的采购价格，同时销量稳定后促销力度降低，销售单价增长；2024 年、**2025 年 1-6 月毛利率分别下降 1.59 个百分点、7.17 个百分点，该变动主要系公司基于普惠市场需求，逐步推出了销售单价、毛利率相对较低的畅益清、畅润多系列所致。**

2) 婴幼儿卫生用品

报告期各期，婴幼儿卫生用品毛利率分别为 28.12%、35.61%、41.66%和 **43.77%**，呈逐年增长趋势，公司婴幼儿卫生用品按细分品类分类的主营业务毛利率情况如下：

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率 (%)	收入占比 (%)	毛利率 (%)	收入占比 (%)	毛利率 (%)	收入占比 (%)	毛利率 (%)	收入占比 (%)
纸尿裤	47.01	47.63	45.36	55.25	38.90	49.03	31.19	45.01
成长裤	41.64	48.82	38.68	40.90	34.01	44.96	28.07	46.20
其他	29.50	3.55	20.13	3.85	20.61	6.01	12.63	8.79
小计	43.77	100.00	41.66	100.00	35.61	100.00	28.12	100.00

公司婴幼儿卫生用品毛利率 2023 年、2024 年和 **2025 年 1-6 月** 分别较上**年度**增长 7.49 个百分点、6.05 个百分点和 **2.11 个百分点**，主要系纸尿裤、成长裤等细分品类的毛利率上涨及毛利率较高的纸尿裤收入占比增加综合影响。

报告期各期，公司纸尿裤毛利率分别为 31.19%、38.90%、45.36%和 **47.01%**，成长裤毛利率分别为 28.07%、34.01%、38.68%和 **41.64%**，均逐期上涨，主要是由于①公司推动产品结构转型，加大了高附加值产品的推广和促销力度，敏感肌系列中中高端产品销售情况良好，产品定位和产品价格相对提升；②**2022 年至 2024 年**，公司毛利率较低的用品代加工业务收入占比下降；③吸收物料、包装材料等用品主要原材料的市场价格**逐期**下降，材料采购成本有所下降；④随着销售收入的增加，公司产能利用率提升，同时优化了产品设计并减少了损耗，产品成本下降。

3) 儿童食品

报告期各期，儿童食品毛利率分别为 49.97%、52.32%、53.40%和 **56.49%**，呈现小幅上涨趋势，公司儿童食品按细分品类分类的主营业务毛利率情况如下：

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率 (%)	收入占比 (%)	毛利率 (%)	收入占比 (%)	毛利率 (%)	收入占比 (%)	毛利率 (%)	收入占比 (%)
山楂系列	58.41	45.03	53.27	48.38	50.81	7.00	-	-
儿童意面	52.99	12.72	45.73	10.45	37.88	29.26	43.93	26.77
其他	55.50	42.25	55.50	41.17	59.11	63.75	52.17	73.23
小计	56.49	100.00	53.40	100.00	52.32	100.00	49.97	100.00

公司儿童食品毛利率 2023 年、2024 年和 **2025 年 1-6 月** 分别较上**年度**增长 2.35 个百分点、1.08 个百分点和 **3.09 个百分点**，系细分产品毛利率变动及产品销售结构变动所致。2023 年，公司其他产品中毛利率相对较高的儿童奶酪、儿童溶豆等收入占比增加，拉高了毛利率水平；2024 年，公司山楂系列产品、儿童意面的毛利率均有所上涨，同时毛利率较低的儿

童意面收入占比下降；2025 年 1-6 月，山楂系列产品、儿童意面毛利率进一步的提升，拉高了整体毛利率水平。

山楂系列产品系公司 2023 年推出新品，2023 年、2024 年和 2025 年 1-6 月毛利率分别为 50.81%、53.27%和 58.41%，2024 年山楂系列产品销量明显增加，采购单价下调，同时公司推出的山楂小葫芦棒、小雪糕棒等新品毛利率较高；2025 年 1-6 月，产品销量进一步提升带来的采购单价下调，同时毛利率相对较高的小葫芦棒、小雪糕棒等新品收入占比提升，毛利率较 2024 年有所提升。

儿童意面是公司 2022 年推出新品，报告期各期毛利率分别为 43.93%、37.88%、45.73%和 52.99%，其中 2023 年毛利率较低，主要系公司产品推出之初开展的促销活动频次较高、力度较大，拉低了毛利率水平；2024 年、2025 年 1-6 月公司为迎合市场需求进行产品升级、口味扩充，推出了小小意面等毛利率较高的新品，其收入占比的提升拉高了毛利率水平。

3. 主营业务按销售区域分类的毛利率情况

√适用 □不适用

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)
自营店铺	59.44	48.69	58.98	46.46	60.04	40.55	58.24	37.55
华北地区	63.04	18.41	63.28	17.79	65.83	18.95	65.26	19.29
华东地区	56.60	15.59	54.16	16.01	53.01	18.18	52.80	19.99
华中地区	51.57	8.15	47.35	9.44	47.06	11.66	39.12	12.62
西南地区	54.90	3.70	54.25	4.49	53.44	4.64	51.04	4.36
华南地区	58.12	3.60	54.32	4.02	56.79	4.38	44.76	4.62
西北地区	57.83	1.00	53.39	1.06	56.40	0.95	57.84	0.83
东北地区	57.05	0.64	56.14	0.68	55.44	0.62	54.62	0.65
境外	16.80	0.21	27.73	0.05	24.94	0.06	24.30	0.10
合计	58.68	100.00	57.38	100.00	57.81	100.00	55.10	100.00

科目具体情况及分析说明：

公司销售收入主要集中在自营店铺、华北、华东和华中地区，在西北、东北及境外地区收入相对较少。公司各地区毛利率各不相同，主要受产品结构、渠道结构变动影响。

公司华北地区平台销售客户的收入占比较高拉高了毛利率水平；华中地区为公司婴幼儿卫生用品的主要销售区域，且该区域经销渠道的收入占比较高，因而整体毛利率偏低；公司

境外销售产品主要为婴幼儿卫生用品，毛利率较低。

4. 主营业务按照销售模式分类的毛利率情况

√适用 □不适用

项目	2025年1月—6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)
自营店铺	59.44	48.69	58.98	46.46	60.04	40.55	58.24	37.55
平台销售	*	19.61	*	19.20	*	20.68	*	21.47
线上分销	52.12	4.30	49.34	4.03	49.20	5.21	47.12	5.14
线上小计	60.44	72.61	60.16	69.69	61.73	66.45	60.23	64.16
线下经销	56.44	20.67	53.09	23.32	53.13	25.25	50.42	24.22
线下直营	68.94	3.85	64.04	4.21	60.88	4.89	59.12	6.57
线下小计	58.41	24.51	54.77	27.53	54.38	30.14	52.28	30.79
用品代加工	16.88	2.88	13.64	2.78	11.76	3.42	7.05	5.05
合计	58.68	100.00	57.38	100.00	57.81	100.00	55.10	100.00

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司通过线上线下多渠道融合销售产品，不同渠道的毛利率有所不同。其中线上渠道的毛利率水平较高，用品代加工产品的毛利率较低。

(1) 自营店铺

公司线上销售渠道中，自营店铺的销售规模较大，公司在天猫、京东、抖音、拼多多等主流电商平台开设店铺，直接面向终端消费者开展销售活动。线上自营店铺具有扁平化、销售链条较短的特点，交易价格是考虑了仓储、物流、推广等费用后的终端销售价格，毛利率水平较高。

报告期各期，公司自营店铺毛利率分别为 58.24%、60.04%、58.98%和 59.44%，波动较小。

(2) 平台销售

报告期内，公司平台销售渠道的客户主要为京东、天猫、唯品会等电商平台。该销售渠道下，公司仅承担配送至客户指定地点的物流费，不承担平台运输至终端消费者的运费成本，故运输成本较自营店铺低；但公司承担在电商平台销售的营销推广等成本，故销售价格较经销渠道高。

平台销售毛利率 2023 年较 2022 年有所增长系毛利率相对较高的婴幼儿辅食销售收入及

占平台销售渠道收入的比重增加，带动了平台销售毛利率的增长。2024 年较 2023 年、2025 年 1-6 月较 2024 年的毛利率略有下降，主要系产品销售结构变动、促销力度和主要平台客户商务政策变动影响。

（3）线上分销和线下经销

公司的线上分销及线下经销均为经销模式，通过经销渠道将产品分销至终端消费者是行业普遍采用的模式。为给渠道留下一定利润空间，公司与经销商的结算价格较低，毛利率低于其他渠道。基于渠道管理需要，公司线上线下渠道的产品存在差异，销售政策和产品定价策略亦有所不同，导致两渠道的毛利率不同。

报告期各期，公司线上分销毛利率分别为 47.12%、49.20%、49.34%和 52.12%，线下经销毛利率分别为 50.42%、53.13%、53.09%和 56.44%，整体较为稳定。2023 年，公司毛利率相对较高的婴幼儿辅食产品销售占比增大，同时调整了部分经销商的返利力度，毛利率有所提升；2024 年，线上分销和线下经销的毛利率较 2023 年均变动较小；2025 年 1-6 月，主要得益于辅食及用品等产品毛利率的提升，经销渠道整体毛利率水平平均实现上涨。

（4）线下直营

线下直营的客户主要是孩子王、乐友等专业母婴连锁渠道及山姆会员店。公司在与上述客户合作过程中，须承担一定的宣传费、促销类费用、物流费等，毛利率水平高于线下经销渠道。

报告期各期，公司线下直营的毛利率分别为 59.12%、60.88%、64.04%和 68.94%，逐期增长。2023 年，线下直营的毛利率较 2022 年变动较小。2024 年、2025 年 1-6 月，公司调整促销力度与产品结构，提升线下直营渠道产品的盈利能力，该渠道下米粉、饼干类、面条、零食类等辅食产品毛利率均有所增长；同时公司通过租赁分仓、使用协同仓、重新洽谈物流费等方式降低了物流成本；此外，公司 2025 年新增山姆会员店合作，主要销售毛利率相对较高的米粉单品，拉高了整体的毛利率水平。

（5）用品代加工

用品代加工渠道是公司充分利用产能而承接的代加工业务，代加工客户主要为纸尿裤和成长裤的品牌商。公司根据客户需求组织生产后销售给客户，公司仅负责生产加工，因此毛利率较低。

报告期各期，公司用品代加工的毛利率分别为 7.05%、11.76%、13.64%和 16.88%，逐期增加，一方面系吸水物料、无纺布等原材料以及外箱等包装材料市场价格下降，另一方面受用品产量增加，规模效益下产品单位固定成本下降影响。2025 年 1-6 月，新开发客户委托公司代加工的中高端、高毛利率产品占比增加，公司用品代加工业务毛利率提高。

5. 可比公司毛利率比较分析

公司名称	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
汤臣倍健（%）	68.55	66.69	68.89	68.28
贝因美（%）	45.27	42.95	47.07	45.88
妙可蓝多（%）	30.79	28.99	29.14	34.09
食品类同行业可比公司平均（%）	48.20	46.21	48.36	49.42
百亚股份（%）	53.24	53.19	50.32	45.11
可靠股份（%）	23.96	20.79	17.65	13.10
婴幼儿卫生用品同行业可比公司平均（%）	38.60	36.99	33.99	29.10
平均数（%）	44.36	42.52	42.61	41.29
发行人（%）	58.76	57.46	57.85	55.18

科目具体情况及分析说明：

在 A 股上市公司、挂牌公司中无与公司产品、渠道等完全相似的公众公司，考虑到产品、生产与销售模式、受众群体等方面的相似性，公司选取汤臣倍健、贝因美和妙可蓝多作为食品类产品的同行业可比公司；选取百亚股份、可靠股份作为婴幼儿卫生用品的同行业可比公司。

（1）食品类同行业可比公司

报告期各期，公司婴幼儿辅食的毛利率分别为 61.64%、61.96%、61.17%和 **62.26%**，与食品类同行业可比公司汤臣倍健、贝因美、妙可蓝多相比处于居中水平。

汤臣倍健在中国维生素与膳食补充剂行业的市场份额排名第一，其产品主要属于膳食营养补充剂，部分产品为保健食品，具有提高机体健康水平和降低疾病风险等功能性作用，因此具有更高的毛利率。

贝因美主要产品为婴幼儿配方奶粉，其受众群体主要为婴童，与英氏控股的消费群体存在较多重合，毛利率较为接近。消费者对婴幼儿产品的品质要求高，对价格敏感度相对较低，因此知名婴幼儿食品品牌掌握较多定价主动权，毛利率通常较高。但贝因美销售渠道结构中的总承销商、包销商及其他模式的毛利率较低且销售占比较高，拉低了其综合毛利率水平。

妙可蓝多的产品结构中，即食营养系列收入占比较高，该系列主要产品为奶酪棒，受众群体主要为儿童，与公司的食品类产品毛利率较为接近。但妙可蓝多产品结构中毛利率较低的家庭餐桌系列、餐饮工业系列以及其他产品拉低了其综合毛利率水平。

综上所述，英氏控股毛利率高于贝因美和妙可蓝多，低于汤臣倍健，具有合理性。

(2) 婴幼儿卫生用品同行业可比公司

报告期各期，公司婴幼儿卫生用品毛利率分别为 28.12%、35.61%、41.66%和 **43.77%**，与婴幼儿卫生用品同行业可比公司平均水平基本一致，不存在明显异于行业总体水平的情况。

百亚股份主营卫生巾及婴儿纸尿裤产品。报告期内，百亚股份的产品主要以高毛利率的卫生巾产品为主，整体毛利率水平较高；经营模式以自主品牌为核心，为实现产品的销售，投入了较多的销售费用进行品牌及渠道建设、维持销售团队等，产品定价较高，毛利率较高。

可靠股份主要产品包括婴儿护理用品、成人失禁用品和宠物卫生用品等，采用“ODM 和自主品牌双轮驱动”的发展模式，其中 ODM 业务产品主要是纸尿裤，定价时采取年度定价模式，通过市场谈判定价或成本加成方式定价，毛利率低；自主品牌产品主要为成人失禁用品，定价弹性较小，产品毛利率较低。

公司婴幼儿卫生用品主要为自主品牌的纸尿裤、成长裤等产品，**2022 年至 2024 年**，用品代加工业务规模有所下滑。报告期内，公司婴幼儿卫生用品毛利率与同行业可比公司产品的平均毛利率水平接近，毛利率差异系销售模式、销售产品的差异所致，存在商业合理性。

6. 其他披露事项

无。

7. 毛利率总体分析

报告期内，公司综合毛利率情况如下：

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率 (%)	收入占比 (%)	毛利率 (%)	收入占比 (%)	毛利率 (%)	收入占比 (%)	毛利率 (%)	收入占比 (%)
主营业务	58.68	99.78	57.38	99.75	57.81	99.81	55.10	99.69
其他业务	93.88	0.22	88.82	0.25	80.73	0.19	82.61	0.31
合计	58.76	100.00	57.46	100.00	57.85	100.00	55.18	100.00

报告期各期，综合毛利率分别为 55.18%、57.85%、57.46%和 **58.76%**，毛利率较高，主要受主营业务毛利率影响，与其变动趋势一致。

公司其他业务收入主要为废品废料销售收入等，毛利率均较高。

(四) 主要费用情况分析

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)
销售费用	39,693.63	35.07	72,112.67	36.53	60,245.51	34.26	45,411.02	35.04
管理费用	6,755.04	5.97	12,461.03	6.31	11,364.00	6.46	8,958.47	6.91
研发费用	805.15	0.71	1,714.83	0.87	921.24	0.52	552.98	0.43
财务费用	-61.31	-0.05	-368.94	-0.19	-747.89	-0.43	-391.98	-0.30
合计	47,192.51	41.70	85,919.59	43.52	71,782.85	40.82	54,530.49	42.07

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司期间费用分别为 54,530.49 万元、71,782.85 万元、85,919.59 万元和 47,192.51 万元，期间费用率分别为 42.07%、40.82%、43.52%和 41.70%。随着公司业务规模逐年扩大，期间费用同步增加，同时为了增强产品的知名度、提高市场占有率，增加了销售费用中推广类费用的投入。

1. 销售费用分析

(1) 销售费用构成情况

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
平台推广费	18,357.78	46.25	30,000.58	41.60	21,457.60	35.62	15,123.41	33.30
职工薪酬	5,766.74	14.53	11,241.62	15.59	10,367.04	17.21	9,614.04	21.17
平台使用费及佣金	5,909.63	14.89	11,170.61	15.49	8,113.33	13.47	4,648.52	10.24
业务宣传费	3,395.99	8.56	8,964.98	12.43	9,618.75	15.97	7,618.36	16.78
促销推广费	3,382.30	8.52	5,280.07	7.32	6,306.39	10.47	4,516.14	9.95
包裹耗材	1,158.56	2.92	2,109.08	2.92	1,840.37	3.05	1,644.99	3.62
直营合同费用	473.60	1.19	923.07	1.28	881.94	1.46	916.06	2.02
差旅费	465.11	1.17	981.26	1.36	798.66	1.33	605.86	1.33
办公会议费	93.21	0.23	258.06	0.36	279.20	0.46	162.05	0.36
劳务外包费	434.73	1.10	631.24	0.88	212.44	0.35	150.29	0.33
房屋租赁费	69.81	0.18	112.68	0.16	94.94	0.16	93.54	0.21
其他	186.18	0.47	439.42	0.61	274.84	0.46	317.78	0.70
合计	39,693.63	100.00	72,112.67	100.00	60,245.51	100.00	45,411.02	100.00

(2) 销售费用率与可比公司比较情况

公司名称	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度

汤臣倍健（%）	34.90	44.33	41.02	40.31
贝因美（%）	29.48	26.42	31.34	32.73
妙可蓝多（%）	17.37	19.03	23.18	25.24
百亚股份（%）	36.40	37.67	31.20	24.50
可靠股份（%）	11.20	11.31	9.20	8.02
平均数（%）	25.87	27.75	27.19	26.16
发行人（%）	35.07	36.53	34.26	35.04
原因、匹配性分析	注：1、同行业可比公司相关财务指标根据其公开定期报告、招股说明书相关财务数据计算； 2、财务指标计算公式：销售费用率=销售费用/营业收入。 报告期各期，公司销售费用率分别为 35.04%、34.26%、36.53%和 35.07%，处于同行业上市公司合理区间内。 作为国民辅食头部品牌，公司现处于快速发展阶段，新品研发与上市量增加，推广频次与力度增大；报告期内，公司充分利用线上线下多种推广方式进行产品及品牌的宣传，提高品牌知名度与市场影响力；此外，公司线上销售的占比较大，相应的推广类费用投入相对较大，拉高了整体销售费用率水平。			

(3) 科目具体情况及分析说明

公司销售费用主要由平台推广费、销售人员职工薪酬、平台使用费及佣金、业务宣传费、促销推广费用、包裹耗材等组成。报告期各期，公司销售费用分别为 45,411.02 万元、60,245.51 万元、72,112.67 万元和 **39,693.63 万元**，随着经营规模的扩大而增长。主要销售费用具体分析如下：

1) 平台推广费

公司平台推广费主要为在天猫、京东、抖音等电商平台使用万相台、京准通、巨量千川等推广工具产生的支出。

报告期各期，公司平台推广费分别为 15,123.41 万元、21,457.60 万元、30,000.58 万元和 **18,357.78 万元**，增速较快。由于互联网线上流量增速放缓，线上商家的促销推广竞争日趋激烈，促销推广成本有所上升；为保持在天猫等头部电商平台的曝光度以及强化品牌效应，公司丰富了推广的方式，加大对核心品类与新品类在各个平台的投入力度与广度；此外，公司积极布局抖音等电商平台。报告期内，公司平台推广费金额呈快速上升趋势，与线上收入增长趋势相同。

2) 职工薪酬

公司销售费用中的职工薪酬主要包括销售人员的工资、社保公积金、奖金和福利等。报

告期各期，公司销售人员职工薪酬分别为 9,614.04 万元、10,367.04 万元、11,241.62 万元和 **5,766.74 万元**，逐期增加。2023 年度，公司销售人员职工薪酬较上年上涨主要系公司业绩持续向好，销售人员奖励和薪酬水平提高。2024 年度，公司销售人员数量增加，职工薪酬总额相应增长。

3) 平台使用费及佣金

公司平台使用费及佣金主要为需支付给电商平台的淘客类佣金、平台扣点费和电商软件费等费用。其中淘客类佣金主要为平台按照成交额计费的淘宝客、京挑客等广告投放工具支出；平台扣点费主要为平台佣金、天猫返点积分、京东京豆等支出；电商软件费主要为向平台支付的软件使用费。

报告期各期，公司平台使用费及佣金分别为 4,648.52 万元、8,113.33 万元、11,170.61 万元和 **5,909.63 万元**，逐期增长，主要系公司线上渠道销售规模快速增长、抖音等平台的拓展以及推广力度的增加综合影响所致。

4) 业务宣传费

公司为加强品牌建设，提升影响力，主要通过合作代言、各类社交媒体平台以及楼宇广告等方式进行宣传与广告投放，面向全渠道全市场进行整体品牌宣传。

报告期各期，公司业务宣传费分别为 7,618.36 万元、9,618.75 万元、8,964.98 万元和 **3,395.99 万元**。2022 年度，公司为增强品牌曝光度，根据楼宇广告覆盖场景多、触达人群多、播放频次高等特点，与分众智媒广告有限公司等电梯媒体合作投放线下电梯广告。2023 年度，随着公司销售规模的增加与种草等推广活动的加大投放，业务宣传费同步增长。2024 年度，公司业务宣传费下降，主要系公司为针对目标人群进行更精准营销，减少了梯媒广告投入，增加了爱奇艺、腾讯等平台影视剧的广告投入。梯媒广告投入的降幅高于平台影视剧投入的增幅。

5) 促销推广费

报告期各期，公司促销推广费分别为 4,516.14 万元、6,306.39 万元、5,280.07 万元和 **3,382.30 万元**，主要为促销费、图文/视频设计制作费等费用。2023 年度，随着公司销售规模的增长，促销推广费大幅度增长；2024 年度，公司主要平台客户商务政策变化，促销推广费金额有所下降。

6) 包裹耗材费

报告期各期，公司包裹耗材费分别为 1,644.99 万元、1,840.37 万元、2,109.08 万元和 **1,158.56 万元**，主要包括打包箱、缠绕膜、气柱袋、胶带等包装费用，该项费用随着销售规模的增长而增长。

报告期各期，公司销售费用分别为 45,411.02 万元、60,245.51 万元和 72,112.67 万元和 39,693.63 万元，销售费用率分别为 35.04%、34.26%、36.53%和 35.07%，销售费用随收入规模扩大呈增长趋势，主要是由于①为提高各品牌知名度、覆盖受众人群更长的生命周期，报告期公司推出新的品牌与产品并加大了宣传推广力度，同时增加了在天猫、京东、抖音等主流电商平台的流量推广活动支出以及面向全渠道全市场的梯媒及其他方式的品牌宣传投放；②公司线上销售主要通过电商平台直接面向消费者，渠道让利较少，但平台服务与推广费用较高；同时随着网购用户增量趋于稳定，头部电商平台的商家竞争日趋激烈，推广成本有所提高；③报告期内，公司抖音、拼多多等平台的进入与开发成本较高。

报告期内，公司未取得发票的销售费用占总销售费用比重较小，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
未取得发票的销售费用	133.55	122.12	122.54	83.44
销售费用合计	39,693.63	72,112.67	60,245.51	45,411.02
未取得发票的销售费用占比	0.34%	0.17%	0.20%	0.18%

报告期内，无票销售费用的支付对象、支付内容、支付金额、未开票原因情况如下：

单位：万元

年度	支付对象	支付内容	支付金额	未开票原因
2025 年 1-6 月	电商平台	技术服务费	68.58	应收平台活动补贴中净额结算扣减的技术服务费，难以取得发票
	合作推广方	直播推广服务费	46.77	销量及销售金额较小，未及时取得
	个人消费者	平台营销互动费用	7.24	小额零星支出，难以取得发票
	个人消费者	日常售后费用	5.36	
	其他	其他	5.59	
	合计		133.55	
2024 年度	电商平台	技术服务费	76.31	应收平台活动补贴中净额结算扣减的技术服务费，难以取得发票
	合作推广方	直播推广服务费	36.85	销量及销售金额较小，未及时取得
	经销商	促销活动执行费	4.84	已终止合作
	个人消费者	平台营销互动费用	2.63	小额零星支出，难以取得发票
	个人消费者	日常售后费用	0.80	
	其他	其他	0.69	
	合计		122.12	

2023 年度	电商平台	技术服务费	72.86	应收平台活动补贴中净额结算扣减的技术服务费，难以取得发票
	合作推广方	直播推广服务费	27.71	销量及销售金额较小，未及时取得
	个人消费者	平台营销互动费用	14.67	小额零星支出，难以取得发票
	个人消费者	日常售后费用	6.52	
	其他	其他	0.78	
	合计		122.54	
2022 年度	电商平台	技术服务费	46.61	应收平台活动补贴中净额结算扣减的技术服务费，难以取得发票
	合作推广方	直播推广服务费	10.89	销量及销售金额较小，未及时取得
	个人消费者	平台营销互动费用	15.78	小额零星支出，难以取得发票
	个人消费者	日常售后费用	9.85	
	其他	其他	0.30	
	合计		83.44	

2. 管理费用分析

(1) 管理费用构成情况

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
职工薪酬	2,447.39	36.23	4,964.67	39.84	4,788.14	42.13	4,009.20	44.75
仓储服务费	1,706.12	25.26	3,238.09	25.99	2,851.03	25.09	2,357.40	26.31
折旧摊销	918.99	13.60	1,200.25	9.63	1,106.13	9.73	961.44	10.73
咨询服务费	795.76	11.78	1,017.91	8.17	1,350.68	11.89	571.79	6.38
水电燃气物业费	261.59	3.87	411.91	3.31	258.90	2.28	227.89	2.54
办公会议费	158.19	2.34	306.47	2.46	192.12	1.69	190.36	2.12
存货报废损失	144.59	2.14	243.50	1.95	101.37	0.89	153.81	1.72
业务招待费	88.21	1.31	221.91	1.78	233.66	2.06	184.40	2.06
差旅费	60.08	0.89	203.28	1.63	152.04	1.34	49.93	0.56
维修维护绿化费	38.33	0.57	136.61	1.10	66.58	0.59	62.21	0.69
交通及车辆使用费	17.11	0.25	50.56	0.41	46.01	0.40	42.73	0.48
其他	118.68	1.76	465.88	3.74	217.34	1.91	147.30	1.64
合计	6,755.04	100.00	12,461.03	100.00	11,364.00	100.00	8,958.47	100.00

(2) 管理费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
汤臣倍健（%）	6.35	8.15	5.25	4.97
贝因美（%）	6.56	7.54	7.91	6.79
妙可蓝多（%）	5.66	5.55	3.66	5.04
百亚股份（%）	2.36	3.59	3.36	3.84
可靠股份（%）	4.52	4.02	3.33	2.56
平均数（%）	5.09	5.77	4.70	4.64
发行人（%）	5.97	6.31	6.46	6.91
原因、匹配性分析	注：1、同行业可比公司相关财务指标根据其公开定期报告、招股说明书相关财务数据计算； 2、财务指标计算公式：管理费用率=管理费用/营业收入。 报告期各期，公司的管理费用率分别为 6.91%、6.46%、6.31%和 5.97%，略高于同行业可比公司平均水平，处于可比区间内。			

(3) 科目具体情况及分析说明

公司管理费用主要由管理人员薪酬、仓储服务费、折旧摊销、咨询服务费等组成。报告期各期，管理费用分别为 8,958.47 万元、11,364.00 万元、12,461.03 万元和 6,755.04 万元，随着经营规模的扩大稳步增长，主要管理费用具体分析如下： 1) 职工薪酬 报告期各期，公司管理人员薪酬总额分别为 4,009.20 万元、4,788.14 万元、4,964.67 万元和 2,447.39 万元。2022 年至 2024 年，公司管理人员薪酬总额增加，主要系业务规模扩大，管理人员数量增加所致。 2) 仓储服务费 报告期各期，公司仓储服务费分别为 2,357.40 万元、2,851.03 万元、3,238.09 万元和 1,706.12 万元。2022 年至 2024 年，公司仓储服务费整体呈上升趋势，主要系公司业务量增长，聘请的第三方仓储管理机构所提供的存货仓储和转运装卸等服务量提升。 3) 折旧摊销 报告期各期，公司计入管理费用的折旧摊销分别为 961.44 万元、1,106.13 万元、1,200.25 万元和 918.99 万元，逐期上升，主要系新租赁的苏州仓库、新增的浏阳生产基地土地和公司办公及电子设备等折旧摊销费用所致。 4) 咨询服务费

报告期各期，公司咨询服务费分别为 571.79 万元、1,350.68 万元、1,017.91 万元和 **795.76 万元**。2023 年，公司咨询服务费增长较大主要系公司申报新三板挂牌产生的中介机构服务费和信息系统运营维护等产生的费用。

3. 研发费用分析

(1) 研发费用构成情况

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
直接投入	192.97	23.97	622.14	36.28	142.07	15.42	121.44	21.96
职工薪酬	317.40	39.42	597.21	34.83	389.05	42.23	293.85	53.14
委外研发	157.98	19.62	177.62	10.36	123.85	13.44	-	-
差旅费	28.21	3.50	83.44	4.87	77.83	8.45	40.16	7.26
折旧摊销费	57.96	7.20	82.57	4.81	52.90	5.74	38.15	6.90
知识产权费	11.16	1.39	41.65	2.43	41.14	4.47	36.83	6.66
其他	39.47	4.90	110.19	6.43	94.40	10.25	22.55	4.08
合计	805.15	100.00	1,714.83	100.00	921.24	100.00	552.98	100.00

(2) 研发费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
汤臣倍健 (%)	0.86	2.17	1.91	2.02
贝因美 (%)	0.92	0.61	0.80	0.85
妙可蓝多 (%)	0.89	1.00	1.12	1.06
百亚股份 (%)	1.90	2.22	2.52	2.70
可靠股份 (%)	4.19	4.18	4.08	4.30
平均数 (%)	1.75	2.03	2.09	2.18
发行人 (%)	0.71	0.87	0.52	0.43

原因、匹配性分析	注：1、同行业可比公司相关财务指标根据其公开定期报告、招股说明书相关财务数据计算； 2、财务指标计算公式：研发费用率=研发费用/营业收入。 报告期各期，公司的研发费用率分别为 0.43%、0.52%、0.87%和 0.71%，与同行业可比公司相比处于较低水平，整体呈增长态势。 公司根据业务发展阶段和自身经营特点，合理安排研发活动。相对于同行业可比公司，公司现处于快速发展阶段，相关研发活动主要围绕核心产品婴幼儿辅食、婴幼儿卫生用品、儿童食品开展，并兼顾

	基础科学研究。报告期内，公司为巩固市场地位，完善依据“科学 5 阶精准喂养体系”开发的婴幼儿辅食产品所形成的立体化产品矩阵，加大了研发投入，研发费用率随之提升。 报告期内公司不断加大研发投入，各期研发费用金额分别为 552.98 万元、921.24 万元、1,714.83 万元和 805.15 万元，研发费用金额持续增长。

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期各期，公司研发费用分别为 552.98 万元、921.24 万元、1,714.83 万元和 805.15 万元，占营业收入的比例分别为 0.43%、0.52%、0.87%和 0.71%。公司重视研发工作，报告期内，公司研发费用金额整体呈增加趋势，主要系直接投入、研发人员薪酬和委外研发活动增加所致，具体分析如下： 公司研发费用中的直接投入主要为实施研究开发活动而实际发生的相关支出，报告期各期，公司研发直接投入金额分别为 121.44 万元、142.07 万元、622.14 万元和 192.97 万元。在“科学 5 阶精准喂养体系”的理念下，公司持续进行新产品、新工艺与新技术开发，不断对现有产品进行升级更新，加强与上游供应商的合作，产品开发验证工作的需求增多；此外，公司积极承接重大课题，研发直接投入增长。 报告期各期，公司研发人员职工薪酬分别为 293.85 万元、389.05 万元、597.21 万元和 317.40 万元。公司加强了研发团队的建设，引进了高学历、经验丰富的人员，研发人员数量逐年增长；提升了研发人员的薪酬水平以满足研发升级及新品开发的需要，研发人员薪酬总额有所提升。 公司积极与中国营养学会、中南林业科技大学、湖南中医药大学等科研院所及高校建立产学研合作研发关系，将委外研发作为自主研发的补充，以应对产品升级的需求，报告期内委外研发费增加。

4. 财务费用分析

(1) 财务费用构成情况

	单位：万元			
项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
利息费用	51.67	73.43	11.30	35.74
减：利息资本化	-	-	-	-
减：利息收入	114.59	453.87	766.43	453.77
汇兑损益	-3.66	-0.86	-3.41	-1.40

银行手续费	5.28	12.35	10.65	27.46
其他	-	-	-	-
合计	-61.31	-368.94	-747.89	-391.98

注：报告期各期，公司利息费用资本化金额分别为 0.00 万元、0.00 万元、65.82 万元和 0.00 万元，2024 年所发生利息费用资本化金额已计入相关的在建工程。

(2) 财务费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
汤臣倍健（%）	-0.27	-0.72	-0.59	-0.46
贝因美（%）	0.07	1.80	1.13	1.52
妙可蓝多（%）	1.21	1.04	0.63	-0.42
百亚股份（%）	-0.01	-0.06	-0.21	-0.23
可靠股份（%）	-1.04	-2.59	-2.63	-3.27
平均数（%）	-0.01	-0.11	-0.34	-0.57
发行人（%）	-0.05	-0.19	-0.43	-0.30
原因、匹配性分析	注：1、同行业可比公司相关财务指标根据其公开定期报告、招股说明书相关财务数据计算； 2、财务指标计算公式：财务费用率=财务费用/营业收入。 报告期各期，公司财务费用率分别为-0.30%、-0.43%、-0.19%和 -0.05%，与同行业可比上市公司相比处于正常水平。			

(3) 科目具体情况及分析说明

报告期各期，公司财务费用分别为-391.98 万元、-747.89 万元、-368.94 万元和-61.31 万元。2023 年度，公司银行存款余额增长，财务费用中利息收入较上年增长较大。2024 年和 2025 年 1-6 月，公司购买的银行理财产品增加，银行存款余额减少，利息收入减少。

5. 其他披露事项

无。

6. 主要费用情况总体分析

报告期各期，公司期间费用率分别为 42.07%、40.82%、43.52%和 41.07%，公司对期间费用管控较好，公司总体费用合理，与业务规模相匹配。

(五) 利润情况分析

1. 利润变动情况

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)
营业利润	20,151.17	17.81	27,756.25	14.06	28,408.98	16.16	15,414.83	11.89
营业外收入	24.04	0.02	157.93	0.08	171.23	0.10	63.81	0.05
营业外支出	8.76	0.01	104.91	0.05	152.97	0.09	38.77	0.03
利润总额	20,166.45	17.82	27,809.28	14.09	28,427.24	16.17	15,439.87	11.91
所得税费用	4,909.99	4.34	6,795.80	3.44	6,480.71	3.69	3,738.85	2.88
净利润	15,256.46	13.48	21,013.48	10.64	21,946.53	12.48	11,701.02	9.03

科目具体情况及分析说明：

公司利润主要来自营业利润，主营业务突出，营业外收支对公司净利润影响较小。报告期各期，公司营业利润分别为 15,414.83 万元、28,408.98 万元、27,756.25 万元和 20,151.17 万元，净利润分别为 11,701.02 万元、21,946.53 万元、21,013.48 万元和 15,256.46 万元。2023 年，公司营业利润和净利润较上年增长较大，主要系收入和毛利率的增长所致。2024 年，公司推广成本及推广力度增加导致的销售费用率上涨，以及受产品结构变动等因素导致的毛利率下降综合影响，营业利润和净利润较上年略有下降，具体变动分析详见本章节之“三、盈利情况分析”之“（三）毛利率分析”和“（四）主要费用情况分析”。

2. 营业外收入情况

√适用 □不适用

(1) 营业外收入明细

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
接受捐赠	-	-	-	-
政府补助	-	1.53	0.56	0.60
盘盈利得	-	-	-	-
科研合作补贴	-		49.35	
违约赔偿收入	24.04	149.09	116.54	37.11
无需支付的应付款项	0.001	4.62	1.08	22.41
其他	-	2.69	3.69	3.68
合计	24.04	157.93	171.23	63.81

(2) 科目具体情况及分析说明

报告期各期，公司营业外收入分别为 63.81 万元、171.23 万元、157.93 万元和 24.04 万元，占当期营业收入比例分别为 0.05%、0.10%、0.08%和 0.02%，占比较小，对公司盈利影

响较小。

3. 营业外支出情况

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
对外捐赠	4.87	38.96	43.55	0.50
滞纳金	3.89	61.93	75.55	
赔偿支出	-	0.30	6.63	26.40
罚款	-	0.81	1.20	0.53
资产报废损失	-	0.01	0.75	11.16
其他	0.00	2.90	25.30	0.18
合计	8.76	104.91	152.97	38.77

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司营业外支出分别为 38.77 万元、152.97 万元、104.91 万元和 8.76 万元，主要为公司对外捐赠及补缴前期税款滞纳金，金额较小。

4. 所得税费用情况

(1) 所得税费用表

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
当期所得税费用	4,904.79	6,545.86	6,163.36	5,643.63
递延所得税费用	5.20	249.93	317.34	-1,904.78
合计	4,909.99	6,795.80	6,480.71	3,738.85

(2) 会计利润与所得税费用调整过程

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
利润总额	20,166.45	27,809.28	28,427.24	15,439.87
按适用税率 25%计算的所得税费用	5,041.61	6,952.32	7,106.81	3,859.97
部分子公司适用不同税率的影响		-	-733.88	-52.41
调整以前期间所得税的影响		11.53	165.68	-
税收优惠的影响		-	-	-
非应税收入的纳税影响		-	-	-
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	50.28	83.83	123.28	108.40

使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响		-	-85.32	-
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	6.28	143.11	-	-52.81
研发支出加计扣除的影响	-188.17	-394.98	-95.86	-124.30
所得税费用	4,909.99	6,795.80	6,480.71	3,738.85

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司所得税费用分别为 3,738.85 万元、6,480.71 万元、6,795.80 万元和 4,909.99 万元，主要为当期所得税费用，与公司经营情况相匹配。

5. 其他披露事项

无。

6. 利润变动情况分析

报告期各期，公司营业利润分别为 15,414.83 万元、28,408.98 万元、27,756.25 万元和 20,151.17 万元，占各期营业收入的比例分别为 11.89%、16.16%、14.06%和 17.81%；公司净利润分别为 11,701.02 万元、21,946.53 万元、21,013.48 万元和 15,256.46 万元，占当期营业收入的比例分别为 9.03%、12.48%、10.64%和 13.48%。

公司营业利润、净利润的波动主要受营业收入、毛利率和期间费用率影响。公司坚持以婴幼儿辅食为主的发展战略，通过产品及技术创新持续提升品牌影响力、优化渠道建设，同时持续开发高附加值产品，采取加强渠道与终端价格管理、精益化生产等措施，2023 年，公司产品销售规模和销售毛利率水平快速提升；2024 年，受市场竞争压力和经营推广策略影响，营业利润和净利润水平较上年略有降低。报告期内，公司主要利润来源于日常经营业务产生的营业利润，营业外收支占比较低。

（六）研发投入分析

1. 研发投入构成明细情况

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
直接投入	192.97	622.14	142.07	121.44
职工薪酬	317.40	597.21	389.05	293.85
委外研发	157.98	177.62	123.85	-

差旅费	28.21	83.44	77.83	40.16
折旧摊销费	57.96	82.57	52.90	38.15
知识产权费	11.16	41.65	41.14	36.83
其他	39.47	110.19	94.40	22.55
合计	805.15	1,714.83	921.24	552.98
研发投入占营业收入的比例（%）	0.71	0.87	0.52	0.43
原因、匹配性分析	报告期各期，公司研发投入占营业收入的比例分别为 0.43%、0.52%、0.87%和 0.71%。公司重视技术研发和产品升级，为提高公司的核心竞争力和产品开发能力，完善依据“科学 5 阶精准喂养体系”开发的婴幼儿辅食产品所形成的立体化产品矩阵，报告期内公司研发投入逐期增加。			

科目具体情况及分析说明：

详见本招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“（四）主要费用情况分析”之“3、研发费用分析”。

2. 报告期内主要研发项目情况

报告期内，公司主要研发项目及投入情况如下：				
单位：万元				
项目名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
分阶升级项目及维生素研发项目	108.98	16.18	-	-
2025 米及米制品研发项目	95.56			
舒比奇产品开发升级项目	58.42	-	-	-
2025 米果及磨牙棒制品研发项目	47.48	-	-	-
2025 忆小口果蔬制品研发项目	42.28			
2025 面及面制品研发项目	41.57	-	-	-
2025 肉、蛋及其制品研发项目	41.24	-	-	-
舒比奇医敏特护级团标项目及产品认证	37.04	-	-	-
2025 饼干制品研发项目	32.05	-	-	-
2025 创新零食制品研发项目	30.54	-	-	-
2025 果蔬制品研发项目	27.72	-	-	-
2025 油脂及佐餐调味制品研发项目	21.62	-	-	-

婴幼儿营养辅食安全加工关键技术研究与示范项目	70.81	232.04	-	-
2024 饼干制品研发项目	-	183.62	-	-
2024 米及米制品研发项目	-	152.11	-	-
2024 面及面制品研发项目	-	138.29	-	-
2024 佐餐油及调味品产品开发项目	-	136.46	-	-
2024 创新零食研发项目	-	119.11	-	-
2024 果蔬制品研发项目	-	95.56	-	-
2024 肉制品研发项目	-	67.73	-	-
2024 爱上果蔬研发项目	-	58.95	-	-
婴幼儿发酵果泥菌株筛选与产品开发项目	6.22	58.01	68.85	-
敏感肌 2.0 与储备开发研发技术项目	-	57.83	63.33	-
2024 伟灵格营养品研发项目	-	51.28	-	-
婴幼儿米粉加工原料筛选及米粉理化和消化特性的比较研究项目	5.26	49.09	55.00	-
儿童健康食品研发项目	18.99	47.34	-	-
用品供应链成本优化项目	-	46.56	-	-
2024 爱上谷物研发项目	-	44.16	-	-
材料及工艺整合项目	-	34.92	-	-
2023 年应龙计划项目	-	-	174.60	-
2023 年忆小口项目	-	-	111.11	-
2023 年米粉精进 2.5 项目	-	-	93.84	-
2023 年青鸟计划项目	-	-	92.35	-
2023 年面类基础精进项目	-	-	76.67	-
2023 年营养品保健品项目	-	-	57.16	-
2023 年 OEM 产品开发技术项目	-	-	53.84	-
2022 年米粉分阶精进 2.0 项目	-	-	31.87	108.05
2022 年零食开发项目	-	-	-	179.20
2021 年辅食焕新升级总项目	-	-	-	77.11
2022 复合芯体设计优化项目	-	-	-	43.66
2022 材料科学设计优化项目	-	-	-	39.28
2022 成长裤产品力提质项目	-	-	-	33.03
其他	119.38	125.60	42.62	72.65
合计	805.15	1,714.83	921.24	552.98

3. 研发投入占营业收入比例与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
汤臣倍健（%）	0.86	2.17	1.91	2.02
贝因美（%）	0.92	0.61	0.80	0.99
妙可蓝多（%）	0.89	1.00	1.12	1.06
百亚股份（%）	1.90	2.22	2.52	2.70
可靠股份（%）	4.19	4.18	4.08	4.30
平均数（%）	1.75	2.03	2.09	2.21
发行人（%）	0.71	0.87	0.52	0.43

科目具体情况及分析说明：

报告期内，发行人研发投入占营业收入的比例低于同行业可比公司。除 2022 年贝因美研发投入有资本化外，其余同行业可比公司研发投入均在当期费用化。可比公司比较情况分析详见本招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“（四）主要费用情况分析”之“3、研发费用分析”之“（2）研发费用率与可比公司比较情况”。

4. 其他披露事项

无。

5. 研发投入总体分析

报告期各期，公司研发投入均在当期费用化，不存在资本化情形，公司研发投入与研发费用金额一致。公司研发投入总分析详见本招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“（四）主要费用情况分析”之“3、研发费用分析”。

（七）其他影响损益的科目分析

1. 投资收益

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
权益法核算的长期股权投资收益	-	-	-	-
处置长期股权投资产生的	-	-	-25.40	-

投资收益				
丧失控制权后，剩余股权按公允价值重新计量产生的利得	-	-	-	-
交易性金融资产在持有期间的投资收益	512.17	578.29	64.90	2.12
其他权益工具投资在持有期间取得的股利收入	-	-	-	-
债权投资在持有期间取得的利息收入	-	-	-	-
其他债权投资在持有期间取得的利息收入	-	-	-	-
处置交易性金融资产取得的投资收益	-	-	-	-
处置债权投资取得的投资收益	-	-	-	-
处置其他债权投资取得的投资收益	-	-	-	-
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	-	-	-	-
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	-	-	-	-
持有至到期投资在持有期间的投资收益	-	-	-	-
可供出售金融资产在持有期间的投资收益	-	-	-	-
处置可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	-	-
处置持有至到期投资取得的投资收益	-	-	-	-
其他	-			
合计	512.17	578.29	39.50	2.12

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司投资收益分别为 2.12 万元、39.50 万元、578.29 万元和 **512.17 万元**，主要为购买银行理财产品所形成的投资收益与 2023 年处置丹麦子公司形成的损益。公司投资收益金额较小，对盈利能力影响较小。

2. 公允价值变动收益

☐适用 ☒不适用

3. 其他收益

☒适用 ☐不适用

单位：万元

产生其他收益的来源	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
个税手续返还	11.12	15.99	9.45	20.08
政府补助	1,773.27	1,993.07	447.33	386.81
合计	1,784.39	2,009.07	456.79	406.89

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司的其他收益主要由个税手续返还和各类政府补助构成，2024 年和 2025 年 1-6 月，公司其他收益增长较多主要系浏阳生产基地项目获得浏阳经济开发区管理委员会产业发展扶持资金。

4. 信用减值损失

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
应收账款坏账损失	-68.39	-32.64	-214.32	-383.63
应收票据坏账损失	-	-	-	1.00
其他应收款坏账损失	-14.21	65.19	-23.41	-90.24
应收款项融资减值损失	-	-	-	-
长期应收款坏账损失	-	-	-	-
债权投资减值损失	-	-	-	-
其他债权投资减值损失	-	-	-	-
合同资产减值损失	-	-	-	-
财务担保合同减值	-	-	-	-
合计	-82.60	32.55	-237.73	-472.87

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司的信用减值损失分别为-472.87 万元、-237.73 万元、32.55 万元和-82.60 万元，金额较小，主要为应收账款坏账损失和其他应收款坏账损失，对经营业绩影响较小。

5. 资产减值损失

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
坏账损失	-	-	-	-
存货跌价损失	-56.60	-107.74	-47.12	-59.91
存货跌价损失及合同履约成本减值损失（新收入准则适用）	-	-	-	-
可供出售金融资产减值损失	-	-	-	-

持有至到期投资减值损失	-	-	-	-
长期股权投资减值损失	-	-	-	-
投资性房地产减值损失	-135.69	-	-	-
固定资产减值损失	-	-530.74	-	-41.78
在建工程减值损失	-	-	-	-
生产性生物资产减值损失	-	-	-	-
油气资产减值损失	-	-	-	-
无形资产减值损失	-	-	-	-
商誉减值损失	-	-	-	-
合同取得成本减值损失（新收入准则适用）	-	-	-	-
其他	-	-	-	-
合计	-192.29	-638.48	-47.12	-101.68

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司的资产减值损失分别为-101.68 万元、-47.12 万元、-638.48 万元和 -192.29 万元，主要为存货跌价损失与固定资产减值损失。2024 年资产减值损失波动较大，主要系子公司产能转移，机器设备和办公及电子设备等固定资产计提减值。报告期内，公司资产减值损失发生金额较小，不会对经营业绩产生重大影响。

6. 资产处置收益

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 1 月 —6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
划分为持有待售的非流动资产处置收益	-	-	-	-
其中：固定资产处置收益	-	-	-	-
无形资产处置收益	-	-	-	-
持有待售处置组处置收益	-	-	-	-
未划分为持有待售的非流动资产处置收益	0.56	0.34	0.43	0.37
其中：固定资产处置收益	0.56	0.34	0.43	0.37
无形资产处置收益	-	-	-	-
合计	0.56	0.34	0.43	0.37

科目具体情况及分析说明：

报告期内，公司资产处置收益发生金额较小。

7. 其他披露事项

无。

四、 现金流量分析

（一） 经营活动现金流量分析

1. 经营活动现金流量情况

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	124,088.71	216,592.62	193,894.69	140,656.99
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	5,757.73	10,463.47	7,264.80	3,393.52
经营活动现金流入小计	129,846.44	227,056.09	201,159.48	144,050.51
购买商品、接受劳务支付的现金	53,461.23	87,867.29	80,294.80	58,897.76
支付给职工以及为职工支付的现金	10,238.02	18,354.26	17,013.64	14,537.54
支付的各项税费	13,463.69	17,348.93	19,572.77	11,785.66
支付其他与经营活动有关的现金	39,228.69	74,246.61	58,474.49	38,250.66
经营活动现金流出小计	116,391.63	197,817.09	175,355.70	123,471.62
经营活动产生的现金流量净额	13,454.81	29,238.99	25,803.78	20,578.88

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 20,578.88 万元、25,803.78 万元、29,238.99 万元和 13,454.81 万元。经营活动现金流入主要来源于日常经营中销售商品、提供劳务收到的现金，即公司婴幼儿辅食、婴幼儿卫生用品等产品的销售收入；经营活动现金流出主要为购买商品、接受劳务支付的现金和支付其他与经营活动有关的现金，其中前者主要为公司委托生产产品、原材料、包装材料等采购支出，后者主要为各项期间费用支出与保证金等受限资金支出，与公司实际业务相符。

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额的增长趋势与公司业绩增长情况保持一致。公司日常经营活动良好，资金回收情况理想。

2. 收到的其他与经营活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
政府补助	1,752.55	3,046.73	479.06	383.28
利息收入	114.59	453.87	766.43	439.06
营业外收入	24.04	151.79	170.67	40.80
收到保证金等受	3,647.50	6,129.89	4,508.88	2,523.60

限资金				
多缴纳的所得税 退回			388.62	
其他款项	219.04	681.19	951.15	6.78
合计	5,757.73	10,463.47	7,264.80	3,393.52

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司收到的其他与经营活动有关的现金分别为 3,393.52 万元、7,264.80 万元、10,463.47 万元和 **5,757.73 万元**，主要为各期收到保证金等受限资金、政府补助以及利息收入，其中收到保证金等受限资金主要为收到公司开具银行承兑汇票保证金、第三方支付平台账户保证金。

3. 支付的其他与经营活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
违约金支出	3.89	63.04	83.38	27.11
支付保证金等受限资金	2,286.62	6,836.30	4,926.08	3,692.96
付现费用	36,938.17	67,347.28	53,465.03	34,530.59
合计	39,228.69	74,246.61	58,474.49	38,250.66

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司支付的其他与经营活动有关的现金分别为 38,250.66 万元、58,474.49 万元、74,246.61 万元和 **39,228.69 万元**，主要包括付现费用、支付保证金等。

4. 经营活动净现金流与净利润的匹配

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
净利润	15,256.46	21,013.48	21,946.53	11,701.02
加：资产减值准备	192.29	638.48	47.12	101.68
信用减值损失	82.60	-32.55	237.73	472.87
固定资产折旧、油气资产折旧、生产性生物资产折旧、投资性房地产折旧	1,783.05	1,868.22	1,670.34	1,661.31
使用权资产折旧	100.92	201.85	189.16	149.14
无形资产摊销	154.71	203.66	192.86	143.57
长期待摊费用摊销	238.89	367.27	385.30	362.78
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号	-0.56	-0.34	-0.43	-0.37

填列)				
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	-	0.01	0.75	11.16
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-	-	-	-
财务费用（收益以“-”号填列）	51.84	72.57	7.88	34.34
投资损失（收益以“-”号填列）	-512.17	-578.29	-39.50	-2.12
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	30.43	300.40	218.05	-1,867.50
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	-25.23	-50.46	99.29	-37.28
存货的减少（增加以“-”号填列）	-198.61	-1,254.69	651.23	-1,173.38
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-1,359.51	-3,471.29	-764.60	-1,281.17
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-2,364.88	9,939.10	926.43	10,230.11
其他	24.57	21.61	35.63	72.74
经营活动产生的现金流量净额	13,454.81	29,238.99	25,803.78	20,578.88

5. 其他披露事项

无。

6. 经营活动现金流量分析

报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 20,578.88 万元、25,803.78 万元、29,238.99 万元和 **13,454.81 万元**，占当期净利润比重分别为 175.87%、117.58%、139.14% 和 **88.19%**，公司经营活动产生的现金流量均为净流入，呈整体增长趋势，资金回收状况良好。

（1）销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入的匹配情况

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入的匹配情况如下所示：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入	113,170.86	197,433.38	175,831.70	129,605.21
销售商品、提供劳务收到的现金	124,088.71	216,592.62	193,894.69	140,656.99
销售商品、提供劳务收到的现金/营业收入	109.65%	109.70%	110.27%	108.53%

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金主要来源于营业收入，与营业收入的变动趋势保持一致。公司通过制定《英氏控股应收账款管理制度》，加强应收账款回款管理，保障经营现金流的供给。

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比重超过 100.00%主要系

增值税销项税的影响。				
(2) 购买商品、接受劳务支付的现金与营业成本的匹配情况				
报告期内，公司购买商品、接受劳务支付的现金与营业成本的匹配情况如下所示：				
单位：万元				
项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
购买商品、接受劳务支付的现金	53,461.23	87,867.29	80,294.80	58,897.76
营业成本	46,670.93	83,986.56	74,106.04	58,086.62
购买商品、接受劳务支付的现金/营业成本	114.55%	104.62%	108.35%	101.40%
报告期各期，公司购买商品、接受劳务支付的现金占营业成本的比例分别为 101.40%、108.35%、104.62%和 114.55%，变动幅度较小。公司购买商品、接受劳务支付的现金与营业成本变化相匹配。				
(3) 经营活动现金流与净利润的匹配性				
报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的差额情况如下：				
单位：万元				
项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经营活动产生的现金流量净额	13,454.81	29,238.99	25,803.78	20,578.88
净利润	15,256.46	21,013.48	21,946.53	11,701.02
差额	-1,801.65	8,225.52	3,857.25	8,877.87
报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的差额分别为 8,877.87 万元、3,857.25 万元、8,225.52 万元和-1,801.65 万元，与净利润存在一定差异，主要受经营性应收与应付项目、长期资产的折旧摊销以及存货影响，主要与公司的业务模式相关。随着公司经营业绩稳定增长，公司的销售回款情况与现金流情况较好，经营活动产生的现金流量净额较净利润高；2025 年 1-6 月，受部分供应商结算周期调整等影响，期末应付采购余额减少，经营活动产生的现金流量净额较净利润低。				

（二） 投资活动现金流量分析

1. 投资活动现金流量情况

单位：万元				
项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	110,100.00	198,800.00	43,610.00	2,000.00

取得投资收益收到的现金	512.17	578.29	64.90	2.12
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	1.08	0.38	0.50	24.59
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	110,613.25	199,378.67	43,675.39	2,026.71
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	4,593.14	14,624.01	5,651.89	5,255.15
投资支付的现金	123,200.00	224,810.00	51,600.00	3,000.00
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	127,793.14	239,434.01	57,251.89	8,255.15
投资活动产生的现金流量净额	-17,179.89	-40,055.33	-13,576.50	-6,228.44

科目具体情况及分析说明：

详见本节之“四、现金流量分析”之“（二）投资活动现金流量分析”之“5.投资活动现金流量分析”。

2. 收到的其他与投资活动有关的现金

☐适用 ☒不适用

3. 支付的其他与投资活动有关的现金

☐适用 ☒不适用

4. 其他披露事项

无。

5. 投资活动现金流量分析：

报告期各期，投资活动产生的现金流量净额分别为-6,228.44 万元、-13,576.50 万元、-40,055.33 万元和-17,179.89 万元。投资活动现金流入主要为赎回银行理财产品收到的现金，投资活动现金流出主要为英氏浏阳生产基地的土地使用权购买支出、工程建设支出以及公司购买银行理财产品的支出。

（三）筹资活动现金流量分析

1. 筹资活动现金流量情况

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	-	17,036.00
取得借款收到的现金	134.03	7,040.70	100.00	-
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	134.03	7,040.70	100.00	17,036.00
偿还债务支付的现金	13,431.73	-	100.00	5,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	3,449.82	4,118.48	2,000.48	32.16
支付其他与筹资活动有关的现金	107.01	231.86	215.45	272.73
筹资活动现金流出小计	16,988.56	4,350.34	2,315.93	5,304.89
筹资活动产生的现金流量净额	-16,854.53	2,690.35	-2,215.93	11,731.11

科目具体情况及分析说明：

详见本节之“四、现金流量分析”之“（三）筹资活动现金流量分析”之“5.筹资活动现金流量分析”。

2. 收到的其他与筹资活动有关的现金

☐适用 ☒不适用

3. 支付的其他与筹资活动有关的现金

☒适用 ☐不适用

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
支付的 IPO 中介费				141.51
支付的租金	107.01	231.86	215.45	131.22
合计	107.01	231.86	215.45	272.73

科目具体情况及分析说明：

报告期各期，公司支付的其他与筹资活动有关的现金分别为 272.73 万元、215.45 万元、231.86 万元和 107.01 万元，主要为支付的使用权资产租金以及 IPO 中介费用。

4. 其他披露事项

无。

5. 筹资活动现金流量分析:

报告期各期,公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 11,731.11 万元、-2,215.93 万元、2,690.35 万元和**-16,854.53 万元**。筹资活动现金流入主要为增资扩股收到的股东投资款、银行借款等;筹资活动现金流出主要为股利分红、偿还银行借款等。

2022 年度,公司筹资活动现金流入主要系收到投资机构的增资款 17,000.00 万元,筹资活动现金流出主要系偿还银行贷款本息 5,032.16 万元以及其他与筹资活动有关的现金中支付的使用权资产租金以及 IPO 中介费用;2023 年度,筹资活动产生的现金流量主要系股利分配支出资金 2,000.00 万元以及支付的使用权资产租金 215.45 万元;2024 年度,筹资活动产生的现金流量主要包括银行借款收到资金 7,040.70 万元,同时股利分配支出资金 4,000.00 万元以及支付的使用权资产租金 231.86 万元;**2025 年 1-6 月,筹资活动产生的现金流量主要包括偿还银行借款支付资金 13,431.73 万元,股利分配支出资金 3,400.08 万元以及支付的使用权资产租金 107.01 万元。**

五、 资本性支出

(一) 报告期内资本性支出情况

报告期内,公司发生的重大资本性支出主要为根据公司发展规划,用于扩大生产经营规模所需的生产基地建设、办公场所装修及相关设备支出等。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 5,255.15 万元、5,651.89 万元、14,624.01 万元和**4,593.14 万元**,2022 年主要为购买英氏浏阳生产基地土地使用权;2023 年、2024 年和**2025 年 1-6 月**主要为建设英氏浏阳生产基地的工程进度款及生产线设备款支出。公司报告期内的资本性支出均围绕主业进行,不存在跨行业投资的情况;公司经营状况良好,资本性支出未导致公司产生资金缺口。

(二) 未来可预见的重大资本性支出计划

截至本招股说明书签署日,公司未来可预见的重大资本性支出计划主要为本次公开发行股票募集资金拟投资项目,包括湖南英氏孕婴童产业基地(二期)创新中心建设项目、婴幼儿即食营养粥生产建设项目、产线提质改造项目、全链路数智化项目以及品牌建设与推广项目,本次募集资金拟投资项目属于公司主营业务范畴,具体情况详见本招股说明书“第九节 募集资金运用”。

六、 税项

(一) 主要税种及税率

税种	计税依据	税率			
		2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
增值税	销售收入、租赁收入	13%、9%、6%	13%、9%、6%	13%、9%、6%	13%、9%、6%
消费税	-	-	-	-	-
教育费附加	应缴流转税税额	3%	3%	3%	3%
城市维护建设税	应缴流转税税额	7%、5%	7%、5%	7%、5%	7%、5%
企业所得税	应纳税所得额	25%、20%	25%、20%	25%、22%、20%、16.5%、8.25%	25%、22%、20%、16.5%、8.25%
房产税	房产余值、房租收入	12%、1.2%	12%、1.2%	12%、1.2%	12%、1.2%
地方教育附加	应缴流转税税额	2%	2%	2%	2%

存在不同企业所得税税率纳税主体的说明：

√ 适用 □ 不适用

纳税主体名称	所得税税率			
	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
英氏控股集团股份有限公司	25%	25%	25%	25%
湖南英氏营养食品有限公司	25%	25%	25%	25%
湖南英氏乳业有限公司	25%	25%	25%	25%
江西枫树生态科技食品有限公司	20%	25%	25%	25%
湖南舒比奇生活用品有限公司	25%	25%	25%	25%
湖南伟灵格健康科技有限公司	20%	20%	20%	20%
长沙厚博文化传播有限公司	25%	25%	25%	25%
湖南斐灵格尔健康科技有限公司	/	/	20%	20%
湖南忆小口健康科学有限公司	20%	20%	20%	20%
Wellingo Nutrition Holding ApS	/	/	22%	22%
Wellingo Nutrition A/S	/	/	22%	22%
Wellingo Nutrition Limited	/	/	16.5%、8.25%	16.5%、8.25%
湖南英氏食品科技有限公司	25%	25%	/	/

具体情况及说明：

报告期内，公司部分子公司享受小微企业所得税优惠政策，所得税率为 20%；Wellingo

Nutrition Limited 系在中国香港注册成立，适用利得税税率为 16.5%，2018 年 4 月 1 日之后实施利得税二级制，利润总额小于 200 万港元的，适用利得税税率 8.25%；利润总额超过 200 万港元的，适用利得税税率 16.5%。Wellingo Nutrition Limited 在报告期内无生产经营活动，故不用缴纳利得税。Wellingo Nutrition Holding ApS 和 Wellingo Nutrition A/S 系在丹麦注册成立，适用的企业所得税率为 22%。2023 年，湖南斐灵格尔健康科技有限公司、Wellingo Nutrition Limited、Wellingo Nutrition Holding ApS 和 Wellingo Nutrition A/S 注销。湖南英氏食品科技有限公司系 2024 年 12 月新成立的孙公司，在 2024 年无生产经营活动，故不用缴纳所得税。

（二） 税收优惠

√适用 □不适用

（1）小微企业税收优惠

根据《财政部税务总局关于实施小微企业和个体工商户所得税优惠政策的公告》（财税〔2021〕12 号），自 2021 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税，再减半征收企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。2022 年，斐灵格尔符合上述优惠条件，享受所得税率为 20%；湖南忆小口和湖南伟灵格符合小型微利企业认定，但两家公司在 2022 年均处于亏损状态，故不用缴纳企业所得税。

根据《财政部税务总局关于进一步支持小微企业和个体工商户发展有关税费政策的公告》（财税〔2023〕12 号），自 2023 年 1 月 1 日至 2027 年 12 月 31 日对小型微利企业年应纳税所得额不超过 300 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳。2023 年，湖南忆小口、湖南伟灵格和斐灵格尔符合上述优惠条件，享受所得税率为 20%。2024 年，湖南忆小口和湖南伟灵格符合上述优惠条件，享受所得税率为 20%；**2025 年 1-6 月，除上述子公司外，子公司江西枫树符合上述优惠条件，享受所得税率为 20%。**上述子公司在 2023 年、2024 年**和 2025 年 1-6 月**均处于亏损或弥补亏损状态，故不用缴纳企业所得税。

（2）小微企业“六税两费”减免优惠

根据《财政部税务总局关于进一步实施小微企业“六税两费”减免政策的公告》（财税〔2022〕10 号）相关条例，自 2022 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，对增值税小规模纳税人、小型微利企业、个体工商户可以在 50%的税额幅度内减征资源税、城市维护建设税、房产税、城镇土地使用税、印花税（不含证券交易印花税）、耕地占用税和教育费附加、地

方教育附加。其中小型微利企业的判定以企业所得税年度汇算清缴结果为准，2022 年 1 月 1 日至 6 月 30 日期间，纳税人依据 2021 年办理 2020 年度汇算清缴的结果确定是否按照小型微利企业申报享受“六税两费”减免优惠。2022 年 1 月至 6 月江西枫树、湖南伟灵格和斐灵格尔依据 2021 年办理 2020 年度汇算清缴的结果确定属于小型微利企业，自行申报享受“六税两费”减免优惠，2022 年 7 月至 12 月湖南伟灵格、斐灵格尔依据 2022 年度办理 2021 年度汇算清缴的结果确定属于小型微利企业，自行申报享受“六税两费”减免优惠。湖南忆小口为 2022 年 3 月新设立企业，按规定登记为增值税一般纳税人，从事国家非限制和禁止行业，且同时符合申报期上月末从业人数不超过 300 人、资产总额不超过 5000 万元两项条件，按规定办理首次汇算清缴申报前，可按照小型微利企业申报享受“六税两费”减免优惠。

根据《财政部税务总局关于进一步支持小微企业和个体工商户发展有关税费政策的公告》（财税〔2023〕12 号）相关条例，自 2023 年 1 月 1 日至 2027 年 12 月 31 日，对增值税小规模纳税人、小型微利企业和个体工商户减半征收资源税（不含水资源税）、城市维护建设税、房产税、城镇土地使用税、印花税（不含证券交易印花税）、耕地占用税和教育费附加、地方教育附加。2023 年，湖南忆小口、湖南伟灵格和斐灵格尔适用小型微利企业申报享受“六税两费”减免优惠。2024 年，湖南忆小口、湖南伟灵格适用小型微利企业申报享受“六税两费”减免优惠。2025 年 1-6 月，湖南忆小口、湖南伟灵格和江西枫树适用小型微利企业申报享受“六税两费”减免优惠。

（3）房产税税收优惠

根据《湖南省房产税施行细则》（湘政发〔2003〕14 号）的规定，企业租给职工的住宅暂减征 50% 的房产税。报告期内，公司的房产编号为 F43010220180000747 的宿舍楼作为职工住房，房产余值依照 1.2% 的税率享受减半计缴优惠。

（4）研发费用加计扣除

根据《财政部税务总局关于进一步完善研发费用税前加计扣除政策的公告》（财税〔2021〕13 号）及《财政部税务总局关于进一步完善研发费用税前加计扣除政策的公告》（财税〔2023〕7 号）的规定，制造业企业开展研发活动中实际发生的研发费用，未形成无形资产计入当期损益的，在按规定据实扣除的基础上，自 2021 年 1 月 1 日起，再按照实际发生额的 100% 在税前加计扣除；形成无形资产的，自 2021 年 1 月 1 日起，按照无形资产成本的 200% 在税前摊销。报告期内，公司无形成无形资产的研发费用事项，因此均执行按照实际发生额的 100% 在税前加计扣除的税收优惠政策。

（三）其他披露事项

无。

七、 会计政策、估计变更及会计差错

（一） 会计政策变更

√适用 □不适用

1. 会计政策变更基本情况

单位：万元

期间/时点	会计政策变更的内容	审批程序	受影响的报表项目名称	原政策下的账面价值	新政策下的账面价值	影响金额
2022 年	《企业会计准则解释第 16 号》	国家统一会计制度要求，不涉及内部审批	详见具体情况及说明	-	-	-
2024 年	《企业会计准则解释第 17 号》	国家统一会计制度要求，不涉及内部审批	详见具体情况及说明	-	-	-
2024 年	《企业会计准则解释第 18 号》	国家统一会计制度要求，不涉及内部审批	详见具体情况及说明	-	-	-
2024 年	《企业数据资源相关会计处理暂行规定》	国家统一会计制度要求，不涉及内部审批	详见具体情况及说明	-	-	-

具体情况及说明：

（1）执行企业会计准则解释第 16 号

2022 年 11 月 30 日，财政部发布了《关于印发<企业会计准则解释第 16 号>的通知》（财会〔2022〕31 号）（以下简称“解释 16 号”），公司自颁布日开始采用解释 16 号中“关于发行方分类为权益工具的金融工具相关股利的所得税影响的会计处理”、“关于企业将以现金结算的股份支付修改为以权益结算的股份支付的会计处理”相关规定，根据累积影响数，调整财务报表相关项目金额。该项会计政策变更对报告期合并及母公司财务报表无影响。

公司按照解释 16 号的要求自 2022 年度提前执行“关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理”的相关规定，对 2022 年度财务报表中因适用本解释的单项交易而确认的租赁负债和使用权资产产生的应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异进行追溯调整。

（2）执行《企业数据资源相关会计处理暂行规定》

财政部于 2023 年 8 月 1 日发布了《企业数据资源相关会计处理暂行规定》（财会〔2023〕11 号），适用于符合企业会计准则相关规定确认为无形资产或存货等资产的数据资源，以及

企业合法拥有或控制的、预期会给企业带来经济利益的、但不满足资产确认条件而未予确认的数据资源的相关会计处理，并对数据资源的披露提出了具体要求。该规定自 2024 年 1 月 1 日起施行，企业应当采用未来适用法，该规定施行前已经费用化计入损益的数据资源相关支出不再调整。执行该规定对公司报告期内财务报表无影响。

（3）执行企业会计准则解释第 17 号

2023 年 10 月 25 日，财政部发布了《关于印发<企业会计准则解释第 17 号>的通知》（财会〔2023〕21 号）（以下简称“解释 17 号”），公司自 2024 年 1 月 1 日采用解释 17 号“关于流动负债与非流动负债的划分”规定、“关于供应商融资安排的披露”规定和“关于售后租回交易的会计处理”规定。执行解释 17 号的相关规定对公司报告期内财务报表无影响。

（4）执行企业会计准则解释第 18 号

2024 年 12 月 6 日，财政部发布了《关于印发<企业会计准则解释第 18 号>的通知》（财会〔2024〕24 号）（以下简称“解释 18 号”），公司自 2024 年 1 月 1 日采用解释 18 号“关于浮动收费法下作为基础项目持有的投资性房地产的后续计量”规定、“关于不属于单项履约义务的保证类质量保证的会计处理”规定。执行解释 18 号的相关规定对公司报告期内财务报表无影响。

除上述会计政策变更的情形外，在报告期内未发生其他会计政策变更的情形。

2. 首次执行新金融工具准则、新收入准则、新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

☒ 适用 ☐ 不适用

详见本节“七、会计政策、估计变更及会计差错”之“（一）会计政策变更”之“1、会计政策变更基本情况”部分。

（二） 会计估计变更

☐ 适用 ☒ 不适用

（三） 会计差错更正

☒ 适用 ☐ 不适用

1. 追溯重述法

☒ 适用 ☐ 不适用

单位：万元

期间	会计差错更正的内容	批准程序	受影响的各个比较期间报表项目名称	累积影响数

2022 年度	非研发人员及兼职研发人员薪酬从研发费用分类至管理费用	第四届董事会第五次会议、第四届监事会第五次审议通过	详见具体情况及说明	
2023 年度			详见具体情况及说明	
2023 年度	母公司根据减值迹象计提对亏损子公司长期股权投资减值准备	第四届董事会第五次会议、第四届监事会第五次审议通过	详见具体情况及说明	

具体情况及说明：

根据《企业会计准则第 28 号-会计政策、会计估计变更和差错更正》，并参照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 19 号-财务信息的更正及相关披露》及全国股转公司《全国中小企业股份转让系统挂牌公司持续监管指引第 5 号-财务信息更正》等相关规定，公司报告期内存在会计差错需进行更正，相关会计处理进行追溯调整。天职国际会计师事务所出具了《英氏控股集团股份有限公司前期会计差错更正专项说明》（天职业字[2024]43660 号），认为公司的前期会计差错更正专项说明符合相关规定，如实反映了公司前期会计差错更正情况。具体调整情况如下：

（1）非研发人员及兼职研发人员薪酬从研发费用分类至管理费用的会计差错更正

公司前期会计处理中存在错将非研发人员及兼职研发人员薪酬分类至研发费用科目列示情况，根据《企业会计准则》，针对研发费用和管理费用列报进行调整合并报表项目更正调整金额如下：

单位：万元

受影响财务报表科目	2023 年 12 月 31 日和 2023 年度调整金额	2022 年 12 月 31 日和 2022 年度调整金额
递延所得税资产	-35.26	-19.78
盈余公积	-9.47	-1.98
未分配利润	-25.80	-17.81
管理费用	59.46	49.70
研发费用	-59.46	-49.70
所得税费用	15.48	13.80
净利润	-15.48	-13.80

（2）母公司根据减值迹象计提对亏损子公司长期股权投资减值准备的会计差错更正

公司子公司湖南忆小口和湖南伟灵格 2023 年末净资产分别为-779.53 万元、-118.70 万元，2023 年度净利润分别为-817.31 万元、-54.71 万元，存在减值迹象，但公司未对相应的长期股权投资计提减值准备。

2023 年 12 月 31 日，根据亏损子公司的减值迹象，对母公司长期股权投资减值准备进

行重新测算复核，调整增加 2023 年 12 月 31 日母公司长期股权投资减值准备 59.40 万元，增加 2023 年 12 月 31 日资产减值损失金额 59.40 万元。该会计差错更正对报告期内合并报表无影响。

(3) 财务报表附注更正

因上述财务报表更正事项及附注填写过程中存在笔误导致信息记录错误对财务报告附注更正。

前期会计差错对比较期间财务报表主要数据的影响如下：

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日和 2023 年年度			
	调整前	影响数	调整后	影响比例
资产总计	110,080.95	-35.26	110,045.69	-0.03%
负债合计	31,936.29	-	31,936.29	-
未分配利润	37,248.12	-25.80	37,222.32	-0.07%
归属于母公司所有者权益合计	78,214.81	-35.26	78,179.55	-0.05%
少数股东权益	-70.16	-	-70.16	-
所有者权益合计	78,144.66	-35.26	78,109.39	-0.05%
营业收入	175,831.70	-	175,831.70	0.00%
净利润	21,962.01	-15.48	21,946.53	-0.07%
其中：归属于母公司所有者的净利润	22,035.56	-15.48	22,020.09	-0.07%
少数股东损益	-73.56	-	-73.56	-
项目	2022 年 12 月 31 日和 2022 年年度			
	调整前	影响数	调整后	影响比例
资产总计	85,772.03	-19.78	85,752.24	-0.02%
负债合计	27,654.40	-	27,654.40	-
未分配利润	18,652.73	-17.81	18,634.93	-0.10%
归属于母公司所有者权益合计	58,114.23	-19.78	58,094.44	-0.03%
少数股东权益	3.40	-	3.40	-
所有者权益合计	58,117.62	-19.78	58,097.84	-0.03%
营业收入	129,605.21	-	129,605.21	-
净利润	11,714.82	-13.80	11,701.02	-0.12%
其中：归属于母公司所有者的净利润	11,747.42	-13.80	11,733.62	-0.12%
少数股东损益	-32.60	-	-32.60	-

2. 未来适用法

☐适用 ☒不适用

八、 发行人资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

(一) 财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

☒适用 ☐不适用

1、会计师事务所的审阅意见

公司财务报告审计截止日为**2025年6月30日**，天职国际对公司**2025年9月30日**的合并及母公司资产负债表、**2025年1-9月**的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表以及财务报表附注进行了审阅，出具了《审阅报告》（天职业字[2025]41357号）。审阅意见如下：

“根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信该中期财务信息没有按照企业会计准则的规定编制，未能真实而公允地反映**英氏控股 2025年9月30日的合并及母公司财务状况以及 2025年1-9月的合并及母公司经营成果和现金流量。**”

2、发行人的专项声明

根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第2号》的规定，公司在招股说明书中补充披露了财务报告审计截止日后的财务信息及主要经营状况，提供并披露了未经审计的财务报表。

公司及全体董事、**董事会审计委员会委员**、高级管理人员保证公司**2025年1-9月**财务报表所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担个人及连带责任。公司单位负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人保证公司**2025年1-9月**财务报表真实、准确、完整。

3、财务报告审计截止日后主要财务信息

（1）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2025年 9月30日	2024年 12月31日	变动金额	变动比例
资产总额	147,774.51	148,528.51	-754.00	-0.51%
负债总额	35,828.10	53,384.03	-17,555.93	-32.89%
所有者权益	111,946.41	95,144.48	16,801.93	17.66%
归属于母公司所有者权益	112,103.39	95,260.78	16,842.61	17.68%

（2）合并利润表主要财务数据

单位：万元

项目	2025年 1-9月	2024年 1-9月	变动金额	变动比例
营业收入	167,784.70	144,990.21	22,794.49	15.72%
营业利润	26,485.91	24,930.82	1,555.09	6.24%
利润总额	26,536.85	25,049.93	1,486.92	5.94%

净利润	20,169.44	18,750.75	1,418.69	7.57%
归属于母公司所有者净利润	20,210.11	18,784.48	1,425.63	7.59%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者净利润	18,135.11	17,317.41	817.70	4.72%

(3) 合并现金流量表主要财务数据

单位：万元

项目	2025 年 1-9 月	2024 年 1-9 月	变动金额	变动比例
经营活动产生的现金流量净额	21,066.74	20,443.49	623.25	3.05%
投资活动产生的现金流量净额	-22,948.23	-35,009.57	12,061.34	-34.45%
筹资活动产生的现金流量净额	-16,908.03	-229.83	-16,678.20	7,256.80%

(4) 非经常性损益表主要财务数据

单位：万元

项目	2025 年 1-9 月
非流动资产处置损益	7.08
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）	1,967.40
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、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生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、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	714.09
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	23.00
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	50.94
其他符合非经常性损益定义的损益项目	11.12
小计	2,773.63
减：所得税影响额	693.34
少数股东权益影响额（税后）	5.29
非经常性损益净额	2,075.01

(5) 财务报表审计截止日后主要财务变动分析

1) 财务状况分析

截至 2025 年 9 月 30 日，公司资产负债状况总体良好，资产总额为 147,774.51 万元，负债总额为 35,828.10 万元，归属于母公司所有者权益为 112,103.39 万元。其中资产总额较上年末变动较小；负债总额较上年末减少 17,555.93 万元，主要系公司偿还银行借款，同时支付英氏浏阳生产基地的工程款导致其他应付款余额减少所致。

2) 经营成果分析

2025 年 1-9 月，公司营业收入 167,784.70 万元，较上年同期增长 15.72%，净利润 20,169.44 万元，较上年同期增长比例为 7.57%，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者净利润 18,135.11 万元，较上年同期增长 4.72%。公司坚持以自主品牌为主的发展战略，持续提升品牌影响力；通过创新开发新品类、拓展新渠道，销售规模持续提升；公司加强渠道与终端价格管理，有效提升了产品的竞争力水平；此外，公司进行精益化生产管理，持续降本增效。因此，公司收入及利润的变动与经营策略及发展趋势相匹配。

3) 现金流量分析

2025 年 1-9 月，公司经营现金流量净额为 21,066.74 万元，同比增长 623.25 万元，增长比例为 3.05%，主要系经营规模增长带来的经营活动现金流入流出净额增加，以及应交税费期初期末金额差异导致本期支付的各项税费金额增加的综合影响；投资活动产生的现金流量净额为-22,948.23 万元，同比变动 12,061.34 万元，主要系公司本期购买与赎回银行理财产品的现金流量净额较上年同期减少了 5,010.00 万元，同时英氏浏阳生产基地的主体建筑与主要设备已于 2024 年完工，本期支付长期资产款有所减少；筹资活动产生的现金流量净额为-16,908.03 万元，同比变动较大，主要系偿还银行借款所致。

4) 非经常性损益情况

2025 年 1-9 月，公司非经常性损益净额为 2,075.01 万元，主要为收到的政府补助以及银行理财产品持有期间取得的投资收益。

4、财务报告审计截止日后主要经营情况

公司财务报告审计截止日为 2025 年 6 月 30 日，财务报告审计截止日至本招股说明书签署日，公司经营情况稳定，主要经营模式未发生重大变化，主要客户和供应商的构成等其他可能影响投资者判断的重大事项等方面未发生重大变化，未发生对经营情况和未来经营业绩造成重大不利影响的事项。

5、经营业绩预计情况

2025 年度，公司全年经营业绩预计如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	变动幅度
营业收入	221,336.37-229,533.11	197,433.38	12.11%-16.26%
归属于母公司所有者的净利润	23,468.37-24,551.36	21,059.62	11.44%-16.58%
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润	20,968.79-21,818.47	19,049.66	10.07%-14.53%

注：表中 2025 年度数据为公司初步预计数据，未经发行人会计师审计或审阅，且不构成

成盈利预测或业绩承诺。

结合目前的订单情况、经营状况以及市场环境，发行人预计 2025 年度营业收入约为 221,336.37-229,533.11 万元，同比增长幅度约为 12.11%-16.26%，主要系下游需求增加以及公司产能扩大，公司业务规模增加；归属于母公司所有者的净利润约为 23,468.37-24,551.36 万元，同比增长幅度约为 11.44%-16.58%；归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润约为 20,968.79-21,818.47 万元，同比增长幅度约为 10.07%-14.53%。

（二） 重大期后事项

☐适用 ☒不适用

（三） 或有事项

☐适用 ☒不适用

（四） 其他重要事项

☐适用 ☒不适用

九、 滚存利润披露

☒适用 ☐不适用

2024 年 6 月 12 日，公司召开 2024 年第三次临时股东大会，审议通过《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市前滚存利润分配方案的议案》：公司在北京证券交易所上市前滚存利润由本次发行后的新老股东按发行后的持股比例共同享有。

第九节 募集资金运用

一、 募集资金概况

（一）募集资金投资项目基本情况

公司本次拟公开发行人民币普通股 1,308.9800 万股（含本数，未考虑超额配售选择权），或不超过 1,505.3270 万股（含本数，全额行使本次股票发行的超额配售选择权），公司将根据发行情况确定最终筹集资金数量，所募净额全部用于公司主营业务相关的项目。本次股票发行募集资金扣除发行费用后将投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	使用募集资金
1	湖南英氏孕婴童产业基地（二期）创新中心建设项目	7,169.43	7,169.43
2	婴幼儿即食营养粥生产建设项目	4,820.32	4,820.32
3	产线提质改造项目	7,281.49	7,281.49
4	全链路数智化项目	4,718.60	4,718.60
5	品牌建设与推广项目	9,405.80	9,405.80
合计		33,395.64	33,395.64

本次发行募集资金到位前，公司将根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，待募集资金到位之后，按照有关规定以募集资金置换先行投入资金。如本次发行实际募集资金（扣除发行费用后）不能满足上述项目资金需要，不足部分由公司自筹资金解决。如本次发行实际筹集资金净额超过上述项目资金需要，超出部分公司将按照相关法律、法规、规范性文件及证券监管部门的相关规定履行法定程序后使用。

公司本次募集资金投资项目为独立建设，不涉及与他人合作情形。募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理及其他法律、法规和规章的规定，项目实施后不会新增同业竞争，不会对发行人的独立性产生不利影响。

（二）募集资金专户存储安排

公司已根据相关法律法规制定《募集资金管理制度（北交所上市后适用）》，募集资金将按照公司建立的募集资金管理制度存放于募集资金专户集中管理。募集资金的使用、变更、管理与监督将根据公司募集资金管理制度进行。公司将根据实际经营活动及发展规划合理投入募集资金。

（三）董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

公司董事会对本次募集资金投资项目的可行性进行了审慎分析，认为本次募集资金投资

项目切实可行，符合国家产业政策，具有良好的市场前景。本次募集资金投资项目是在公司现有的业务基础上，对公司现有业务结构进行补充以及对业务规模进行扩大，与企业现有经营规模、管理能力、技术水平和财务状况等相匹配。

（四）募集资金投资项目实施后对公司独立性的影响

本次募集资金投资项目实施后，发行人不会与实际控制人控制的其他企业产生同业竞争，也不会对发行人的独立性产生不利影响。

（五）本次募集资金投资项目对公司主营业务发展的贡献、未来经营战略的影响

本次募集资金投资项目是在公司现有主营业务的基础上，结合国家产业政策和行业发展特点，以现有技术为依托实施的投资计划，通过募投项目的实施，有利于增强公司自产产品的生产能力，提升现有产品的生产工艺水平，进一步提升产线智能化水平，有利于进一步发挥公司技术、产品、客户、品牌和管理资源优势，切实增强公司市场竞争能力、可持续发展能力和抵抗市场变化风险的能力。

募投项目的实施不会改变公司现有的生产经营和商业模式，将会大大提高公司的持续盈利能力和整体竞争力。

二、 募集资金运用情况

（一）湖南英氏孕婴童产业基地（二期）创新中心建设项目

1、项目概况

本项目的实施主体是英氏控股。本项目拟建设总部基地及内容营销中心，改善公司办公环境，提升整体品牌形象，同时强化多元化营销体系的建设，增强盈利能力，推动未来可持续发展。

2、投资概算

本项目预计投资总额为 7,169.43 万元，其中建筑工程费 5,970.00 万元，工程建设其他费用 519.39 万元，设备购置安装费 680.04 万元。本项目总投资情况如下：

单位：万元

序号	项目	项目资金	占比
1	建筑工程费	5,970.00	83.27%
2	工程建设其它费用	519.39	7.24%
3	设备购置安装费	680.04	9.49%
合计	项目总投资	7,169.43	100.00%

其中，拟购置的设备明细及细项价格如下：

单位：万元

序号	设备明细	单价	数量	金额
1	直播间设备	20	32	640.00
2	拍摄间设备（多个三脚架、摄影灯、灯架、灯罩等）	-	-	7.66
3	安装费用	32.38	-	32.38
合计		-	-	680.04

3、项目实施的必要性

（1）提升整体品牌形象，改善公司办公环境

公司现有总部基地建设较早，办公场地较为拥挤，较难适配公司业务规模的快速增长，新建总部基地是提升品牌形象、提高员工人均办公面积的现实需求。本项目拟新建总部基地及内容营销中心，使其承担行政办公、营销、展示等综合功能，一方面通过设立技术和产品展示中心，向客户进行综合性、全面性的产品展示和讲解，提升整体品牌形象；另一方面将直接提高员工人均办公面积，改善办公环境，提高营运效率。

（2）吸引和稳定人才队伍，保障公司可持续发展

公司希望进一步完善人才培养、引进和激励机制，以优秀的企业文化、良好的工作环境和富于竞争力的薪酬体系吸引、留住人才，建立能够适应现代化企业发展的高水平人才队伍。公司现有办公场所较为拥挤，本项目的实施将为公司提供稳定、宽松、良好的办公场地，为未来可持续发展奠定坚实的基础，满足公司中长期战略规划的需要。

（3）把握线上渠道发展机遇，提升公司盈利能力

近年来，随着社交媒体平台的快速发展以及网络购物用户规模的不断增长，线上销售渠道能够实现商家与终端客户的双向沟通，已成为众多企业进行品牌、产品宣传的重要途径。在此背景下，公司适时把握线上渠道快速发展的市场契机，通过本项目的实施，新建总部内容营销中心，进一步强化多元化营销体系建设，借助线上销售渠道减少营销环节，提升对终端消费者的触达能力，增强公司盈利能力。

4、项目实施的可行性

（1）公司积累了丰富的营销渠道拓展和管理经验

自成立以来，公司高度重视营销团队的建设，营销中心及各部门团队分工明确、相互协作，高效完成各产品的宣传、推广和销售工作，积累了丰富的产品销售和推广经验，形成了一定的区域优势和品牌影响力。公司长期以来逐步布局自有线上营销渠道的建设，积累了丰富的线上营销运营经验，通过优化运营，抖音、快手等线上平台营收实现了快速增长。成熟的市场拓展和运营经验、强大的后台支持体系、良好的品牌形象，为本项目的顺利实施奠定

了良好基础。

(2) 公司建立了完善的企业管理制度

目前，公司按照内部控制环境、风险识别与防范、控制活动、检查与评价等内部控制要素建立了适应公司当前业务现状和发展阶段的内部控制体系，形成了权责明确、相互制衡、科学规范的决策体系和制度框架，能够支撑本次募集资金投资项目的实施与运营。

5、项目组织方式及实施进展

本项目建设期为 18 个月，项目实施进度计划如下：

序号	内容	T+1		T+2	
		Q1-Q2	Q3-Q4	Q1	Q2
1	土建工程				
2	设备购置安装				
3	人员调动、招募及培训				
4	试运行、竣工验收				

6、项目备案、土地及审批情况

湖南英氏孕婴童产业基地（二期）创新中心建设项目已取得长沙高新技术产业开发区隆平高科技园管理委员会下发的《企业投资项目备案告知承诺信息表》（备案编号：隆投备（2025）21 号）。本项目将在公司自有土地上实施，项目建设地点为湖南省长沙市芙蓉区隆平高科技园隆园五路六号，公司已就项目用地取得国有建设用地使用权。

(二) 婴幼儿即食营养粥生产建设项目

1、项目概况

本项目的实施主体是发行人全资子公司英氏营养。本项目拟购置前处理、蒸煮、灌装及其他配套设备，用于构建公司婴幼儿即食营养粥产品的规模化生产能力，丰富辅食产品体系。本项目的实施将有效提升婴幼儿即食营养粥产品生产能力，优化现有产品结构，进一步增强公司综合盈利能力。

2、投资概算

本项目预计投资总额为 4,820.32 万元，其中建筑工程费 1,000.00 万元，工程建设其他费用 96.00 万元，设备购置安装费 3,570.00 万元，铺底流动资金 154.32 万元。本项目总投资情况如下：

单位：万元

序号	经济指标	项目资金	占比

一	建设投资	4,666.00	96.80%
1	建筑工程费	1,000.00	20.75%
2	工程建设其他费用	96.00	1.99%
3	设备购置安装费	3,570.00	74.06%
二	铺底流动资金	154.32	3.20%
合计	项目总投资	4,820.32	100.00%

其中，拟购置的设备明细及细项价格如下：

单位：万元

序号	设备名称	单价	数量	金额
1	前处理车间设备（由多个用于肉处理的设备组成）	-	5	65.00
2	前处理车间设备（由多个用于蔬果处理的设备组成）	-	7	79.00
3	蒸煮车间设备（列示单价 50 万元以上设备）			
(1)	蒸煮锅	-	3	189.00
(2)	原位就地清洗系统	167.00	1	167.00
(3)	阀门、泵、板片	223.00	2	446.00
(4)	其他设备	-	12	296.00
小计		-	18	1,098.00
4	灌装设备			
(1)	灌装机	-	4	286.00
(2)	杀菌釜	89.00	4	356.00
(3)	检测机	76.00	4	304.00
(4)	输送线	56.00	4	224.00
小计		-	16	1,170.00
5	其他配套设施			
(1)	低压配电室	134.00	1	134.00
(2)	工艺冷却系统	158.00	1	158.00
(3)	蒸汽管线及阀组	91.00	1	91.00
(4)	空压制氮系统	76.00	1	76.00
(5)	二级反渗透过滤水系统	111.00	1	111.00
(6)	能源耗用自动计量装置	95.00	1	95.00
(7)	生产工艺投料防错系统	67.00	1	67.00
(8)	电气材料、电气设计、自动化人工	-	-	256.00
小计		-	-	988.00
6	安装费用	170.00	-	170.00
合计		-	-	3,570.00

3、项目实施的必要性

(1) 建设自有产线，发挥规模优势

近年来，随着生活水平的提高、消费观念的改变以及生育政策的逐步放宽，我国婴幼儿辅食产业逐步进入快速发展时期。公司积极把握市场发展机遇，持续推进婴幼儿辅食产品的研发，已成功开发出快冲粥、即食粥等粥类产品，其中，快冲粥报告期内已实现自主生产，

但受场地有限、设备不足等因素的影响，即食粥报告期内均委外生产。相比委外生产模式，自建产线虽然初期投入较大，但随着生产规模扩大和生产效率提高，效益将逐步凸显；同时，自建产线能够使公司更好地掌握生产技术和工艺流程，为未来的技术创新和产业升级奠定基础。本项目拟通过自建婴幼儿即食营养粥产线，充分发挥自有产线的规模化生产优势，提升公司盈利能力。

（2）加强产品质量管控，满足辅食产品高品质要求

相对于普通食品，婴幼儿辅食具有更为严格的质量标准和生产环境要求，新一代父母群体对于产品的健康、营养及安全方面的关注度也逐渐提升。公司有必要建设自有产线，引进自动化生产设备，严格执行产品质量控制标准，从原料处理、生产、检测、包装等各个环节保障产品的质量安全，满足消费者对婴幼儿辅食日益增长的品质要求。

（3）加快新品布局，丰富产品品类，提升盈利能力

随着科学育儿观念的不断普及，父母群体对婴幼儿辅食的需求呈现多样化的发展趋势，婴幼儿辅食市场从传统的米粉、面条等基础品类，逐渐扩展到肉制品、果蔬泥、饼干、即食粥等多元化产品。在此背景下，公司紧跟市场需求的变化趋势，在巩固现有产品体系的基础上，开发婴幼儿即食营养粥等品类，依托技术和工艺积累、营销渠道优势和品牌基础，实现产品种类的拓展。本项目的实施，有利于丰富公司辅食产品品类，加快新产品的市场布局，构筑先发优势，提升公司市场竞争力和综合盈利能力。

4、项目实施的可行性

（1）婴幼儿辅食市场潜力巨大为项目奠定良好的市场基础

在辅食市场较发达的国家，婴幼儿辅食的渗透率普遍已达到 70%-80%，而 2024 年中国婴幼儿辅食渗透率仅为 38%，潜在市场空间巨大。根据 CIC 灼识咨询出具的《全球及中国婴幼儿辅食行业蓝皮书》，中国婴幼儿辅食市场处于早期的高速发展阶段，2024 年市场规模约 559.1 亿元人民币，2019-2024 年复合年均增长率为 8.9%。未来，随着辅食类市场教育持续渗透、科学育儿理念深入以及婴幼儿零辅食产品的优化，市场渗透率存在较大提升空间，我国婴幼儿辅食产业市场规模有望持续增加。

（2）公司具备即食营养粥的主要技术确保项目投产落地

公司掌握了“婴童食品感官智能评测技术体系”“婴童食品多维度协同锁鲜与品质稳态化集成技术”“婴幼儿辅食营养素全流程多维协同稳定控制创新制造技术”和“婴幼儿即食粥创新包装开发与质构调控技术”等重要技术，能够对即食营养粥产品进行锁鲜，保障产品营养素稳定，确保产品的品质、质构、适口性等符合婴幼儿生长发育特征。

（3）全过程质量控制体系保障项目产品质量优势

公司已建立覆盖原材料采购、生产制造、实验检测等各个环节的全过程品质管理体系，以多维度措施确保产品质量，严防食品安全风险。公司取得了 ISO22000 食品安全管理体系认证、ISO9001 质量管理体系认证、BRC 食品安全全球标准认证、IFS 国际食品标准认证、有机产品认证等多项认证，安全品质管理水平达到国际领先地位，并配备了十万级 GMP 洁净车间。公司婴幼儿辅食实验室通过中国合格评定国家认可委员会（CNAS）验证，可自主完成多项重要理化指标检测。此外，公司通过构建婴幼儿辅食的溯源系统，将产品生产信息、生产批次、成品质检合格报告、物流信息等通过溯源系统呈现给终端客户，实现产品在生产、流通、销售等环节全程监管，切实有效地保障公司的食品安全。

5、项目组织方式及实施进展

本项目建设期为 18 个月，项目实施进度计划如下：

序号	项目	T+1				T+2	
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
1	厂房装修						
2	设备采购与安装						
3	人员调动、招募及培训						
4	产品研发						
5	投产运行						

6、项目备案、土地及审批情况

婴幼儿即食营养粥生产建设项目已取得浏阳经济技术开发区管理委员会下发的《企业投资项目备案告知承诺信息表》（备案编号：LJK2025056），已取得长沙市生态环境局下发的《关于婴幼儿即食营养粥生产建设项目环境影响报告表的批复》（长环评〔浏经开〕〔2025〕9 号）。本项目将在公司自有土地上实施，项目建设地点为湖南省浏阳市柳冲路 16 号，公司已就项目用地取得国有建设用地使用权。

（三）产线提质改造项目

1、项目概况

本项目分为两个子项目，其中米粉产线提质改造项目的实施主体是发行人全资子公司英氏营养，舒比奇纸尿裤产线提质改造项目的实施主体是英氏控股。公司生产基地建厂较早，现有产线设备成新率不断降低，为满足公司快速发展的需求，本项目拟引进新装备，采用新技术，改造现有生产线，并合理规划车间布局，提高智能制造水平和生产效率，进一步优化产品品质。

2、投资概算

本项目预计投资总额为 7,281.49 万元，其中硬件设备投资 7,153.17 万元，软件工具投资 128.32 万元。本项目总投资情况如下：

单位：万元

序号	项目	项目资金	占比
1	硬件设备投资	7,153.17	98.24%
2	软件工具投资	128.32	1.76%
合计	项目总投资	7,281.49	100.00%

拟购置的软硬件设备明细及细项价格如下：

单位：万元

序号	设备名称	单价	数量	金额
1	舒比奇技改设备			
(1)	拉拉裤产线装置	1,816.00	1	1,816.00
(2)	尿裤产线装置	1,300.00	1	1,300.00
小计		-	2	3,116.00
2	米粉产线酶解升级设备（列示单价 50 万元以上设备）			
(1)	干粉调浆+米浆混合	75.00	2	150.00
(2)	灭酶降温	70.00	2	140.00
(3)	洁净蒸汽发生器	150.00	1	150.00
(4)	电气自动化	70.00	1	70.00
(5)	辅料添加工艺设备装置	50.00	1	50.00
(6)	其他设备及工程材料和安装费用	-	15	440.00
小计		-	22	1,000.00
3	米粉新包装线设备			
(1)	智能听装柔性生产系统			
①	机器人卸垛及栈板出入库系统	101.10	1	101.10
②	空罐杀菌、吹扫、检测系统	102.00	1	102.00
③	铁盖供给系统	82.30	1	82.30
④	充填系统	256.40	1	256.40
⑤	封罐系统	322.80	1	322.80
⑥	压盖系统	263.60	1	263.60
⑦	装箱码垛系统	196.80	1	196.80
⑧	负压和除尘系统	75.00	1	75.00
(2)	半成品投送及混合系统（列示单价 50 万元以上设备）			
①	干混机及其料仓装置	105.00	1	105.00
②	其他设备及安装费用	-	4	95.00
(3)	金属检测机	14.00	1	14.00
(4)	听罐卷封及装箱视觉检测装置	36.00	1	36.00
(5)	产线赋码与采集系统	80.00	1	80.00
小计		-	16	1,730.00
4	智能仓储设备			
(1)	货架部分（列示投资金额 50 万元以上设备）			

①	货架	0.04	6000	230.97
②	其他配套设备及安装费用	-	-	61.15
(2)	托盘四向穿梭车（列示投资金额 50 万元以上设备）			
①	四向穿梭车	9.56	20	191.15
②	其他配套设备及安装费用	-	-	39.18
(3)	托盘提升机及输送线系统（列示投资金额 50 万元以上设备）			
①	托盘提升机	14.92	6	89.54
②	密集库定制托盘	0.02	12000	217.70
③	电动叉车	19.47	4	77.88
④	其他配套设备及安装费用	-	-	141.62
(4)	托盘 AGV 部分（列示投资金额 50 万元以上设备）			
①	AGV	3.10	40	123.89
②	其他配套设备及安装费用	-	-	27.91
(5)	软件系统	57.52	1	57.52
(6)	信息硬件部分	-	-	61.93
(7)	软件系统集成	70.80	1	70.80
(8)	维保费	44.25	1	44.25
小计		-	-	1,435.49
合计		-	-	7,281.49

3、项目实施的必要性

（1）米粉产线提质改造项目必要性

①优化生产工艺，提升米粉产品附加值

酶解是米粉产品重要的生产工序之一，与传统酶解工艺相比，分阶段酶解技术能够精准控制酶解过程，使产品品质更稳定，能够获得酶解度更好、冲调特性更好的产品。本项目拟对米粉产线进行技术升级，通过引进先进的酶解产线和配套包装线设备，进一步优化产品生产工艺，充分发挥分阶段酶解工艺优势，提升婴幼儿米粉产品附加值。

②提升米粉产线精益制造能力，满足产品高质量高品质需求

相对于普通食品，婴幼儿食品具有更为严格的质量标准和生产环境要求，因此，公司须适时加大生产平台的投入，注重产品质量安全和品质提升，才能在日趋激烈的市场竞争中保持竞争优势。本项目将加大自动化设备的投入，提高生产环节自动化、智能化水平，满足消费者对婴幼儿米粉产品日益增长的高品质要求。

③提升仓储物流效率，满足快速增长的业务需求

随着公司业务规模的扩大，现有仓储物流配套设施和服务能力有待提升，以满足产品库存、配送需求，提升订单处理能力。本项目将引入专业的智能仓储设备设施和仓储管理软件，提升仓储自动化、智能化水平，充分利用配送中心的有限空间，提高仓储场所的运营效率，

实现产品出入库的智能化管理，满足公司日益增长的业务需求。

（2）舒比奇纸尿裤产线提质改造项目必要性

①提升纸尿裤产线自动化和智能化水平，有效降低生产成本

由于公司纸尿裤产线建设较早，设备成新率较低，存在自动化水平较低和人力成本较高等缺点，随着婴幼儿卫生用品订单量的增加，公司需要完善生产条件、提升工艺水平，以保障交货能力，满足订单需求。本项目拟引进纸尿裤全套产线及附属装置，从原料处理、生产、检测、包装等各个环节提升自动化、智能化水平，提升生产效率和精益制造能力，降低生产成本，为未来公司纸尿裤业务规模的扩大提供良好的硬件基础。

②优化生产工艺，提升产品质量和性能

消费者对高品质婴幼儿纸尿裤产品的消费意愿提升，推动婴幼儿纸尿裤向中高端化方向发展。为了巩固和提升公司在婴幼儿纸尿裤领域的行业地位，公司须加强生产制造平台的建设、优化，注重产品品质提升。本项目通过引进纸尿裤全套产线及附属装置，进一步优化生产工艺，有利于构建更为严格的产品质量控制标准，有效提升产品质量和性能。

4、项目建设的可行性

（1）项目的实施符合国家产业政策导向

近年来，我国先后出台一系列政策，支持母婴产业进行产品创新和技术升级。2022 年 6 月，工信部等四部委出台《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》，提出围绕健康、育幼、养老等迫切需求，大力发展功能食品、化妆品、休闲健身产品、婴童用品、适老化轻工产品等，支持家用电器、家具、皮革、五金制品、玩具和婴童用品等行业设计创新。2023 年 12 月，工信部等八部委发布《关于加快传统制造业转型升级的指导意见》，明确指出要聚焦消费升级需求和薄弱环节，大力开发智能家居、绿色建材、工艺美术、老年用品、婴童用品等领域新产品。国家产业政策的支持和引导为本项目的实施奠定了良好的政策基础。

（2）公司积累了丰富的技术改造经验

在多年的生产经营过程中，公司持续优化生产管理流程、改良生产工艺、升级生产设备，严格按照国家及行业标准建立了一套覆盖原材料采购、生产制造、产成品检测的完善质量管理体系，积累了丰富的生产管理和技术改造经验。本次产线提质改造项目是公司在现有产线的基础上进行的自动化、智能化升级，公司多年积累的生产管理和技术改造经验，将为本项目的实施提供良好的经验基础，有利于将拟引进的先进设备快速应用到产线建设，转化为实际生产力。

（3）公司组建了经验丰富的生产运营管理团队

公司在婴幼儿辅食和卫生用品制造领域深耕多年，已培养和储备了一批具有丰富的行业管理、生产运营经验的管理团队。公司生产运营管理团队人员稳定，人才结构合理，对公司的发展理念、公司文化和价值观高度认同，参与了现有技术和产品体系的构建、未来发展战略的制定，对行业发展趋势具有前瞻性，能够在产线流程改进、生产效率提升、产品质量保障等方面做出有利于公司发展的决策，是本项目成功实施的重要基础。

5、项目组织方式及实施进展

本项目建设期为 32 个月，项目实施进度计划如下：

序号	项目	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32
1	可行性研究																
2	设备、软件购置 安装																
3	人员招聘培训																
4	试运行																

6、项目备案、土地及审批情况

米粉产线提质改造项目已取得浏阳经济技术开发区管理委员会下发的《企业投资项目备案告知承诺信息表》（备案编号：LJK2025094）；舒比奇纸尿裤产线提质改造项目已取得长沙高新技术产业开发区隆平高科技园管理委员会《企业投资项目备案告知承诺信息表》（备案编号：隆投备〔2025〕20 号）。项目均将在公司自有土地上实施，公司已就项目用地取得国有建设用地使用权。米粉产线提质改造项目建设地点为湖南省浏阳市柳冲路 16 号，舒比奇纸尿裤产线提质改造项目的建设地点为湖南省长沙市芙蓉区隆平高科技园隆园五路六号。

（四）全链路数智化项目

1、项目概况

本项目的实施主体是发行人全资子公司长沙厚博。本项目将对现有的信息化管理系统进行升级和改造，构建覆盖财务、采购、生产、销售、研发等各个业务环节的全流程信息化管理系统，从而为业务发展和高效管理赋能，进一步增强公司核心竞争力。

2、投资概算

本项目计划投资总额为 4,718.60 万元，其中，硬件设备购置费用 1,646.60 万元，软件购置费 3,072.00 万元。项目主要经济技术指标如下：

单位：万元			
序号	项目	项目资金	占比
1	硬件设备投资	1,646.60	34.90%

2	软件工具投资	3,072.00	65.10%
合计	项目总投资	4,718.60	100.00%

其中，拟购置的硬件设备明细及细项价格如下：

单位：万元

序号	设备名称	单价	数量	金额
1	园区设备升级			
(1)	灾备系统	50.00	1	50.00
(2)	有线网络与无线网络设备	-	75	215.00
(3)	网络安全接入和安全管控类设备	-	6	110.00
(4)	安防监控布线与存储	-	460	87.00
(5)	服务器	15.00	6	90.00
(6)	桌面云超融合冗余备份	15.00	4	60.00
(7)	数据中心机房动力环境监控系统	50.00	1	50.00
小计		-	-	662.00
2	新购置设备	-	-	
(1)	中心机房设备	-	-	180.30
(2)	服务器设备	-	-	140.00
(3)	网络设备	-	-	265.50
(4)	网络线路	-	-	184.80
(5)	计算机配套设施（智能会议室和监控系统）	-	-	214.00
小计		-	-	984.60
合计		-	-	1,646.60

拟购置的软件设备明细及细项价格如下：

单位：万元

序号	软件名称	单价	数量	金额
1	计划系统	280.00	1	280.00
2	业务中台（前端DMS，物流BMS费用系统）	300.00	1	300.00
3	全域会员运营管理	220.00	1	220.00
4	智能研发管理平台PLM	150.00	1	150.00
5	智能防伪追溯与防窜货管理系统	60.00	1	60.00
6	AI用友BIP管理系统	450.00	1	450.00
7	RPA机器人流程自动化	150.00	1	150.00
8	AI人工智能	650.00	1	650.00
9	数据中台	50.00	1	50.00
10	信息安全ISO 27001	10.00	1	10.00
11	等保信创平台	62.00	1	62.00
12	中控调度系统	60.00	1	60.00
13	MOM生产管理系统	250.00	1	250.00
14	SCADA数采与监视控制系统	100.00	1	100.00
15	财务-电子档案	100.00	1	100.00
16	财务-税务系统	120.00	1	120.00
17	实验室管理系统	60.00	1	60.00
合计		-	17	3,072.00

3、项目实施的必要性

（1）夯实底层基础设施，保障系统运行稳定和安全

为保障信息化系统的稳定运行，本项目将对公司信息化系统运行基础进行夯实，包括增大网络带宽，改善机房环境，更新相关硬件设备，增加服务器硬件监控系统以实时监测服务器的硬件状况，构建完善的信息安全体系以实现服务器集群的性能监控，增加入侵监测设备以保护公司信息安全等。

（2）提升信息化管理水平，满足精细化管理需求

本项目拟充分利用 AI 智能化工具，实施更敏捷、智能、安全和可控的数字化管理部署，项目将搭建覆盖财务、采购、生产、销售、计划、仓储、物流、质量、产品研发、项目管理等全流程的信息化管理平台，通过各业务平台系统的整合实现协同，打通日常经营的各业务环节，实现集团内各主体、各部门之间信息传递、交换、处理的无缝连接以及从业务端到管理端的全面整合，推动公司内部管控向数字化、高效化、精细化、可视化和集成化方向发展，建立科学可靠的决策体系，为公司的业务发展和高效管理赋能。

（3）赋能全渠道业务发展，提升公司核心竞争力

随着移动互联网的不断渗透，婴童行业逐步从单渠道向“线上+线下”全渠道发展，消费者倾向于通过多渠道切换获得性价比更高的商品和更好的购物体验，线上线下全渠道融合趋势愈发明显。

近年来，公司积极顺应行业发展趋势，着眼于全渠道数字化平台的构建，增强数字化运营与管理能力。本项目将继续加强商品与服务、线上与线下的融合，充分利用大数据技术对数字化平台进行全面升级，重点开发和升级中台系统。本项目的实施，将为公司带来多方面的能力提升，包括更全面的数据收集、更智能的分析、更精准的营销、更高效的决策等。

4、项目建设的可行性

（1）公司拥有较丰富的信息化建设经验

目前，公司已构建了覆盖整个业务流程的集成信息系统，同时建立了人、财、物数据化统一管理平台，为公司快速发展提供良好的后台支持，同时也积累了较为丰富的信息化建设经验。公司在内部信息化运营管理方面已形成较为成熟的规范和制度，相关人员对工作流程、工作权限、工作标准等较为熟悉，为全链路数智化项目建设提供了丰富的经验基础。

（2）公司建立了一支信息化专业团队

公司在多年的信息化建设过程中培养和储备了一批信息技术专业技能过硬的核心技术骨干，同时这类人才也了解公司运作流程，是支持业务发展的基础力量。经过长期参与信息化建设，以及接受系统的人员培训，专业人才已具有充足知识和经验，可参与更复杂的长远信息化规划与建设。因此对于本项目而言，公司能够高效调配和使用人才资源，保障项目顺

利实施。

（3）信息技术日益成熟为母婴行业数字化转型创造了良好条件

近年来，以大数据、人工智能、物联网和云计算为代表的信息技术快速发展，技术变革提升了世界经济的运行效率，也为各产业数字化转型升级创造了条件。企业的信息化建设涵盖了技术研发、项目实施、行业管理等多方面，特别是在软件方面，各种类型的企业信息应用软件技术日益成熟，能够根据企业实际需求定制个性化模块。同时，专业的信息咨询服务机构涌现，针对不同的产业生态，构建了作用各异的信息技术服务平台，为企业提供综合性、全方位的信息技术咨询服务。在母婴产品行业，信息技术与相关服务的逐渐成熟为企业的数字化转型带来了新的动力，也为本项目的顺利实施提供了良好的技术支持。

5、项目组织方式及实施进展

本项目预计建设时间为 36 个月，项目建设实施计划如下：

序号	项目	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36
1	可行性研究																		
2	系统规划设计																		
3	人员招聘培训																		
4	硬件设备采购																		
5	软件购置、定制开发、实施																		
6	系统测试、运维																		

6、项目备案、土地及审批情况

全链路数智化项目已取得长沙高新技术产业开发区隆平高科技园管理委员会下发的《企业投资项目备案告知承诺信息表》（备案编号：隆投备〔2025〕23 号）。项目将在公司自有土地上实施，项目的建设地点为湖南省长沙市芙蓉区隆平高科技园隆园五路六号。

（五）品牌建设推广项目

1、项目概况

本项目的实施主体是英氏控股。本项目拟充分把握新媒体快速发展的契机，持续强化公司品牌建设与推广，打造专业化、规范化、标准化和差异化的营销服务，进一步巩固公司在母婴行业的优势地位、开拓新市场，加快实现公司的战略目标。

2、投资概算

本项目计划投资总额为 9,405.80 万元，其中电商平台推广费用 7,127.54 万元，广告传播费用 1,521.61 万元，市场营销费用 756.65 万元。本项目总投资情况如下：

单位：万元			
序号	项目	项目资金	占比
1	电商平台推广费用	7,127.54	75.78%
2	广告传播费用	1,521.61	16.18%
3	市场营销费用	756.65	8.04%
合计	项目总投资	9,405.80	100.00%

3、项目实施的必要性

（1）顺应新媒体营销方式变化的需要

品牌推广的方式随着媒介进化持续演变，互联网时代下的新媒体营销成为品牌推广的重要方式之一。新媒体营销是以手机、电脑等为媒介，配合品牌代言人的明星效应、主题活动的热点效应等实施的营销活动，能够更有效地促进个人和组织交易活动的实现。新媒体营销具有互动性强、覆盖面广、信息量大、传播迅速、成本相对较低等特点，符合现代消费者休闲娱乐时间碎片化的现状，也能满足消费者随时随地的互动需求。

目前，公司形成了以线下直营与经销渠道，线上自营店铺、平台销售、分销渠道相结合的立体多元的营销网络，面对互联网背景下自媒体营销、网络直播等新型营销方式的发展，公司计划持续完善以新媒体营销为主、线下推广为辅的品牌建设与推广体系，对目标客户进行精准营销覆盖和品牌曝光，塑造、巩固品牌形象，提升品牌价值。

（2）加强品牌建设和营销推广，提升品牌影响力

当前，我国婴童行业的竞争已经从满足产品的可及性转变为提供高品质、多样化产品，企业品牌和产品知名度的重要性日益显现。随着传统育儿观念和消费观念的更迭，消费需求向精细化方向发展，新一代父母群体更加注重产品的品质和质量，购买决策多以品牌为导向。在婴童行业市场竞争日趋激烈的背景下，公司通过加强品牌建设与推广，强化品牌营销战略，加大新媒体广告、运营等投入，以获取更多的流量、拓展多元化营销渠道，持续提升公司口碑及产品辨识度，带动公司业绩的增长。

4、项目建设的可行性

（1）新媒体的快速发展为企业营销创新提供新的机遇

近年来，随着互联网技术的发展和智能设备的普及，社交媒体受众规模快速增长。社交媒体改变了消费者的媒体接触习惯和消费观念，也改变了信息传播的方式，为企业提供了更多元化、精准化的营销手段，成为企业营销创新的重要驱动力。

目前，微博、抖音、小红书、公众号等主流新媒体迅速发展，活跃用户不断增长，这些平台为企业提供了丰富的营销场景，企业能够通过图文、视频、直播等多种形式与消费者互

动，提升品牌曝光度和用户黏性。同时，新媒体平台通过大数据和人工智能技术，能够精准分析用户的行为习惯、兴趣爱好和消费需求，帮助企业实现精准营销。因此，新媒体平台的传播优势、精准触达能力和互动特性为本项目的实施提供了基础设施条件，以保障预期营销效果的实现。

（2）消费升级为大型婴幼儿产品企业发展奠定坚实基础

随着我国居民收入水平的提高和育儿观念的转变，婴幼儿产品行业的消费呈持续升级趋势。消费者更加看重婴幼儿产品的消费质量和消费体验，对品牌的忠诚度较高，对价格的敏感度较低，市场集中度提高；婴幼儿产品的消费业态已经发展为“商品+服务+产业生态经济”，多元化需求要求婴幼儿产品企业拓展商品服务种类、实施全渠道布局、增强客户互动；婴幼儿产品渗透率的提高，为大型婴幼儿产品企业提供了良好的发展机遇和商业潜力。因此，消费升级为公司实施本项目提供了广泛的受众群体，保障营销渠道下沉至终端客户。

（3）公司积累了丰富的品牌推广经验

公司电商运营团队经过多年实践，积累了丰富的品牌推广与销售经验，与天猫、京东、抖音、拼多多等主流电商平台建立了合作关系，依托电商平台面向终端消费者。同时，公司积极把握直播电商平台的快速发展节奏，自建线上营销团队使品牌直播间成为产品、品牌和“科学 5 阶精准喂养体系”宣传推广的窗口。丰富的品牌推广经验，为本项目的实施奠定良好的团队基础。

5、项目组织方式及实施进展

本项目预计建设时间为 36 个月。

6、项目备案审批和实施地点情况

品牌建设与推广项目已取得长沙高新技术产业开发区隆平高科技园管理委员会下发的《企业投资项目备案告知承诺信息表》（备案编号：隆投备（2025）32 号）。项目实施地点为湖南省长沙市芙蓉区隆平高科技园隆园五路六号。

三、 历次募集资金基本情况

自公司股票于 2024 年 4 月 23 日在全国中小企业股份转让系统挂牌以来，公司不存在发行股票募集资金的情形。

四、 其他事项

无。

第十节 其他重要事项

一、 尚未盈利企业

截至本招股说明书签署日，发行人处于盈利状态，不存在未弥补亏损。

二、 对外担保事项

☐适用 ☒不适用

三、 可能产生重大影响的诉讼、仲裁事项

☐适用 ☒不适用

四、 控股股东、实际控制人重大违法行为

报告期内，实际控制人不存在重大违法违规行为。

五、 董事、监事、高级管理人员重大违法行为

报告期内，公司的董事、~~原~~监事、高级管理人员不存在重大违法违规行为。

六、 其他事项

无。

第十一节 投资者保护

一、发行人投资者关系的主要安排

（一）信息披露制度和流程

为加强信息披露工作的管理，规范信息披露行为，公司根据《公司法》《证券法》《上市公司信息披露管理办法》和中国证监会的有关规定，制定了上市后适用的《英氏控股集团股份有限公司信息披露管理制度》等制度。公司已建立和完善了信息披露制度，将严格按照法律、法规和公司章程规定的信息披露的内容和格式要求，真实、准确、完整地报送和披露信息，公开、公正、公平地对待所有股东。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

公司已根据《公司法》《证券法》等相关要求制定了北交所上市后适用的《英氏控股集团股份有限公司投资者关系管理办法》，以提高公司信息披露透明度，改善公司治理。公司可通过公司官网、新媒体平台、电话、传真、电子邮箱、投资者教育基地等渠道，利用中国投资者网和证券交易所、证券登记结算机构等的网络基础设施平台，采取股东会、投资者说明会、路演、分析师会议、接待来访、座谈交流等方式，与投资者进行沟通交流。

公司董事会秘书为投资者关系管理工作负责人，负责组织和协调公司投资者关系管理工作，具体情况如下：

董事会秘书：易佳

联系地址：湖南省长沙市芙蓉区隆平高科技园隆园五路6号1栋6楼

联系电话：0731-88727307

电子邮箱：yskg@engnice.com

（三）未来开展投资者关系管理的规划

公司将严格按照《公司法》《证券法》等相关法律、法规和规则的要求，不断提高公司投资者关系管理工作的专业性，认真履行信息披露义务，促进公司与投资者之间的良性互动关系，切实维护全体股东权益，特别是中小股东的权益，努力实现公司价值最大化和股东利益最大化。

二、利润分配政策

（一）本次发行后的股利分配政策和决策程序

根据公司本次发行上市后适用的《英氏控股集团股份有限公司章程（草案）》，公司本次

发行后的利润分配政策具体如下：

1、利润分配原则

公司重视对投资者的合理投资回报，根据自身的财务结构、盈利能力和未来的投资、融资发展规划实施积极的利润分配办法，保持利润分配政策的持续性和稳定性。但公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

2、利润分配形式

公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合等法律法规允许的方式分配股利。公司在具备现金分红条件下，应当优先采用现金分红进行利润分配。

3、利润分配的时间间隔

根据公司经营情况，公司每一会计年度可进行一次股利分配，通常可由年度股东大会上审议上一年度的利润分配方案；在公司上半年经营活动产生的现金流量净额高于当期实现的净利润时，满足正常生产经营的资金需求的情况下，公司可以进行中期现金分红，由董事会提出并经股东会审议。

公司召开年度股东会审议年度利润分配方案时，可审议批准下一年中期现金分红的条件、比例上限、金额上限等。年度股东会审议的下一年中期分红上限不应超过相应期间归属于上市公司股东的净利润。董事会根据股东会决议在符合利润分配的条件下制定具体的中期分红方案。

4、现金分红的条件和比例

（1）公司实施现金分红时须同时满足如下条件：

1）公司的累计未分配利润以及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）均为正值，且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

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；

3）资产负债率不高于 70%；

4）未来 12 个月内公司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）。

上述重大投资计划或重大现金支出是指：①公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产、购买设备、土地房产等累计支出达到或超过公司最近一个会计年度经审计净资产的 30%；②公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产、购买设备、土地房产等累计支出达到或超过公

司最近一个会计年度经审计总资产的 20%。

(2) 公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照本章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

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

2) 公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 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，可以按照前款规定处理。

公司的现金分红政策还应当符合中国证监会和北交所的有关规定以及其他法律法规的规定。

5、发放股票股利的条件

公司在经营情况良好，董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金股利分配之余，提出并实施股票股利分配预案。采取股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

6、利润分配方案的审议程序

公司在进行利润分配时，公司董事会应当先制定分配预案并进行审议。董事会审议现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例等事宜。董事会制定的利润分配预案须经全体董事过半数通过。

股东会对制定、修改利润分配政策、现金分红具体方案或者进行利润分配等相关事项进行审议时，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（包括但不限于邀请中小股东参会等），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。

7、利润分配政策调整

公司应当严格执行本章程确定的利润分配分红政策以及股东会审议批准的利润分配具体方案。确需对本章程规定的利润分配政策进行调整或变更的，需经董事会审议通过后提交股东会审议，经出席股东会的股东所持表决权的三分之二以上同意通过。

8、利润分配政策的披露

公司应严格按照有关规定在年度报告、半年度报告中详细披露利润分配方案和现金分红政策执行情况，说明是否符合本章程的规定或者股东会决议的要求，分红标准和比例是否明确和清晰，相关的决策程序和机制是否完备。对利润分配政策进行调整或变更的，需详细说明调整或变更的条件和程序是否合规、透明。

（二）本次发行前后股利分配政策的差异情况

本次发行前后，公司的股利分配政策不存在重大变化。

（三）本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

经公司第四届董事会第三次会议和 2024 年第三次临时股东大会审议通过，公司本次向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市前的滚存未分配利润，由发行完成后的公司新老股东按持股比例共同享有。

三、股东投票机制的建立情况

公司具有完善的股东投票机制，根据《公司章程（草案）》、上市后适用的《英氏控股集团股份有限公司股东会议事规则》，公司建立了累积投票制、中小投资者单独计票机制、网络投票制等股东投票机制，充分保障了投资者特别是中小投资者参与公司重大决策的权利。

（一）累积投票制

股东会就选举董事进行表决时，根据《公司章程（草案）》的规定或者股东会的决议，可以实行累积投票制。公司单一股东及其一致行动人拥有权益的股份比例在 30%以上的，股东会在董事选举中应当推行累积投票制。公司股东会选举两名以上独立董事的，应当实行累积投票制。

前款所称累积投票制是指股东会选举董事时，每一股份拥有与应选董事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

（二）中小投资者单独计票机制

股东会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

（三）网络投票制

公司召开股东会将设置会场，以现场会议形式召开。公司还将提供网络投票的方式为股东参加股东会提供便利。股东通过上述方式参加股东会的，视为出席。

（四）征集投票权

公司董事会、独立董事、持有 1%以上有表决权股份的股东或者依照法律、行政法规或

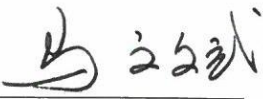
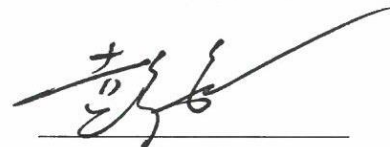
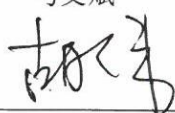
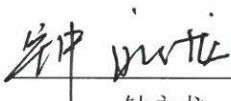
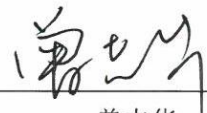
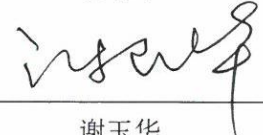
者中国证监会的规定设立的投资者保护机构可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。除法定条件外，公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

第十二节 声明与承诺

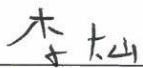
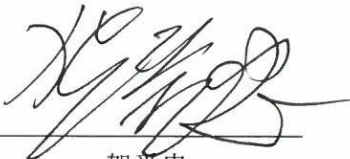
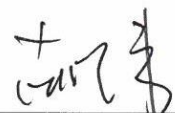
一、发行人全体董事、审计委员会成员、高级管理人员承诺

本公司全体董事、审计委员会成员、高级管理人员承诺本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。

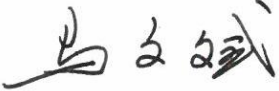
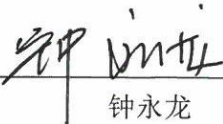
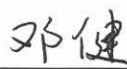
全体董事（签字）：

 马文斌	 万建明	 彭 敏
 胡 伟	 钟永龙	 曾志华
 贺爱忠	 李 灿	 谢玉华

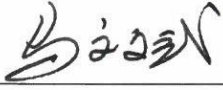
全体审计委员会成员（签字）：

 李 灿	 贺爱忠	 胡 伟

全体高级管理人员（签字）：

 马文斌	 万建明	 彭 敏
 钟永龙	 邓 健	 易 佳

法定代表人（签字）：


马文斌

英氏控股集团股份有限公司

2025 年 12 月 12 日

二、发行人控股股东声明

本公司或本人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

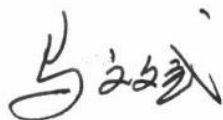
本公司无控股股东。



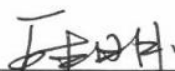
三、发行人实际控制人声明

本公司或本人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

实际控制人（签字）：



马文斌



万建明



彭 敏

英氏控股集团股份有限公司

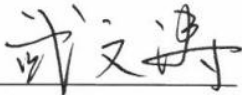
2025 年 12 月 12 日



四、保荐人（主承销商）声明

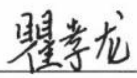
本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

项目协办人（签字）：

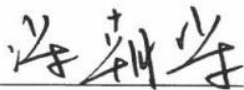

武文涛

保荐代表人（签字）：


韩 星


瞿孝龙

法定代表人（签字）：

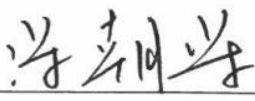

徐朝晖



保荐人（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读英氏控股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，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

董事长（签字）：

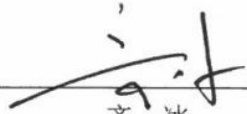

徐朝晖



保荐人（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读英氏控股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，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

总经理（签字）：


齐 冰



五、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书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、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

经办律师（签字）：

邹 棒

邹 棒

莫 彪

莫 彪

达代炎

达代炎

律师事务所负责人（签字）：

朱志怡

朱志怡



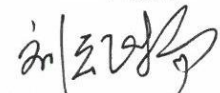
会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、审阅报告、前期会计差错更正专项说明的审核报告、内部控制审计报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、审阅报告、前期会计差错更正专项说明的审核报告、内部控制审计报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师（签字）：



李晓阳



刘云飞扬



李海（已离职）



周睿



曹彩龙



会计事务所负责人（签字）：



禾职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

2025年12月12日

关于签字注册会计师离职声明

本所出具英氏控股集团股份有限公司 2022 年度审计报告、2023 年度审计报告以及前期会计差错更正专项说明的审核报告，报告文号分别为天职业字[2023]43950 号、天职业字[2023]23030 号、天职业字[2024]43660 号，签字注册会计师为李晓阳、刘云飞扬、李海，其持有的注册会计师执业编号分别为 430100120016、110101500609、430300020093。

在本声明出具日，因签署上述审计报告及审核报告的注册会计师李海已离职，故无法在首次公开发行股票并北京证券交易所上市申请文件《招股说明书会计师事务所声明》、《公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件真实性、准确性、完整性的承诺书》、《关于保证不影响和干扰发行上市审核注册工作的承诺函》等文件中签字。

特此说明。

会计师事务所负责人：


邱靖之

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）



2025 年 12 月 12 日

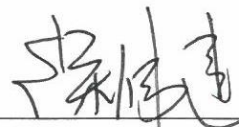
七、承担评估业务的资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

签字资产评估师（签字）：



资产评估机构负责人（签字）：


徐伟建

沃克森（北京）国际资产评估有限公司



八、 其他声明

☐适用 ☒不适用

第十三节 备查文件

一、备查文件

- （一）发行保荐书；
- （二）上市保荐书；
- （三）法律意见书；
- （四）财务报告及审计报告；
- （五）公司章程（草案）；
- （六）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行相关的承诺事项；
- （七）内部控制鉴证报告；
- （八）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- （九）中国证监会同意本次公开发行注册的文件；
- （十）其他与本次发行有关的重要文件。

二、文件查阅时间和查阅地点

（一）查阅时间

每周一至周五（法定节假日除外），上午 9:00—12:00，下午 13:00—16:00。

（二）查阅地点

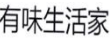
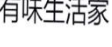
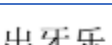
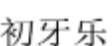
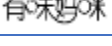
投资者可于本次发行承销期间，到发行人和保荐人（主承销商）的办公地点查阅。招股说明书全文可通过北交所指定的信息披露网站（www.bse.cn）查询。

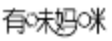
附件 1

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
1	采智	采智	5622273	5	2009.11.14-2029.11.13	受让取得	正常
2	育智	育智	5622274	5	2009.11.14-2029.11.13	受让取得	正常
3	健恩	健恩	5622275	5	2009.11.14-2029.11.13	受让取得	正常
4	育恩	育恩	5622276	5	2009.11.28-2029.11.27	受让取得	正常
5	诺聪	诺聪	5622277	5	2009.11.28-2029.11.27	受让取得	正常
6	润怡	润怡	5622279	5	2010.02.14-2030.02.13	受让取得	正常
7	滋怡	滋怡	5622280	5	2009.11.14-2029.11.13	受让取得	正常
8	采智	采智	5622281	29	2009.06.07-2029.06.06	受让取得	正常
9	育智	育智	5622282	29	2009.09.21-2029.09.20	受让取得	正常
10	健恩	健恩	5622283	29	2009.06.07-2029.06.06	受让取得	正常
11	育恩	育恩	5622284	29	2009.09.21-2029.09.20	受让取得	正常
12	诺聪	诺聪	5622285	29	2009.06.07-2029.06.06	受让取得	正常
13	诺全	诺全	5622286	29	2009.06.07-2029.06.06	受让取得	正常
14	滋怡	滋怡	5622287	29	2009.06.07-2029.06.06	受让取得	正常
15	润怡	润怡	5622288	29	2009.09.21-2029.09.20	受让取得	正常
16	健恩	健恩	5676356	30	2009.10.28-2029.10.27	受让取得	正常
17	诺聪	诺聪	5676358	30	2009.08.14-2029.08.13	受让取得	正常
18	健恩	健恩	5676359	32	2009.08.07-2029.08.06	受让取得	正常
19	诺聪	诺聪	5676441	32	2009.08.07-2029.08.06	受让取得	正常
20	英氏	英氏	6265317	29	2010.06.14-2030.06.13	受让取得	正常
21	英氏	英氏	6395426	29	2010.09.07-2030.09.06	受让取得	正常

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
22		ENGNICE	6722208	30	2010.04.07-2 030.04.06	受让取得	正常
23		ENGNICE	6815281	29	2010.03.28-2 030.03.27	受让取得	正常
24		ENGNICE	6815300	32	2010.04.21-2 030.04.20	受让取得	正常
25		ENGNICE	6815310	5	2010.09.14-2 030.09.13	受让取得	正常
26		ENGNICE	7226483	32	2010.09.21-2 030.09.20	受让取得	正常
27		ENGNICE	7226484	30	2010.09.21-2 030.09.20	受让取得	正常
28		ENGNICE	7226485	5	2010.08.28-2 030.08.27	受让取得	正常
29		英氏 ENGNICE	7750376	30	2013.01.07-2 033.01.06	受让取得	正常
30		诺聪 NOUTRUE	9081772	30	2012.06.21-2 032.06.20	受让取得	正常
31		诺聪 NOUTRUE	9081773	32	2012.02.07-2 032.02.06	受让取得	正常
32		诺聪 NOUTRUE	9081774	29	2012.05.14-2 032.05.13	受让取得	正常
33		诺聪 NOUTRUE	9081775	5	2012.07.14-2 032.07.13	受让取得	正常
34		英氏 ENGNICE	10395223	30	2013.09.14-2 033.09.13	受让取得	正常
35	英氏清火宝	英氏清火宝	10395249	5	2013.03.14-2 033.03.13	受让取得	正常
36	晚宁宝	晚宁宝	10411989	5	2013.03.21-2 033.03.20	受让取得	正常
37	优衡清	优衡清	10412052	5	2013.06.28-2 033.06.27	受让取得	正常
38		英氏 ENGNICE	10412400	29	2013.06.07-2 033.06.06	受让取得	正常
39		诺聪 NOUTRUE	10444084	30	2013.04.21-2 033.04.20	受让取得	正常
40		诺聪 NOUTRUE	10449356	29	2013.03.28-2 033.03.27	受让取得	正常
41	健 恩	健恩	10449357	29	2013.04.07-2 033.04.06	受让取得	正常
42	健 恩	健恩	10449358	5	2013.03.28-2 033.03.27	受让取得	正常

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
43		诺聪 NOUTRUE	10449359	5	2013.04.14-2 033.04.13	受让取得	正常
44	健 恩	健恩	10449360	30	2013.07.14-2 033.07.13	受让取得	正常
45	英氏优力衡	英氏优力衡	11652112	30	2014.03.28-2 034.03.27	受让取得	正常
46	英氏清清葆	英氏清清葆	11652222	32	2014.03.28-2 034.03.27	受让取得	正常
47	果乐维	果乐维	12789053	30	2015.04.07-2 035.04.06	受让取得	正常
48	果乐维	果乐维	12789071	5	2014.10.28-2 034.10.27	受让取得	正常
49	英氏	英氏	13322790	32	2015.01.28-2 035.01.27	受让取得	正常
50	英氏	英氏	14709218	31	2015.06.28-2 035.06.27	受让取得	正常
51	英氏	英氏	14709376	29	2015.06.28-2 035.06.27	受让取得	正常
52	英氏	英氏	14709430	30	2016.05.28-2 026.05.27	受让取得	正常
53	英氏果乐维	英氏果乐维	16057231	30	2016.03.07-2 036.03.06	受让取得	正常
54	英氏	英氏	16234994	5	2017.07.14-2 027.07.13	受让取得	正常
55	有味妈咪	有味妈咪	17409396	35	2016.09.07-2 026.09.06	原始取得	正常
56	有味妈咪	有味妈咪	17409479	41	2016.09.14-2 026.09.13	原始取得	正常
57	有味妈咪	有味妈咪	17409548	45	2016.09.14-2 026.09.13	原始取得	正常
58	有味妈咪	有味妈咪	17409583	42	2016.09.14-2 026.09.13	原始取得	正常
59	有味妈咪	有味妈咪	17409598	9	2016.09.07-2 026.09.06	原始取得	正常
60	有味妈咪	有味妈咪	17409622	38	2016.09.07-2 026.09.06	原始取得	正常
61		舒比奇 SUITSKY	18805673	35	2017.02.14-2 027.02.13	原始取得	正常
62		舒比奇 SUITSKY	19734216	40	2017.06.14-2 027.06.13	原始取得	正常
63	舒比奇	舒比奇	19734219	24	2017.06.14-2 027.06.13	原始取得	正常

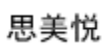
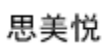
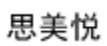
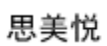
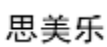
序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
64		舒比奇 SUITSKY	19734261	45	2017.06.07-2 027.06.06	原始取得	正常
65		舒比奇 SUITSKY	19734317	44	2017.08.28-2 027.08.27	原始取得	正常
66		米果滋	19944911	30	2017.07.14-2 027.07.13	原始取得	正常
67		果益然	19944912	32	2017.07.07-2 027.07.06	原始取得	正常
68		英氏 ENGNICE	19944913	5	2017.09.21-2 027.09.20	受让取得	正常
69		英氏 ENGNICE	19944914	29	2017.06.28-2 027.06.27	受让取得	正常
70		果乐维	20484251	5	2017.08.21-2 027.08.20	受让取得	正常
71		英氏	20746910	30	2017.11.21-2 027.11.20	受让取得	正常
72		英氏 ENGNICE	20746911	30	2017.11.14-2 027.11.13	受让取得	正常
73		英氏 ENGNICE	20746912	29	2017.11.14-2 027.11.13	受让取得	正常
74		ENGNICE	20746913	29	2017.09.14-2 027.09.13	受让取得	正常
75		ENGNICE	20746914	5	2017.09.14-2 027.09.13	受让取得	正常
76		有味生活家	21471827	42	2018.01.21-2 028.01.20	原始取得	正常
77		有味生活家	21471828	39	2017.11.21-2 027.11.20	原始取得	正常
78		有味生活家	21471830	35	2018.01.28-2 028.01.27	原始取得	正常
79		有味生活家	21471831	9	2018.01.21-2 028.01.20	原始取得	正常
80		畅亲	21628085	30	2018.02.07-2 028.02.06	原始取得	正常
81		动动乐	22868144	5	2018.02.28-2 028.02.27	原始取得	正常
82		动动乐	22868273	16	2018.02.28-2 028.02.27	原始取得	正常
83		出牙乐	22886934	30	2018.02.28-2 028.02.27	原始取得	正常
84		初牙乐	22887235	30	2018.02.28-2 028.02.27	原始取得	正常
85		有味妈咪	24328088	5	2018.05.28-2	原始取得	正常

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
					028.05.27		
86		有味妈咪	24328109	10	2018.05.28-2028.05.27	原始取得	正常
87	初生时代	初生时代	24931098	8	2018.06.21-2028.06.20	原始取得	正常
88	初生时代	初生时代	24935734	11	2018.06.28-2028.06.27	原始取得	正常
89	初生时代	初生时代	24938320	9	2018.10.14-2028.10.13	原始取得	正常
90	初生时代	初生时代	24939209	16	2018.10.14-2028.10.13	原始取得	正常
91	初生时代	初生时代	24939232	26	2018.06.28-2028.06.27	原始取得	正常
92	初生时代	初生时代	24942943	25	2018.10.14-2028.10.13	原始取得	正常
93	初生时代	初生时代	24945257	18	2018.11.14-2028.11.13	原始取得	正常
94	初生时代	初生时代	24945261	20	2018.06.28-2028.06.27	原始取得	正常
95	初生时代	初生时代	24945278	28	2018.06.28-2028.06.27	原始取得	正常
96	初生时代	初生时代	24948944	12	2018.06.28-2028.06.27	原始取得	正常
97		轻轻柔	26416124	5	2018.12.21-2028.12.20	原始取得	正常
98	真呵	真呵	26629883	5	2018.10.14-2028.10.13	原始取得	正常
99	真呵	真呵	26636560	16	2019.10.28-2029.10.27	原始取得	正常
100	芯风	芯风	26838201	5	2018.09.21-2028.09.20	原始取得	正常
101	芯风	芯风	26854739	16	2018.09.21-2028.09.20	原始取得	正常
102	英氏	英氏	27657586	16	2018.11.21-2028.11.20	受让取得	正常
103		舒比奇 SUITSKY	27824278	32	2019.03.07-2029.03.06	原始取得	正常
104		舒比奇 SUITSKY	27826526	19	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
105		舒比奇 SUITSKY	27826582	34	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
106		ENG Nice	27827781	33	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
107		舒比奇 SUITSKY	27828229	4	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
108		ENGNICE	27828313	5	2019.04.21-2029.04.20	原始取得	正常
109		ENGNICE	27828439	45	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
110		ENGNICE	27828796	14	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
111		ENGNICE	27828858	27	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
112		ENGNICE	27828869	31	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
113		ENGNICE	27828971	41	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
114		舒比奇 SUITSKY	27829953	12	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
115		舒比奇 SUITSKY	27830477	21	2018.12.07-2028.12.06	原始取得	正常
116		舒比奇	27831009	31	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
117		舒比奇 SUITSKY	27831026	38	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
118		舒比奇 SUITSKY	27831032	39	2018.11.28-2028.11.27	原始取得	正常
119		舒比奇 SUITSKY	27831037	40	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
120		ENGNICE	27831059	4	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
121		ENGNICE	27831752	6	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
122		ENGNICE	27831867	23	2018.11.28-2028.11.27	原始取得	正常
123		舒比奇 SUITSKY	27835555	17	2018.11.21-2028.11.20	受让取得	正常
124		舒比奇 SUITSKY	27835590	37	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
125		ENGNICE	27835624	2	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
126		ENGNICE	27835656	17	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
127		ENGNICE	27835733	38	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
128		舒比奇 SUITSKY	27835967	30	2019.02.14-2 029.02.13	原始取得	正常
129		ENG Nice	27836010	9	2019.02.14-2 029.02.13	原始取得	正常
130		ENG Nice	27836027	11	2018.12.21-2 028.12.20	原始取得	正常
131		ENG Nice	27836031	12	2018.11.21-2 028.11.20	原始取得	正常
132		舒比奇 SUITSKY	27837999	23	2018.11.28-2 028.11.27	原始取得	正常
133		舒比奇	27838062	24	2018.11.21-2 028.11.20	原始取得	正常
134		ENG Nice	27838109	7	2018.11.21-2 028.11.20	原始取得	正常
135		ENG Nice	27838169	15	2018.11.21-2 028.11.20	原始取得	正常
136		ENG Nice	27838252	34	2018.11.21-2 028.11.20	原始取得	正常
137		ENG Nice	27838258	36	2018.11.21-2 028.11.20	原始取得	正常
138		ENG Nice	27838305	39	2018.11.21-2 028.11.20	原始取得	正常
139		ENG Nice	27838322	40	2018.11.21-2 028.11.20	原始取得	正常
140		舒比奇	27838489	2	2018.11.21-2 028.11.20	受让取得	正常
141		舒比奇	27838517	9	2019.02.14-2 029.02.13	原始取得	正常
142		舒比奇 SUITSKY	27839547	6	2019.02.21-2 029.02.20	原始取得	正常
143		舒比奇 SUITSKY	27839565	8	2018.11.21-2 028.11.20	原始取得	正常
144		ENG Nice	27839609	44	2018.11.21-2 028.11.20	原始取得	正常
145		ENG Nice	27839615	43	2018.11.21-2 028.11.20	原始取得	正常
146		ENG Nice	27839815	10	2018.11.21-2 028.11.20	原始取得	正常
147		舒比奇 SUITSKY	27840735	27	2018.11.21-2 028.11.20	原始取得	正常
148		舒比奇 SUITSKY	27840742	28	2019.02.14-2 029.02.13	原始取得	正常

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
149		ENGNICE	27840884	8	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
150		ENGNICE	27841245	37	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
151		ENGNICE	27841399	1	2019.02.21-2029.02.20	原始取得	正常
152		ENGNICE	27841505	18	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
153		ENGNICE	27841510	19	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
154		ENGNICE	27841528	22	2018.11.28-2028.11.27	原始取得	正常
155		ENGNICE	27841540	24	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
156		ENGNICE	27841557	30	2018.11.28-2028.11.27	原始取得	正常
157		舒比奇 SUITSKY	27841692	11	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
158		舒比奇 SUITSKY	27841712	20	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
159		舒比奇 SUITSKY	27841719	22	2018.11.28-2028.11.27	原始取得	正常
160		舒比奇 SUITSKY	27843655	7	2019.02.21-2029.02.20	原始取得	正常
161		舒比奇 SUITSKY	27844285	13	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
162		舒比奇 SUITSKY	27844300	15	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
163		ENGNICE	27845482	13	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
164		舒比奇 SUITSKY	27847180	14	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
165		ENGNICE	27847725	26	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
166		ENGNICE	27848259	42	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
167		舒比奇 SUITSKY	27849794	29	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
168		ENGNICE	27850551	20	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
169		ENGNICE	27850557	21	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
170		舒比奇 SUITSKY	27850786	1	2019.02.21-2 029.02.20	受让取得	正常
171		妙肌	27857721	16	2018.11.21-2 028.11.20	原始取得	正常
172		妙肌	27865465	5	2018.11.21-2 028.11.20	原始取得	正常
173		高护	29200194	32	2019.01.14-2 029.01.13	原始取得	正常
174		高护	29203501	35	2019.02.21-2 029.02.20	原始取得	正常
175		思美悦	29203550	16	2019.01.21-2 029.01.20	原始取得	正常
176		思美悦	29203581	30	2019.02.28-2 029.02.27	原始取得	正常
177		思美悦	29203599	28	2018.12.28-2 028.12.27	原始取得	正常
178		思美悦	29203897	20	2018.12.28-2 028.12.27	原始取得	正常
179		高护	29204546	18	2019.01.14-2 029.01.13	原始取得	正常
180		高护	29204569	24	2019.01.14-2 029.01.13	原始取得	正常
181		高护	29204792	41	2019.02.28-2 029.02.27	原始取得	正常
182		亲体	29204814	43	2018.12.28-2 028.12.27	原始取得	正常
183		亲体	29204825	7	2018.12.28-2 028.12.27	原始取得	正常
184		高护	29205001	11	2019.01.14-2 029.01.13	原始取得	正常
185		思美乐	29206745	45	2019.03.07-2 029.03.06	原始取得	正常
186		高护	29207988	45	2019.01.14-2 029.01.13	原始取得	正常
187		高护	29208026	40	2019.01.14-2 029.01.13	原始取得	正常
188		高护	29208402	8	2019.01.14-2 029.01.13	原始取得	正常
189		高护	29208408	30	2019.03.28-2 029.03.27	原始取得	正常
190		高护	29209678	10	2019.01.14-2 029.01.13	原始取得	正常
191		高护	29209745	20	2019.01.14-2 029.01.13	原始取得	正常

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
192	思美乐	思美乐	29211065	12	2019.01.21-2029.01.20	原始取得	正常
193	高护	高护	29211425	9	2019.01.14-2029.01.13	原始取得	正常
194	高护	高护	29211809	21	2019.03.28-2029.03.27	原始取得	正常
195	思美乐	思美乐	29211825	26	2018.12.28-2028.12.27	原始取得	正常
196	高护	高护	29214025	12	2019.01.14-2029.01.13	原始取得	正常
197	思美悦	思美悦	29214048	8	2018.12.28-2028.12.27	原始取得	正常
198	高护	高护	29214060	25	2019.03.21-2029.03.20	原始取得	正常
199	初生时代	初生时代	29214417	7	2018.12.28-2028.12.27	原始取得	正常
200	思美乐	思美乐	29214488	18	2019.03.28-2029.03.27	原始取得	正常
201	初生时代	初生时代	29215731	43	2018.12.28-2028.12.27	原始取得	正常
202	初生时代	初生时代	29217692	31	2018.12.28-2028.12.27	原始取得	正常
203	亲体	亲体	29217751	44	2018.12.28-2028.12.27	原始取得	正常
204	高护	高护	29217886	26	2019.01.14-2029.01.13	原始取得	正常
205	思美乐	思美乐	29217961	8	2019.03.07-2029.03.06	原始取得	正常
206	初生时代	初生时代	29218889	45	2018.12.28-2028.12.27	原始取得	正常
207	高护	高护	29218909	29	2019.03.14-2029.03.13	原始取得	正常
208	思美悦	思美悦	29218921	12	2018.12.28-2028.12.27	原始取得	正常
209	亲体	亲体	29220489	45	2018.12.28-2028.12.27	原始取得	正常
210	高护	高护	29220523	39	2019.01.14-2029.01.13	原始取得	正常
211	初生时代	初生时代	29220771	39	2018.12.28-2028.12.27	原始取得	正常
212	亲体	亲体	29221769	41	2018.12.28-2028.12.27	原始取得	正常
213	思美悦	思美悦	29221798	21	2019.04.14-2029.04.13	原始取得	正常

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
214	思美悦	思美悦	29221830	18	2019.02.28-2029.02.27	原始取得	正常
215	思美悦	思美悦	29221896	9	2018.12.28-2028.12.27	原始取得	正常
216	初生时代	初生时代	29222265	41	2018.12.28-2028.12.27	原始取得	正常
217	初生时代	初生时代	29225742	42	2018.12.28-2028.12.27	原始取得	正常
218	思美悦	思美悦	29225826	26	2018.12.28-2028.12.27	原始取得	正常
219	高护	高护	29225839	7	2019.01.14-2029.01.13	原始取得	正常
220	高护	高护	29225898	28	2019.01.14-2029.01.13	原始取得	正常
221		舒比奇 SUITSKY	29816765	24	2019.03.28-2029.03.27	原始取得	正常
222	Wellingo	WELLINGO	29839655	29	2019.01.28-2029.01.27	受让取得	正常
223	Wellingo	WELLINGO	29852001	30	2019.01.28-2029.01.27	受让取得	正常
224	Wellingo	WELLINGO	29863207	32	2019.01.28-2029.01.27	受让取得	正常
225	Wellingo	WELLINGO	29863610	5	2019.01.28-2029.01.27	受让取得	正常
226	伟灵格	伟灵格	29952932	5	2019.02.14-2029.02.13	受让取得	正常
227	伟灵格	伟灵格	29952951	29	2019.02.07-2029.02.06	受让取得	正常
228	伟灵格	伟灵格	29962048	30	2019.02.07-2029.02.06	受让取得	正常
229	伟灵格	伟灵格	29970503	32	2019.02.07-2029.02.06	受让取得	正常
230	初生时代	初生时代	31881408	16	2022.07.07-2032.07.06	原始取得	正常
231	伟灵格	伟灵格	32267687	3	2019.04.07-2029.04.06	受让取得	正常
232	伟灵格	伟灵格	32267700	8	2019.04.07-2029.04.06	受让取得	正常
233	伟灵格	伟灵格	32268982	18	2019.04.07-2029.04.06	受让取得	正常
234	伟灵格	伟灵格	32268991	20	2019.04.07-2029.04.06	受让取得	正常
235	伟灵格	伟灵格	32269162	12	2019.04.07-2029.04.06	受让取得	正常

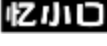
序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
236	伟灵格	伟灵格	32269671	10	2019.04.07-2029.04.06	受让取得	正常
237	伟灵格	伟灵格	32273304	29	2019.04.07-2029.04.06	受让取得	正常
238	伟灵格	伟灵格	32276910	28	2019.04.07-2029.04.06	受让取得	正常
239	伟灵格	伟灵格	32284121	30	2019.04.07-2029.04.06	受让取得	正常
240	英氏	英氏	32507434	5	2019.04.07-2029.04.06	受让取得	正常
241	优力赋能	优力赋能	32731210	30	2019.04.14-2029.04.13	原始取得	正常
242	初生呵护	初生呵护	32733105	30	2019.04.14-2029.04.13	原始取得	正常
243		舒比奇 SUITSKY	34259165	9	2019.09.07-2029.09.06	原始取得	正常
244		舒比奇 SUITSKY	34259231	41	2019.06.21-2029.06.20	原始取得	正常
245		舒比奇 SUITSKY	34259629	7	2019.06.21-2029.06.20	原始取得	正常
246		舒比奇 SUITSKY	34259651	45	2019.06.21-2029.06.20	原始取得	正常
247		舒比奇 SUITSKY	34265274	3	2019.06.21-2029.06.20	原始取得	正常
248		舒比奇 SUITSKY	34268426	35	2019.07.07-2029.07.06	原始取得	正常
249		舒比奇 SUITSKY	34268859	10	2019.06.21-2029.06.20	原始取得	正常
250		舒比奇 SUITSKY	34268909	36	2019.09.07-2029.09.06	原始取得	正常
251		舒比奇 SUITSKY	34273398	16	2019.09.14-2029.09.13	原始取得	正常
252		舒比奇 SUITSKY	34273409	25	2019.06.21-2029.06.20	原始取得	正常
253		舒比奇 SUITSKY	34273458	42	2019.06.21-2029.06.20	原始取得	正常
254		舒比奇 SUITSKY	34274782	33	2019.06.21-2029.06.20	原始取得	正常
255		舒比奇 SUITSKY	34277945	1	2020.01.14-2030.01.13	受让取得	正常
256		舒比奇	34280556	43	2019.06.21-2	原始取得	正常

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
		SUITSKY			029.06.20		
257	高护	高护	34404247	2	2019.08.07-2029.08.06	原始取得	正常
258	高护	高护	34404300	30	2020.01.14-2030.01.13	原始取得	正常
259	高护	高护	34405968	24	2019.08.07-2029.08.06	原始取得	正常
260	高护	高护	34406596	23	2019.08.07-2029.08.06	原始取得	正常
261	高护	高护	34410769	35	2019.08.07-2029.08.06	原始取得	正常
262	高护	高护	34413618	25	2019.08.07-2029.08.06	原始取得	正常
263	高护	高护	34414806	27	2019.08.07-2029.08.06	原始取得	正常
264	高护	高护	34414879	16	2019.10.28-2029.10.27	原始取得	正常
265	高护	高护	34418190	29	2019.08.07-2029.08.06	原始取得	正常
266	高护	高护	34418202	26	2019.08.07-2029.08.06	原始取得	正常
267	高护	高护	34418306	7	2020.01.28-2030.01.27	原始取得	正常
268	高护	高护	34421851	22	2019.08.07-2029.08.06	原始取得	正常
269	高护	高护	34423023	9	2020.03.28-2030.03.27	原始取得	正常
270	英氏·优衡清	英氏· 优衡清	34478315	5	2019.07.07-2029.07.06	受让取得	正常
271	英氏·晚宁宝	英氏· 晚宁宝	34480591	5	2019.07.07-2029.07.06	受让取得	正常
272	Wellingo	WELLINGO	34869511	29	2019.07.14-2029.07.13	受让取得	正常
273	Wellingo	WELLINGO	34871609	5	2019.07.14-2029.07.13	受让取得	正常
274	Wellingo	WELLINGO	34871617	30	2019.07.14-2029.07.13	受让取得	正常
275	Wellingo	WELLINGO	34887908	32	2019.07.14-2029.07.13	受让取得	正常
276	英氏优力衡	英氏优力衡	40351520	30	2020.03.28-2030.03.27	受让取得	正常
277	晚宁宝	晚宁宝	40543308	5	2020.10.28-2030.10.27	受让取得	正常

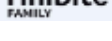
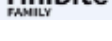
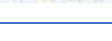
序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
278	诺 聪	诺聪	40548698	32	2020.06.28-2030.06.27	原始取得	正常
279		英氏 ENGNICE	40766170	5	2022.01.28-2032.01.27	受让取得	正常
280		英氏	40863167	29	2020.07.21-2030.07.20	受让取得	正常
281	Okofar	OKOFAR	41140115	5	2020.07.21-2030.07.20	受让取得	正常
282	Okofar	OKOFAR	41156865	29	2020.08.14-2030.08.13	受让取得	正常
283	忆格	忆格	41603346	29	2020.09.07-2030.09.06	原始取得	正常
284	忆格	忆格	41604888	5	2020.09.07-2030.09.06	原始取得	正常
285	忆格	忆格	41616320	30	2020.09.07-2030.09.06	原始取得	正常
286	忆格	忆格	41620641	32	2021.02.28-2031.02.27	原始取得	正常
287	Enoulite	ENOULITE	41815031	30	2020.06.28-2030.06.27	原始取得	正常
288	Enoulite	ENOULITE	41826725	29	2020.06.28-2030.06.27	原始取得	正常
289	Enoulite	ENOULITE	41830665	32	2020.06.28-2030.06.27	原始取得	正常
290	Enoulite	ENOULITE	41832150	5	2020.06.28-2030.06.27	原始取得	正常
291	爱可斐	爱可斐	42026713	29	2020.07.28-2030.07.27	受让取得	正常
292	爱可斐	爱可斐	42026720	5	2020.07.28-2030.07.27	受让取得	正常
293	Okofar	OKOFAR	43687635	30	2020.09.21-2030.09.20	受让取得	正常
294	Okofar	OKOFAR	43692484	12	2020.09.21-2030.09.20	受让取得	正常
295	Okofar	OKOFAR	43692514	24	2020.09.14-2030.09.13	受让取得	正常
296	Okofar	OKOFAR	43694857	3	2020.09.21-2030.09.20	受让取得	正常
297	Okofar	OKOFAR	43694891	10	2020.09.14-2030.09.13	受让取得	正常
298	Okofar	OKOFAR	43699623	35	2020.09.21-2030.09.20	受让取得	正常
299	Okofar	OKOFAR	43704581	25	2020.09.21-2030.09.20	受让取得	正常

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
300	Okofar	OKOFAR	43704706	32	2020.09.21-2030.09.20	受让取得	正常
301	Okofar	OKOFAR	43706447	28	2020.09.21-2030.09.20	受让取得	正常
302	英氏·晚宁宝	英氏·晚宁宝	44186223	16	2020.11.14-2030.11.13	受让取得	正常
303	英氏·优衡清	英氏·优衡清	44193941	16	2020.10.14-2030.10.13	受让取得	正常
304	英氏	英氏	44195624	16	2022.07.28-2032.07.27	受让取得	正常
305	忆格	忆格	45378637	32	2021.02.21-2031.02.20	原始取得	正常
306	忆格	忆格	47908135	30	2021.02.21-2031.02.20	原始取得	正常
307	忆格	忆格	47926991	29	2021.02.21-2031.02.20	原始取得	正常
308	英氏	英氏	49096335	29	2022.05.21-2032.05.20	受让取得	正常
309	英氏	英氏	49099381	30	2022.09.21-2032.09.20	受让取得	正常
310	英氏	英氏	49105171	32	2022.05.21-2032.05.20	受让取得	正常
311	英氏	英氏	49108597	5	2021.05.07-2031.05.06	受让取得	正常
312	Enoulite	ENOULITE	49856073	31	2021.05.07-2031.05.06	原始取得	正常
313	Enoulite	ENOULITE	49861991	35	2021.04.28-2031.04.27	原始取得	正常
314	Enoulite	ENOULITE	49865069	32	2021.04.28-2031.04.27	原始取得	正常
315	Enoulite	ENOULITE	49865672	33	2021.04.28-2031.04.27	原始取得	正常
316	Enoulite	ENOULITE	49868404	29	2021.04.28-2031.04.27	原始取得	正常
317	Enoulite	ENOULITE	49875896	30	2021.04.28-2031.04.27	原始取得	正常
318	Enoulite	ENOULITE	49878051	5	2021.04.28-2031.04.27	原始取得	正常
319		忆格	52289590	5	2022.06.07-2032.06.06	原始取得	正常
320		忆格	54859804	30	2021.11.07-2031.11.06	原始取得	正常
321		忆格	54866543	29	2021.11.07-2031.11.06	原始取得	正常

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
322		英氏	55198566	16	2022.04.07-2032.04.06	受让取得	正常
323		忆格	55612967	29	2021.11.28-2031.11.27	原始取得	正常
324		忆格 ENOULITE	55615396	7	2022.02.07-2032.02.06	原始取得	正常
325		忆格 ENOULITE	55615412	15	2021.12.07-2031.12.06	原始取得	正常
326		忆格 ENOULITE	55624205	38	2021.11.28-2031.11.27	原始取得	正常
327		忆格	55633614	30	2021.12.07-2031.12.06	原始取得	正常
328		忆格 ENOULITE	55634357	8	2022.01.28-2032.01.27	原始取得	正常
329		忆格	55635464	32	2021.12.07-2031.12.06	原始取得	正常
330		忆格 ENOULITE	55641553	10	2021.11.28-2031.11.27	原始取得	正常
331		忆格 ENOULITE	55643482	45	2021.11.28-2031.11.27	原始取得	正常
332	英氏忆格	英氏忆格	55644477	3	2021.11.28-2031.11.27	原始取得	正常
333	忆小口	忆小口	58658352	30	2022.03.07-2032.03.06	原始取得	正常
334	忆小口	忆小口	58658907	5	2022.03.07-2032.03.06	原始取得	正常
335	忆小口	忆小口	58658919	32	2022.03.07-2032.03.06	原始取得	正常
336	忆小口	忆小口	58662661	29	2022.03.07-2032.03.06	原始取得	正常
337		忆格	59204501	3	2022.05.14-2032.05.13	原始取得	正常
338		忆格 ENOULITE	59213987	28	2022.05.14-2032.05.13	原始取得	正常
339	英氏	英氏	59214006	5	2022.03.21-2032.03.20	原始取得	正常
340	Tinibite	TINIBITE	60766567	5	2022.05.21-2032.05.20	原始取得	正常
341	Tinibite	TINIBITE	60783578	32	2022.05.14-2032.05.13	原始取得	正常
342	Tinibite	TINIBITE	60786632	29	2022.05.14-2032.05.13	原始取得	正常

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
343	Tinibite	TINIBITE	60796541	30	2022.05.14-2032.05.13	原始取得	正常
344	忆小口	忆小口	60816875	35	2022.05.14-2032.05.13	原始取得	正常
345		忆小口 TINIBITE	62339240	35	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	正常
346		忆小口 TINIBITE	62340487	38	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	正常
347		忆小口	62343811	12	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	正常
348		忆小口 TINIBITE	62343815	9	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	正常
349		忆小口 TINIBITE	62345087	10	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	正常
350		忆小口 TINIBITE	62345115	40	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	正常
351		忆小口 TINIBITE	62345143	43	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	正常
352		忆小口 TINIBITE	62348758	11	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	正常
353		忆小口 TINIBITE	62348795	5	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	正常
354		忆小口 TINIBITE	62348798	44	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	正常
355		忆小口 TINIBITE	62348805	29	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	正常
356		忆小口	62348819	20	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	正常
357		忆小口 TINIBITE	62352707	31	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	正常
358		忆小口 TINIBITE	62352713	32	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	正常
359		忆小口	62354285	24	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	正常
360		忆小口 TINIBITE	62354336	45	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	正常
361		忆小口 TINIBITE	62358009	3	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	正常
362		忆小口	62358014	21	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	正常
363		忆小口	62360718	8	2022.07.14-2	原始取得	正常

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
					032.07.13		
364		忆小口	62360739	25	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	正常
365		忆小口 TINIBITE	62360749	18	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	正常
366		忆小口 TINIBITE	62360767	41	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	正常
367		忆小口 TINIBITE	62360773	42	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	正常
368		忆小口 TINIBITE	62360780	7	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	正常
369		忆小口	62364466	28	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	正常
370		忆小口 TINIBITE	62364475	30	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	正常
371		忆小口 TINIBITE	62366531	15	2022.07.14-2032.07.13	原始取得	正常
372		捏捏乐	63009273	5	2022.11.07-2032.11.06	原始取得	正常
373		捏捏乐	63009282	30	2022.11.07-2032.11.06	原始取得	正常
374		英氏	63340637	30	2023.01.07-2033.01.06	原始取得	正常
375		英氏忆格 ENOULITE	63346848	32	2022.12.21-2032.12.20	原始取得	正常
376		TINIBITE 忆小口	63354835	27	2022.09.21-2032.09.20	原始取得	正常
377		TINIBITE 忆小口	63354847	34	2022.09.21-2032.09.20	原始取得	正常
378		TINIBITE	63359977	21	2022.09.21-2032.09.20	原始取得	正常
379		TINIBITE 忆小口	63360295	22	2022.09.21-2032.09.20	原始取得	正常
380		忆小口	63364629	16	2022.09.21-2032.09.20	原始取得	正常
381		TINIBITE	63367944	16	2022.09.21-2032.09.20	原始取得	正常
382		TINIBITE 忆小口	63369064	26	2022.09.21-2032.09.20	原始取得	正常
383		忆小口	63369121	20	2022.09.21-2032.09.20	原始取得	正常

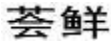
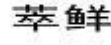
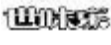
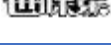
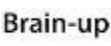
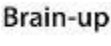
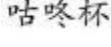
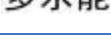
序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
384		忆小口	63369859	6	2022.09.21-2032.09.20	原始取得	正常
385		TINIBITE 忆小口	63371879	2	2022.09.21-2032.09.20	原始取得	正常
386		忆小口 TINIBITE	63375151	14	2022.09.21-2032.09.20	原始取得	正常
387		忆小口	63375527	21	2022.09.21-2032.09.20	原始取得	正常
388		忆小口 TINIBITE	63376345	6	2022.09.21-2032.09.20	原始取得	正常
389		TINIBITE	63376729	6	2022.09.21-2032.09.20	原始取得	正常
390		图形	64038653	5	2022.10.14-2032.10.13	原始取得	正常
391		TINIBITE FAMILY	64042797	5	2023.01.21-2033.01.20	原始取得	正常
392		图形	64046934	32	2022.10.14-2032.10.13	原始取得	正常
393		TINIBITE FAMILY	64054246	30	2023.01.14-2033.01.13	原始取得	正常
394		TINIBITE FAMILY	64054592	29	2023.01.14-2033.01.13	原始取得	正常
395		忆小口	64301804	10	2022.10.21-2032.10.20	原始取得	正常
396		图形	64495776	29	2022.11.07-2032.11.06	原始取得	正常
397		图形	64499732	30	2022.11.07-2032.11.06	原始取得	正常
398		图形	64668290	32	2022.11.07-2032.11.06	原始取得	正常
399		图形	64672202	29	2022.11.14-2032.11.13	原始取得	正常
400		图形	64672212	30	2022.11.14-2032.11.13	原始取得	正常
401		图形	64687626	5	2022.11.07-2032.11.06	原始取得	正常
402		忆小口 TINIBITE	66361240	40	2023.01.28-2033.01.27	原始取得	正常
403		忆小口 TINIBITE	66363721	23	2023.01.21-2033.01.20	原始取得	正常
404		忆小口 TINIBITE	66363737	36	2023.01.28-2033.01.27	原始取得	正常

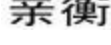
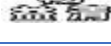
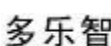
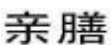
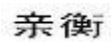
序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
405		忆小口 TINIBITE	66366847	5	2023.01.21-2 033.01.20	原始取得	正常
406		忆小口 TINIBITE	66367980	18	2023.01.21-2 033.01.20	原始取得	正常
407		忆小口 TINIBITE	66368019	37	2023.01.28-2 033.01.27	原始取得	正常
408		忆小口 TINIBITE	66369363	24	2023.01.21-2 033.01.20	原始取得	正常
409		忆小口 TINIBITE	66372617	39	2023.01.21-2 033.01.20	原始取得	正常
410		忆小口 TINIBITE	66373404	1	2023.01.21-2 033.01.20	原始取得	正常
411		忆小口 TINIBITE	66373447	17	2023.01.28-2 033.01.27	原始取得	正常
412		忆小口 TINIBITE	66373469	19	2023.01.28-2 033.01.27	原始取得	正常
413		忆小口 TINIBITE	66377843	45	2023.01.28-2 033.01.27	原始取得	正常
414		忆小口 TINIBITE	66380946	4	2023.01.21-2 033.01.20	原始取得	正常
415		忆小口 TINIBITE	66380959	7	2023.01.21-2 033.01.20	原始取得	正常
416		忆小口 TINIBITE	66380974	13	2023.01.28-2 033.01.27	原始取得	正常
417		忆小口 TINIBITE	66382452	42	2023.01.28-2 033.01.27	原始取得	正常
418		忆小口 TINIBITE	66385858	9	2023.01.28-2 033.01.27	原始取得	正常
419		忆小口 TINIBITE	66385951	41	2023.01.28-2 033.01.27	原始取得	正常
420		英氏 ENG Nice	27661982 A	5	2019.03.21-2 029.03.20	受让取得	正常
421		英氏忆格 ENOULITE	63331123 A	29	2023.03.07-2 033.03.06	原始取得	正常
422		英氏忆格 ENOULITE	63337288 A	30	2023.04.07-2 033.04.06	原始取得	正常
423		英氏忆格 ENOULITE	63339498 A	5	2023.03.28-2 033.03.27	原始取得	正常

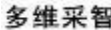
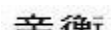
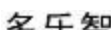
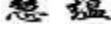
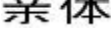
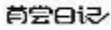
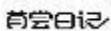
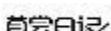
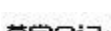
序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
424		英氏 ENOULITE	64329289	29	2023.03.21-2 033.03.20	原始取得	正常
425		采智	68392523	30	2023.05.28-2 033.05.27	原始取得	正常
426		忆格	68606770	33	2023.06.07-2 033.06.06	原始取得	正常
427		忆格	68608703	40	2023.06.07-2 033.06.06	原始取得	正常
428		忆格	68619094	26	2023.06.07-2 033.06.06	原始取得	正常
429		忆格	68620532	23	2023.06.07-2 033.06.06	原始取得	正常
430		忆格	68623572	17	2023.06.07-2 033.06.06	原始取得	正常
431		采智	69931785	29	2023.08.21-2 033.08.20	原始取得	正常
432		忆格 ENOULITE	55629275	28	2023.07.14-2 033.07.13	原始取得	正常
433	英氏	英氏	6265312	16	2010.02.28-2 030.02.27	受让取得	正常
434	英氏	英氏	6263062	5	2010.03.21-2 030.03.20	受让取得	正常
435		忆格	68603652	1	2023.08.21-2 033.08.20	原始取得	正常
436		忆格	68610950	9	2023.08.21-2 033.08.20	原始取得	正常
437	思美乐	思美乐	10849954	5	2013.11.28-2 033.11.27	原始取得	正常
438	思美健	思美健	10850086	5	2013.07.28-2 033.07.27	原始取得	正常
439	思美乐	思美乐	10858659	29	2013.08.07-2 033.08.06	原始取得	正常
440	思美健	思美健	10858749	29	2013.07.28-2 033.07.27	原始取得	正常
441	思美悦	思美悦	10858766	5	2013.07.28-2 033.07.27	原始取得	正常
442	思美悦	思美悦	10858812	29	2013.08.07-2 033.08.06	原始取得	正常
443	优力衡	优力衡	11146358	32	2013.11.21-2 033.11.20	原始取得	正常
444	优力衡	优力衡	11146359	5	2013.11.21-2 033.11.20	原始取得	正常
445	多乐智	多乐智	11149329	5	2013.11.21-2 033.11.20	原始取得	正常

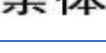
序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
446	多乐智	多乐智	11149347	30	2013.11.21-2033.11.20	原始取得	正常
447		3 维清清	11325440	32	2014.06.07-2034.06.06	原始取得	正常
448	清清葆	清清葆	11652146	30	2014.04.21-2034.04.20	原始取得	正常
449	首尝	首尝	11902616	29	2014.06.14-2034.06.13	原始取得	正常
450	首尝	首尝	11902889	30	2014.05.28-2034.05.27	原始取得	正常
451	首尝	首尝	11902922	5	2014.05.28-2034.05.27	原始取得	正常
452	首尝	首尝	11946346	32	2014.06.14-2034.06.13	原始取得	正常
453	亲体	亲体	12180203	8	2014.08.07-2034.08.06	原始取得	正常
454		舒比奇 SUITSKY	12180274	6	2014.08.07-2034.08.06	原始取得	正常
455	亲体	亲体	12180392	18	2014.08.07-2034.08.06	原始取得	正常
456		舒比奇 SUITSKY	12180429	26	2014.08.07-2034.08.06	原始取得	正常
457	亲体	亲体	12180453	26	2014.08.07-2034.08.06	原始取得	正常
458	亲体	亲体	12180488	10	2014.08.07-2034.08.06	原始取得	正常
459		SUITSKY	12180598	3	2014.08.07-2034.08.06	受让取得	正常
460	亲体	亲体	12180629	28	2014.08.07-2034.08.06	原始取得	正常
461	亲体	亲体	12180663	21	2014.08.07-2034.08.06	原始取得	正常
462		舒比奇 SUITSKY	12180743	21	2014.08.21-2034.08.20	受让取得	正常
463	亲体	亲体	12180758	24	2014.08.07-2034.08.06	原始取得	正常
464	亲体	亲体	12180791	20	2014.08.07-2034.08.06	原始取得	正常
465		舒比奇 SUITSKY	12180844	9	2014.08.21-2034.08.20	原始取得	正常
466		舒比奇 SUITSKY	12180885	8	2014.08.07-2034.08.06	原始取得	正常
467		舒比奇	12180904	11	2014.08.07-2	原始取得	正常

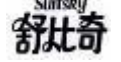
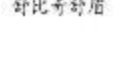
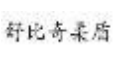
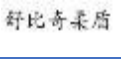
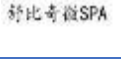
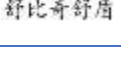
序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
		SUITSKY			034.08.06		
468	亲体	亲体	12180919	9	2014.08.07-2034.08.06	原始取得	正常
469	亲体	亲体	12180935	12	2014.08.07-2034.08.06	原始取得	正常
470	亲体	亲体	12180949	11	2014.08.07-2034.08.06	原始取得	正常
471	亲体	亲体	12180963	6	2014.08.07-2034.08.06	原始取得	正常
472	多乐加	多乐加	12464251	30	2015.04.07-2035.04.06	原始取得	正常
473	亲衡	亲衡	12702083	29	2015.03.21-2035.03.20	原始取得	正常
474	亲衡	亲衡	12702159	30	2015.03.21-2035.03.20	原始取得	正常
475	亲膳	亲膳	12789044	30	2015.03.21-2035.03.20	原始取得	正常
476	亲膳	亲膳	12789062	5	2015.04.07-2035.04.06	原始取得	正常
477	馒小豆	馒小豆	14004213	30	2015.04.21-2035.04.20	原始取得	正常
478	海倍智	海倍智	14371120	5	2015.05.28-2035.05.27	原始取得	正常
479		每时加	14371137	5	2015.05.28-2035.05.27	原始取得	正常
480	海倍智	海倍智	14371176	30	2015.05.28-2035.05.27	原始取得	正常
481		每时加	14371192	30	2015.05.28-2035.05.27	原始取得	正常
482	健 恩	健恩	14709274	31	2015.09.07-2035.09.06	原始取得	正常
483	亲蕴启能组合	亲蕴启能组合	14833798	29	2015.09.14-2035.09.13	原始取得	正常
484	亲蕴启能组合	亲蕴启能组合	14833855	5	2015.09.14-2035.09.13	原始取得	正常
485	赋育	赋育	15042430	5	2015.08.14-2035.08.13	原始取得	正常
486	荟鲜	荟鲜	15042488	5	2015.10.28-2035.10.27	原始取得	正常
487		菁萃营养 SMILE	15042532	5	2016.11.21-2026.11.20	原始取得	正常
488	赋育	赋育	15042656	29	2015.08.14-2035.08.13	原始取得	正常

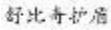
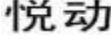
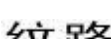
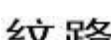
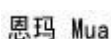
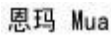
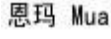
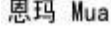
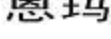
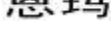
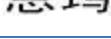
序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
489		荟鲜	15042682	29	2015.08.14-2035.08.13	原始取得	正常
490		萃鲜	15042705	29	2015.08.14-2035.08.13	原始取得	正常
491		世味乐	15065879	5	2015.08.21-2035.08.20	原始取得	正常
492		世味乐	15065926	31	2015.08.28-2035.08.27	原始取得	正常
493		世味乐	15066005	30	2015.08.21-2035.08.20	原始取得	正常
494		世味乐	15066021	29	2015.08.28-2035.08.27	原始取得	正常
495		世味乐	15066061	32	2015.08.21-2035.08.20	原始取得	正常
496		多维采智	15191058	5	2015.10.07-2035.10.06	原始取得	正常
497		多维采智	15191119	29	2015.10.07-2035.10.06	原始取得	正常
498		畅益清	15680336	32	2015.12.28-2035.12.27	原始取得	正常
499		畅益清	15680652	5	2015.12.28-2035.12.27	原始取得	正常
500		慧蕴	15892386	29	2016.02.07-2036.02.06	原始取得	正常
501		慧蕴	15892443	5	2016.02.07-2036.02.06	原始取得	正常
502		BRAIN-UP	16122513	5	2016.04.07-2036.04.06	原始取得	正常
503		BRAIN-UP	16122639	29	2016.04.07-2036.04.06	原始取得	正常
504		咕咚杯	16274191	30	2016.03.28-2036.03.27	原始取得	正常
505		赋育益养	16789823	29	2016.06.14-2026.06.13	原始取得	正常
506		赋育益养	16790154	5	2016.06.14-2026.06.13	原始取得	正常
507		菁萃营养 SMILF	16941136	5	2016.10.28-2026.10.27	原始取得	正常
508		菁萃营养 SMILF	16941236	29	2017.03.14-2027.03.13	原始取得	正常
509		菁萃营养	16941302	5	2016.10.28-2026.10.27	原始取得	正常
510		多乐能	17265159	30	2016.08.14-2026.08.13	原始取得	正常

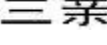
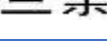
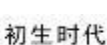
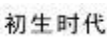
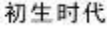
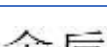
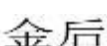
序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
511		菁纯	18116983	30	2016.11.28-2026.11.27	原始取得	正常
512		首尝	20467603	30	2017.08.14-2027.08.13	原始取得	正常
513		多乐能	20467707	5	2017.08.14-2027.08.13	原始取得	正常
514		亲衡	20467800	30	2017.08.14-2027.08.13	原始取得	正常
515		多乐能	20467805	30	2017.08.14-2027.08.13	原始取得	正常
516		舒比奇 SUITSKY	20467984	26	2017.08.14-2027.08.13	原始取得	正常
517		多乐能	20484246	29	2017.08.21-2027.08.20	原始取得	正常
518		畅益清	20484248	32	2017.08.21-2027.08.20	原始取得	正常
519		菁萃营养	21471547	29	2018.03.07-2028.03.06	原始取得	正常
520		畅益清	40307867	5	2020.05.07-2030.05.06	原始取得	正常
521		世味乐	40311097	29	2020.03.28-2030.03.27	原始取得	正常
522		世味乐	40314439	30	2020.03.28-2030.03.27	原始取得	正常
523		赋育	40315848	5	2020.04.07-2030.04.06	原始取得	正常
524		世味乐	40318847	31	2020.03.28-2030.03.27	原始取得	正常
525		世味乐	40321187	32	2020.03.28-2030.03.27	原始取得	正常
526		赋育	40329945	29	2020.03.28-2030.03.27	原始取得	正常
527		世味乐	40331943	5	2020.03.28-2030.03.27	原始取得	正常
528		多维采智	40338360	5	2020.03.28-2030.03.27	原始取得	正常
529		思美健	40346944	5	2020.03.28-2030.03.27	原始取得	正常
530		多乐智	40347837	30	2020.03.28-2030.03.27	原始取得	正常
531		亲膳	40349263	30	2020.06.07-2030.06.06	原始取得	正常
532		亲衡	40354814	30	2020.10.28-2030.10.27	原始取得	正常

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
533		多维采智	40358893	29	2020.03.28-2030.03.27	原始取得	正常
534		思美健	40359013	29	2020.04.14-2030.04.13	原始取得	正常
535		亲衡	40359101	29	2020.03.28-2030.03.27	原始取得	正常
536		多乐智	40361676	5	2020.03.28-2030.03.27	原始取得	正常
537		亲体	40364447	21	2020.06.14-2030.06.13	原始取得	正常
538		亲体	40366426	28	2020.06.14-2030.06.13	原始取得	正常
539		亲体	40371758	10	2020.06.28-2030.06.27	原始取得	正常
540		亲体	40376302	18	2020.06.14-2030.06.13	原始取得	正常
541		亲体	40378435	24	2020.06.28-2030.06.27	原始取得	正常
542		亲体	40378465	26	2020.06.28-2030.06.27	原始取得	正常
543		多乐加	40378512	30	2020.10.28-2030.10.27	原始取得	正常
544		亲体	40381418	9	2020.06.28-2030.06.27	原始取得	正常
545		亲体	40385278	12	2020.06.28-2030.06.27	原始取得	正常
546		慧蕴	40385281	5	2020.04.07-2030.04.06	原始取得	正常
547		慧蕴	40389613	29	2020.04.07-2030.04.06	原始取得	正常
548		亲体	40389873	11	2020.06.28-2030.06.27	原始取得	正常
549		首尝日记	48515871	29	2021.04.14-2031.04.13	原始取得	正常
550		首尝日记	48519790	5	2021.04.14-2031.04.13	原始取得	正常
551		首尝日记	48543142	35	2021.04.14-2031.04.13	原始取得	正常
552		首尝日记	48544672	30	2021.04.14-2031.04.13	原始取得	正常
553		首尝日记	49926812	32	2021.05.28-2031.05.27	原始取得	正常
554		舒比奇	7579614	3	2010.10.28-2030.10.27	原始取得	正常

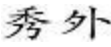
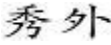
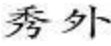
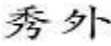
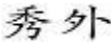
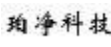
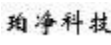
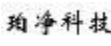
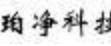
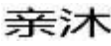
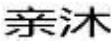
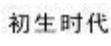
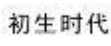
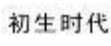
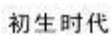
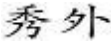
序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
555		舒比奇 SUITSKY	7579665	10	2010.11.07-2 030.11.06	原始取得	正常
556		舒比奇 SUITSKY	7579708	12	2010.11.07-2 030.11.06	原始取得	正常
557		舒比奇	7579758	16	2010.12.21-2 030.12.20	原始取得	正常
558		SUITSKY	7579783	16	2011.01.07-2 031.01.06	原始取得	正常
559		亲体	7607829	16	2010.11.21-2 030.11.20	原始取得	正常
560		舒比奇 SUITSKY	7919249	16	2011.02.21-2 031.02.20	原始取得	正常
561		亲体	7972828	3	2011.01.28-2 031.01.27	原始取得	正常
562		舒比奇 SUITSKY	9051822	5	2012.01.21-2 032.01.20	原始取得	正常
563		舒比奇 SUITSKY	9051834	25	2012.01.21-2 032.01.20	原始取得	正常
564		舒比奇 SUITSKY	9051849	24	2012.01.28-2 032.01.27	原始取得	正常
565		舒比奇 SUITSKY	9121006	28	2012.02.21-2 032.02.20	原始取得	正常
566		GREELOVE	10111301	5	2013.01.28-2 033.01.27	原始取得	正常
567		清清葆	10253929	5	2014.01.14-2 034.01.13	原始取得	正常
568		舒比奇 SUITSKY	10408263	29	2013.03.21-2 033.03.20	原始取得	正常
569		舒比奇 SUITSKY	10408381	30	2013.03.21-2 033.03.20	原始取得	正常
570		舒比奇 SUITSKY	10408417	5	2013.03.21-2 033.03.20	原始取得	正常
571		舒比奇 SUITSKY	10408480	20	2013.03.21-2 033.03.20	原始取得	正常
572		舒比奇 SUITSKY	10408528	18	2013.03.21-2 033.03.20	原始取得	正常
573		晚宁宝	10449354	32	2013.04.07-2 033.04.06	原始取得	正常
574		舒比奇 SUITSKY	18116515	16	2016.11.28-2 026.11.27	原始取得	正常

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
575		舒比奇 SUITSKY	18116652	5	2016.11.28-2 026.11.27	原始取得	正常
576		舒比奇 SUITSKY	19731273	5	2017.06.14-2 027.06.13	原始取得	正常
577		舒比奇 SUITSKY	20484249	5	2017.08.21-2 027.08.20	原始取得	正常
578		舒比奇 SUITSKY	24318304	25	2018.05.21-2 028.05.20	原始取得	正常
579		亲体	27859634	5	2019.11.14-2 029.11.13	原始取得	正常
580		舒比奇 SUITSKY	28197344	5	2018.11.21-2 028.11.20	原始取得	正常
581		亲体	28312402	16	2018.11.28-2 028.11.27	原始取得	正常
582		晚宁宝	40524011	32	2020.10.07-2 030.10.06	原始取得	正常
583		亲体	40528845	3	2020.07.14-2 030.07.13	原始取得	正常
584		舒比奇微 SPA	40655514	5	2020.04.14-2 030.04.13	原始取得	正常
585		舒比奇倍盾	40657007	16	2020.04.14-2 030.04.13	原始取得	正常
586		舒比奇舒盾	40659083	5	2020.04.14-2 030.04.13	原始取得	正常
587		舒比奇柔盾	40659596	5	2020.04.14-2 030.04.13	原始取得	正常
588		舒比奇柔盾	40659753	16	2020.04.14-2 030.04.13	原始取得	正常
589		舒比奇微 SPA	40662627	16	2020.04.14-2 030.04.13	原始取得	正常
590		舒比奇舒盾	40665844	16	2020.04.14-2 030.04.13	原始取得	正常
591		舒比奇倍盾	40670345	5	2020.04.14-2 030.04.13	原始取得	正常
592		舒比奇护盾	40670479	16	2020.04.14-2 030.04.13	原始取得	正常
593		舒比奇敏盾	40678267	5	2020.04.14-2 030.04.13	原始取得	正常
594		舒比奇敏盾	40679883	16	2020.04.14-2 030.04.13	原始取得	正常

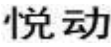
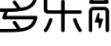
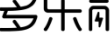
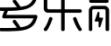
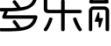
序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
595		舒比奇护盾	40680042	5	2020.04.14-2030.04.13	原始取得	正常
596		舒比奇	48830809	5	2021.04.07-2031.04.06	原始取得	正常
597		舒比奇 SUITSKY	64272969	10	2022.10.21-2032.10.20	原始取得	正常
598		悦动	13397030	5	2015.04.07-2035.04.06	原始取得	正常
599		初生时代 BORNSTYLE	13397043	24	2015.04.07-2035.04.06	原始取得	正常
600		初生时代 BORNSTYLE	13397082	5	2015.08.14-2035.08.13	原始取得	正常
601		纹路	13670530	18	2015.03.07-2035.03.06	原始取得	正常
602		纹路	13670558	25	2015.02.28-2035.02.27	原始取得	正常
603		纹路	13670581	5	2015.03.07-2035.03.06	原始取得	正常
604		纹路	13670622	10	2015.03.07-2035.03.06	原始取得	正常
605		恩玛 MUA	14007398	20	2015.03.14-2035.03.13	原始取得	正常
606		恩玛 MUA	14007417	28	2015.03.14-2035.03.13	原始取得	正常
607		恩玛 MUA	14007426	24	2015.04.14-2035.04.13	原始取得	正常
608		恩玛 MUA	14007434	16	2015.04.21-2035.04.20	原始取得	正常
609		恩玛 MUA	14007449	26	2015.03.14-2035.03.13	原始取得	正常
610		恩玛	14007455	10	2015.03.14-2035.03.13	原始取得	正常
611		恩玛	14007462	21	2015.04.21-2035.04.20	原始取得	正常
612		恩玛	14007473	5	2015.04.28-2035.04.27	原始取得	正常
613		MUA	14007516	12	2015.03.14-2035.03.13	原始取得	正常
614		MUA	14007558	10	2015.07.14-2035.07.13	原始取得	正常
615		MUA	14007581	21	2015.12.21-2035.12.20	原始取得	正常

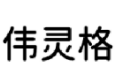
序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
616		舒比奇 SUITSKY	14708667	32	2015.06.28-2 035.06.27	原始取得	正常
617		舒比奇 SUITSKY	14708722	41	2015.06.28-2 035.06.27	原始取得	正常
618		舒比奇 SUITSKY	14708734	42	2015.06.28-2 035.06.27	原始取得	正常
619		舒比奇 SUITSKY	14708781	7	2015.06.28-2 035.06.27	原始取得	正常
620		舒比奇 SUITSKY	14708833	43	2015.06.28-2 035.06.27	原始取得	正常
621		舒比奇 SUITSKY	14708907	36	2015.06.28-2 035.06.27	原始取得	正常
622		三亲	15138451	5	2015.09.28-2 035.09.27	原始取得	正常
623		三亲	15138623	16	2015.09.28-2 035.09.27	原始取得	正常
624		高护	15172531	16	2015.10.07-2 035.10.06	原始取得	正常
625		高护	15172575	5	2015.10.07-2 035.10.06	原始取得	正常
626		初生时代	15622313	3	2015.12.21-2 035.12.20	原始取得	正常
627		初生时代	15622339	5	2015.12.21-2 035.12.20	原始取得	正常
628		初生时代	15622485	10	2015.12.21-2 035.12.20	原始取得	正常
629		初生时代	15622550	21	2015.12.21-2 035.12.20	原始取得	正常
630		初生时代	15622705	24	2015.12.21-2 035.12.20	原始取得	正常
631		纯兰	16349237	5	2016.04.07-2 026.04.06	原始取得	正常
632		纯兰	16349238	16	2016.04.07-2 026.04.06	原始取得	正常
633		金后	16478312	10	2016.05.28-2 026.05.27	原始取得	正常
634		金后	16478396	7	2016.04.28-2 026.04.27	原始取得	正常
635		金后	16478703	5	2016.06.28-2 026.06.27	原始取得	正常
636		金后	16478768	3	2016.07.28-2 026.07.27	原始取得	正常
637		金后	16478803	16	2016.04.28-2	原始取得	正常

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
					026.04.27		
638	金后	金后	16478864	11	2016.04.28-2 026.04.27	原始取得	正常
639	金后	金后	16479090	25	2016.06.28-2 026.06.27	原始取得	正常
640	金后	金后	16479113	24	2016.04.28-2 026.04.27	原始取得	正常
641	金后	金后	16479132	26	2016.04.28-2 026.04.27	原始取得	正常
642	金后	金后	16479161	18	2016.04.28-2 026.04.27	原始取得	正常
643	金后	金后	16479215	35	2016.04.28-2 026.04.27	原始取得	正常
644	百薇	百薇	16885182	5	2016.07.07-2 026.07.06	原始取得	正常
645	百薇	百薇	16885216	10	2016.07.28-2 026.07.27	原始取得	正常
646	百薇	百薇	16885232	7	2016.07.07-2 026.07.06	原始取得	正常
647	百薇	百薇	16885259	16	2016.07.07-2 026.07.06	原始取得	正常
648	百薇	百薇	16885288	22	2016.07.07-2 026.07.06	原始取得	正常
649	百薇	百薇	16885319	11	2016.07.28-2 026.07.27	原始取得	正常
650	百薇	百薇	16885332	26	2016.07.07-2 026.07.06	原始取得	正常
651	百薇	百薇	16885356	39	2016.07.07-2 026.07.06	原始取得	正常
652	百薇	百薇	16885391	44	2016.07.28-2 026.07.27	原始取得	正常
653	百薇	百薇	16885415	42	2016.07.07-2 026.07.06	原始取得	正常
654	百薇	百薇	16885416	40	2016.07.07-2 026.07.06	原始取得	正常
655	秀外	秀外	16960700	5	2016.09.07-2 026.09.06	原始取得	正常
656	秀外	秀外	16960812	10	2016.07.21-2 026.07.20	原始取得	正常
657	秀外	秀外	16960913	7	2016.07.21-2 026.07.20	原始取得	正常
658	秀外	秀外	16961074	21	2016.07.14-2 026.07.13	原始取得	正常
659	秀外	秀外	16961137	16	2016.07.21-2	原始取得	正常

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
					026.07.20		
660		秀外	16961235	24	2016.07.14-2026.07.13	原始取得	正常
661		秀外	16961324	22	2016.07.14-2026.07.13	原始取得	正常
662		秀外	16961383	44	2016.07.21-2026.07.20	原始取得	正常
663		秀外	16961433	40	2016.07.21-2026.07.20	原始取得	正常
664		秀外	16961567	39	2016.07.21-2026.07.20	原始取得	正常
665		珀净科技	17204996	5	2016.08.28-2026.08.27	原始取得	正常
666		珀净科技	17205045	16	2016.08.28-2026.08.27	原始取得	正常
667		珀净科技	17205113	10	2016.08.21-2026.08.20	原始取得	正常
668		珀净科技	17205185	25	2016.08.07-2026.08.06	原始取得	正常
669		沐	18661253	16	2017.05.21-2027.05.20	原始取得	正常
670		亲沐	18677084	5	2017.01.28-2027.01.27	原始取得	正常
671		亲沐	18677192	16	2017.01.28-2027.01.27	原始取得	正常
672		初生时代	24957323	3	2018.06.28-2028.06.27	原始取得	正常
673		初生时代	24966530	5	2018.06.21-2028.06.20	原始取得	正常
674		初生时代	24972273	24	2019.04.14-2029.04.13	原始取得	正常
675		初生时代	24972767	10	2018.09.21-2028.09.20	原始取得	正常
676		高护	27866764	5	2018.11.21-2028.11.20	原始取得	正常
677		初生时代	31878885	5	2022.06.28-2032.06.27	原始取得	正常
678		金呵	32648440	5	2019.04.14-2029.04.13	原始取得	正常
679		金呵	32651587	16	2019.10.14-2029.10.13	原始取得	正常
680		秀外	40433240	16	2020.04.07-2030.04.06	原始取得	正常
681		秀外	40436275	22	2020.04.07-2	原始取得	正常

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
					030.04.06		
682	秀外	秀外	40439403	39	2020.04.07-2030.04.06	原始取得	正常
683	秀外	秀外	40439518	5	2020.04.07-2030.04.06	原始取得	正常
684	秀外	秀外	40439543	7	2020.04.07-2030.04.06	原始取得	正常
685	秀外	秀外	40443130	24	2020.04.07-2030.04.06	原始取得	正常
686	秀外	秀外	40446236	10	2020.04.07-2030.04.06	原始取得	正常
687	秀外	秀外	40446281	21	2020.04.07-2030.04.06	原始取得	正常
688	秀外	秀外	40451865	44	2020.04.07-2030.04.06	原始取得	正常
689	秀外	秀外	40457494	40	2020.04.07-2030.04.06	原始取得	正常
690	三亲	三亲	40469257	5	2020.04.07-2030.04.06	原始取得	正常
691	初生时代	初生时代	40476593	3	2020.04.07-2030.04.06	原始取得	正常
692	高护	高护	40477581	16	2020.04.07-2030.04.06	原始取得	正常
693	初生时代	初生时代	40481053	10	2020.04.07-2030.04.06	原始取得	正常
694	初生时代	初生时代	40485631	21	2020.04.07-2030.04.06	原始取得	正常
695	三亲	三亲	40486926	16	2020.04.07-2030.04.06	原始取得	正常
696	恩玛	恩玛	40499995	10	2020.04.07-2030.04.06	原始取得	正常
697	恩玛 Mua	恩玛 MUA	40502647	20	2020.04.07-2030.04.06	原始取得	正常
698	恩玛 Mua	恩玛 MUA	40505851	24	2020.06.14-2030.06.13	原始取得	正常
699	恩玛	恩玛	40506038	21	2020.04.07-2030.04.06	原始取得	正常
700	恩玛 Mua	恩玛 MUA	40507483	28	2020.04.07-2030.04.06	原始取得	正常
701	恩玛 Mua	恩玛 MUA	40507711	16	2020.04.07-2030.04.06	原始取得	正常
702	恩玛 Mua	恩玛 MUA	40517154	26	2020.04.14-2030.04.13	原始取得	正常
703	恩玛	恩玛	40520129	5	2020.04.14-2	原始取得	正常

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
					030.04.13		
704		悦动	40548213	5	2020.07.28-2030.07.27	原始取得	正常
705		图形	59177859	35	2022.03.14-2032.03.13	原始取得	正常
706		图形	59179482	5	2022.03.14-2032.03.13	原始取得	正常
707		英氏	66387048	5	2023.02.28-2033.02.27	原始取得	正常
708		英氏忆格 ENOULITE	52284096	5	2022.08.07-2032.08.06	受让取得	正常
709		英氏小绿勺 计划	72000387	32	2023.12.14-2033.12.13	原始取得	正常
710		图形	71999937	8	2023.12.14-2033.12.13	原始取得	正常
711		英氏小绿勺 计划	71994386	29	2024.01.21-2034.01.20	原始取得	正常
712		图形	71991283	21	2023.12.14-2033.12.13	原始取得	正常
713		忆格	55617627	3	2023.05.14-2033.05.13	原始取得	正常
714		英氏忆格	71713237	32	2024.02.07-2034.02.06	原始取得	正常
715		多乐能	75298956	32	2024.05.07-2034.05.06	原始取得	正常
716		多乐能	75308394	5	2024.05.07-2034.05.06	原始取得	正常
717		多乐能	75315109	29	2024.05.07-2034.05.06	原始取得	正常
718		多乐能	75315120	30	2024.05.07-2034.05.06	原始取得	正常
719		SUITSKY	86881	5、16、30	2023.03.24-2033.03.24	原始取得	正常
720		WELLINGO	VR20801821	5、29、30、32	2018.09.12-2028.09.12	受让取得	正常
721		Wellingo	304475287	5、29、30、32	2018.03.28-2028.03.27	受让取得	正常
722		SUITSKY	960225	5	2023.8.10-2033.3.22	原始取得	正常

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
723		SUITSKY	KH/93424/23	5	2023/3/30-2033/3/30	原始取得	正常
724		SUITSKY	58220	5	2023/3/30-2033/3/30	原始取得	正常
725		SUITSKY	IDM001139347	5	2023.11.15-2033.3.24	原始取得	正常
726		SUITSKY	77407	5	2023.11.30-2033.3.24	原始取得	正常
727		英氏忆格 ENOULITE	63339498	5	2024.4.28-2034.4.27	原始取得	正常
728		英氏小绿勺 计划	71985514	5	2024.3.21-2034.3.20	原始取得	正常
729		TINIBITE FAMILY	75296515	30	2024.9.7-2035.9.6	原始取得	正常
730		TINIBITE 忆小口	75303371	29	2024.6.14-2034.6.13	原始取得	正常
731		英氏清清葆	75304971	5	2024.5.21-2034.5.20	原始取得	正常
732		英氏清清葆	75305032	32	2024.5.21-2034.5.20	原始取得	正常
733		TINIBITE FAMILY	75316404	29	2024.9.7-2034.9.6	原始取得	正常
734		五彩嘟嘟	77125283	32	2024.8.14-2034.8.13	原始取得	正常
735		伟灵格	77125289	30	2024.8.14-2034.8.13	原始取得	正常
736		WELLINGO 伟灵格	77126028	20	2024.9.7-2034.9.6	原始取得	正常
737		伟灵格	77126605	5	2024.8.28-2034.8.27	原始取得	正常
738		五彩嘟嘟	77127014	29	2024.10.21-2034.10.20	原始取得	正常
739		英氏忆格	77128575	30	2024.8.21-2034.8.20	原始取得	正常

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
740	Wellingo 伟灵格	WELLINGO 伟灵格	77128873	28	2024.8.21-2034.8.20	原始取得	正常
741		TINIBITE 忆小口	77130040	25	2024.9.7-2034.9.6	原始取得	正常
742		TINIBITE 忆小口	77130047	20	2024.9.7-2034.9.6	原始取得	正常
743	伟灵格	伟灵格	77131193	32	2024.8.21-2034.8.20	原始取得	正常
744	Wellingo 伟灵格	WELLINGO 伟灵格	77133359	8	2024.10.21-2034.10.20	原始取得	正常
745		TINIBITE 忆小口	77133398	16	2024.10.7-2034.10.6	原始取得	正常
746		TINIBITE 忆小口	77133404	18	2024.9.21-2034.9.20	原始取得	正常
747		TINIBITE 忆小口	77133410	28	2024.9.21-2034.9.20	原始取得	正常
748	Wellingo 伟灵格	WELLINGO 伟灵格	77135372	21	2024.9.7-2034.9.6	原始取得	正常
749		TINIBITE 忆小口	77136739	21	2024.9.14-2034.9.13	原始取得	正常
750	英氏	英氏	77137582	31	2024.9.21-2034.9.20	原始取得	正常
751	Wellingo 伟灵格	WELLINGO 伟灵格	77139293	18	2024.8.14-2034.8.13	原始取得	正常
752	Wellingo 伟灵格	WELLINGO 伟灵格	77140541	16	2024.8.21-2034.8.20	原始取得	正常
753	五彩嘟嘟	五彩嘟嘟	77140575	5	2024.8.14-2034.8.13	原始取得	正常
754	Wellingo	WELLINGO	77142087	32	2024.9.7-2034.9.6	原始取得	正常

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
755	五彩嘟嘟	五彩嘟嘟	77142980	30	2024.8.14-2034.8.13	原始取得	正常
756	 英氏忆格 Enoulite	英氏忆格 ENOULITE	77145545	31	2024.9.28-2034.9.27	原始取得	正常
757	英氏忆格	英氏忆格	77145878	29	2024.12.7-2034.12.6	原始取得	正常
758	Wellingo	WELLINGO	77146825	5	2024.9.28-2034.9.27	原始取得	正常
759	 TINIBITE 忆小口	TINIBITE 忆小口	77147064	8	2024.8.28-2034.8.27	原始取得	正常
760	 舒比奇 SUITSKY	舒比奇 SUITSKY	77147936	21	2024.9.7-2034.9.6	原始取得	正常
761	挚护米粉	挚护米粉	77398221	30	2024.9.28-2034.9.27	原始取得	正常
762	英氏恬妈	英氏恬妈	78470332	35	2024.10.28-2034.10.27	原始取得	正常
763	 舒比奇 SUITSKY	SUITSKY 舒比奇	79352901	24	2024.12.14-2034.12.13	原始取得	正常
764	 舒比奇 SUITSKY	舒比奇 SUITSKY	77295326	18	2024.10.28-2034.10.27	原始取得	正常
765	 舒比奇 SUITSKY	舒比奇 SUITSKY	77295331	20	2024.11.7-2034.11.6	原始取得	正常
766	 舒比奇 SUITSKY	舒比奇 SUITSKY	77311628	28	2024.9.7-2034.9.6	原始取得	正常
767	亲衡	亲衡	75301534	30	2024.7.7-2034.7.6	原始取得	正常
768	海倍智	海倍智	77298303	5	2024.9.7-2034.9.6	原始取得	正常
769	多乐能	多乐能	77298948	30	2024.8.28-2034.8.27	原始取得	正常

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
770		多乐能	77302184	5	2024.8.28-2034.8.27	原始取得	正常
771		舒比奇 SUITSKY	77302349	8	2024.9.7-2034.9.6	原始取得	正常
772		英氏小绿勺计划	71987338	30	2025.01.21-2035.01.20	原始取得	正常
773		英氏忆格 ENOULITE	77142068	30	2025.01.14-2035.01.13	原始取得	正常
774		ENOULITE	81121879	25	2025.03.14-2035.03.13	原始取得	正常
775		ENOULITE	81125630	8	2025.03.14-2035.03.13	原始取得	正常
776		ENOULITE	81125995	11	2025.03.14-2035.03.13	原始取得	正常
777		ENOULITE	81129494	28	2025.03.14-2035.03.13	原始取得	正常
778		ENOULITE	81129501	16	2025.03.14-2035.03.13	原始取得	正常
779		ENOULITE	81131306	9	2025.03.14-2035.03.13	原始取得	正常
780		ENOULITE	81135362	6	2025.03.14-2035.03.13	原始取得	正常
781		ENOULITE	81140843	18	2025.03.14-2035.03.13	原始取得	正常
782		ENOULITE	81140846	20	2025.03.14-2035.03.13	原始取得	正常
783		ENOULITE	81140849	24	2025.03.14-2035.03.13	原始取得	正常
784		ENOULITE	81142408	12	2025.03.21-2035.03.20	原始取得	正常

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况
785	Wellingo 伟灵格	WELLINGO 伟 灵格	77145504	25	2025. 03. 21- 2035. 03. 20	原始取得	正常
786	Wellingo 伟灵格	WELLINGO 伟 灵格	77139506	24	2025. 04. 21- 2035. 04. 20	原始取得	正常
787	采智	采智	75305002	5	2025. 05. 28- 2035. 05. 27	原始取得	正常
788	采智	采智	75306871	30	2025. 05. 28- 2035. 05. 27	原始取得	正常
789	采智	采智	80837508	30	2025. 06. 14- 2035. 06. 13	原始取得	正常
790		亲体	79323936	3	2025. 01. 07- 2035. 01. 06	原始取得	正常
791		亲体	79369619	16	2025. 03. 14- 2035. 03. 13	原始取得	正常
792		舒比奇 SUITSKY	79375216	16	2025. 05. 14- 2025. 05. 13	原始取得	正常
793		亲体	79364921	24	2025. 01. 14- 2035. 01. 13	原始取得	正常
794	英氏 Enoulite	英氏 ENOULITE	IDM001310 348	30	2024. 07. 25- 2034. 07. 25	原始取得	正常
795	英氏 Enoulite	英氏 ENOULITE	1839480	5、29、 32	2024. 09. 30- 2034. 09. 30	原始取得	正常

附件 2

序号	专利号	专利名称	类型	授权日	申请人	所有权人	取得方式
1	ZL201110280558.6	一种利于睡眠与清火的婴幼儿固体饮料的制备方法	发明	2013 年 3 月 6 日	英氏营养	英氏控股	继受取得
2	ZL201410109402.5	一种婴儿用浴泡球及其制备方法	发明	2016 年 3 月 30 日	吴加英	英氏控股	继受取得
3	ZL201610502672.1	混合芯体及其制作工艺	发明	2022 年 8 月 5 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
4	ZL201910503650.0	一种简单的 Online 厚密度及质量分布测量装置	发明	2022 年 2 月 18 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
5	ZL201620032674.4	卫生用品压花面料	实用新型	2016 年 8 月 31 日	湖南舒比奇	英氏控股	继受取得
6	ZL201620159160.5	不伤肤弹性带	实用新型	2016 年 10 月 12 日	湖南舒比奇	英氏控股	继受取得
7	ZL201620677325.8	混合芯体	实用新型	2017 年 6 月 30 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
8	ZL201620720532.7	一种记忆拉伸成长裤	实用新型	2017 年 4 月 12 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
9	ZL201621193038.6	一种瞬洁多孔槽卫生巾	实用新型	2017 年 11 月 17 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
10	ZL201621193574.6	一种利于导流和扩散的 3D 面料及 3D 面料生产设备	实用新型	2017 年 11 月 17 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
11	ZL201621279508.0	一种快速吸水面层及防红臀纸尿裤	实用新型	2017 年 12 月 8 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
12	ZL201621488262.8	吸液芯体以及纸尿裤	实用新型	2018 年 1 月 26 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
13	ZL201621492181.5	防侧漏吸液芯体以及穿戴设备	实用新型	2018 年 1 月 26 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
14	ZL201720881186.5	一种透气成长裤及成长裤系统	实用新型	2019 年 3 月 5 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
15	ZL201720886517.4	一种下料模具以及高吸水性树脂下料器	实用新型	2018 年 3 月 30 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
16	ZL201720886632.1	复合纸芯体以及纸尿裤	实用新型	2019 年 3 月 26 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
17	ZL201721719684.6	一种含三梳理机的纺织加工装置及纺织加工系统	实用新型	2018 年 9 月 28 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
18	ZL201820189437.8	一种透气的纸尿裤	实用	2019 年	英氏	英氏	原始

序号	专利号	专利名称	类型	授权日	申请人	所有人	取得方式
		裤及个人卫生用品	新型	5月7日	控股	控股	取得
19	ZL201820199420.0	一种压花的纸尿裤布及纸尿裤	实用新型	2019年4月19日	英氏控股	英氏控股	原始取得
20	ZL201821500451.1	3D面料及卫生吸收垫	实用新型	2019年8月13日	英氏控股	英氏控股	原始取得
21	ZL201821500457.9	透气底层及卫生吸收垫	实用新型	2019年8月13日	英氏控股	英氏控股	原始取得
22	ZL201821576232.1	表层防反渗护臀结构及卫生吸收垫	实用新型	2019年9月10日	英氏控股	英氏控股	原始取得
23	ZL201821576475.5	纵贯瞬吸通道护臀结构及卫生吸收垫	实用新型	2019年9月10日	英氏控股	英氏控股	原始取得
24	ZL201920748715.3	一种逆向漏斗式多次穿透瞬吸复合芯体	实用新型	2020年4月21日	英氏控股	英氏控股	原始取得
25	ZL201921031726.6	一种空气胶囊护垫腰围成长裤	实用新型	2020年8月11日	英氏控股	英氏控股	原始取得
26	ZL201921165989.6	一种表层中间亲水两侧拒水的内循环吸收纸尿裤	实用新型	2020年7月3日	英氏控股	英氏控股	原始取得
27	ZL201921426819.9	一种5D吸收芯体	实用新型	2020年11月27日	英氏控股	英氏控股	原始取得
28	ZL201921769094.3	一种用于吸收制品检测的自动加液控制系统	实用新型	2020年9月15日	英氏控股	英氏控股	原始取得
29	ZL201922130904.7	一种定点固结双层3D面料	实用新型	2021年2月9日	英氏控股	英氏控股	原始取得
30	ZL202021323907.9	一种设置有导流条的蓬松无纺布及其吸收芯体	实用新型	2021年4月27日	英氏控股	英氏控股	原始取得
31	ZL202021323939.9	一种用于婴儿成长裤的橡筋胶施胶结构	实用新型	2021年6月8日	英氏控股	英氏控股	原始取得
32	ZL202022250935.9	一种定点穿透式防反渗的复合芯体	实用新型	2021年5月4日	英氏控股	英氏控股	原始取得
33	ZL202022251503.X	一种纸尿裤弹性部件生产设备	实用新型	2021年8月6日	英氏控股	英氏控股	原始取得
34	ZL202022784690.8	一种婴儿米粉研磨装置	实用新型	2021年7月30日	英氏控股	英氏控股	原始取得
35	ZL202023129088.7	一种微生物快速检测装置	实用新型	2022年3月4日	英氏控股	英氏控股	原始取得
36	ZL202023210697.5	一种具有分段式施胶通道的成长裤	实用新型	2022年8月5日	英氏控股	英氏控股	原始取得
37	ZL202023261149.5	一种多层防侧漏	实用	2021年	英氏	英氏	原始

序号	专利号	专利名称	类型	授权日	申请人	所有人	取得方式
		结构运动成长裤	新型	11 月 30 日	控股	控股	取得
38	ZL202023266626.7	一种可生物降解的运动成长裤	实用新型	2022 年 2 月 11 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
39	ZL202121488629.7	一种复合芯体结构及吸收用品	实用新型	2022 年 4 月 26 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
40	ZL202123185741.6	一种具有高透气性且柔性的成长裤	实用新型	2022 年 9 月 13 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
41	ZL202123207461.0	一种多次吸收的高效导流性复合芯体	实用新型	2023 年 1 月 6 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
42	ZL202221652454.3	一种干爽型纸尿裤结构	实用新型	2023 年 5 月 23 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
43	ZL202130156727.X	环保型防盗奶粉盖	外观设计	2021 年 8 月 17 日	上海洁诺德塑胶制品有限公司、英氏控股	英氏控股	原始取得
44	ZL201630527111.8	扣罐盖	外观设计	2017 年 4 月 19 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
45	ZL202230209355.7	磨牙饼干（玉米形 1）	外观设计	2022 年 8 月 5 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
46	ZL202230209449.4	磨牙饼干（玉米形 2）	外观设计	2022 年 8 月 5 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
47	ZL202230209668.2	勺子（果泥）	外观设计	2022 年 10 月 4 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
48	ZL202230316250.1	面条	外观设计	2022 年 9 月 20 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
49	ZL202230482878.9	面制品（大象造型）	外观设计	2022 年 12 月 13 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
50	ZL202230482947.6	面制品（海马造型）	外观设计	2022 年 12 月 13 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
51	ZL202230507806.5	面制品（海豚造型）	外观设计	2022 年 12 月 13 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
52	ZL202230549279.4	面制品（长颈鹿造型）	外观设计	2022 年 12 月 13 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
53	ZL202230550362.3	面制品（小鱼造型）	外观设计	2022 年 12 月 13 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
54	ZL202230634785.3	包装袋（番茄酱）	外观设计	2023 年 3 月 17 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
55	ZL202230548950.3	面制品（猴子造型）	外观设计	2023 年 2 月 3 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
56	ZL202230535276.5	面制品（松鼠造型）	外观设计	2023 年 2 月 3 日	英氏控股	英氏控股	原始取得

序号	专利号	专利名称	类型	授权日	申请人	所有人	取得方式
57	ZL202330330215.X	纸尿裤（新生儿）	外观设计	2023 年 10 月 20 日	英氏控股	英氏控股	原始取得
58	ZL201630133338.4	磨牙棒（玉米型）	外观设计	2016 年 10 月 12 日	英氏乳业	英氏乳业	原始取得
59	ZL202122519072.5	一种物料降温装置	实用新型	2022 年 4 月 26 日	江西枫树	江西枫树	原始取得
60	ZL202122520705.4	原料除杂装置	实用新型	2022 年 4 月 26 日	江西枫树	江西枫树	原始取得
61	ZL201620364426.X	星云状 3D 花型结构	实用新型	2016 年 10 月 12 日	湖南舒比奇	湖南舒比奇	原始取得
62	ZL202130609467.7	纸尿裤包装袋（抱抱云-抑菌）	外观设计	2022 年 4 月 29 日	湖南舒比奇	湖南舒比奇	原始取得
63	ZL202130609468.1	纸尿裤包装袋（抱抱云-维 E）	外观设计	2022 年 4 月 29 日	湖南舒比奇	湖南舒比奇	原始取得
64	ZL202130609469.6	纸尿裤包装袋（抱抱云-乳木果）	外观设计	2022 年 3 月 22 日	湖南舒比奇	湖南舒比奇	原始取得
65	ZL202130609470.9	纸尿裤包装袋（抱抱云-薄荷）	外观设计	2022 年 3 月 22 日	湖南舒比奇	湖南舒比奇	原始取得
66	ZL202210574578.2	一种儿童食用米粉、鱼粉及其制备和应用	发明	2023 年 7 月 28 日	中南林业科技大学	英氏营养	继受取得
67	ZL202211232700.4	一种稻米预制发酵饮品及其发酵方法	发明	2023 年 10 月 3 日	中南林业科技大学	英氏营养	继受取得
68	ZL202321822157.3	一种蒸汽泄压罐的自调泄压机构	实用新型	2024 年 1 月 9 日	英氏营养	英氏营养	原始取得
69	ZL202321740428.0	一种水蒸气冷凝回收罐	实用新型	2024 年 2 月 13 日	英氏营养	英氏营养	原始取得
70	ZL202321774031.3	滚筒干燥除异色检测剔除装置	实用新型	2024 年 3 月 12 日	英氏营养	英氏营养	原始取得
71	ZL202330521719.X	泡罩包装板（一周日历打卡）	外观设计	2024 年 3 月 12 日	英氏营养	英氏营养	原始取得
72	ZL202330482925.4	磨牙棒（波浪纹打孔造型）	外观设计	2024 年 3 月 12 日	英氏营养	英氏营养	原始取得
73	ZL202322404862.8	一种大米磨粉的碾压粉碎机构	实用新型	2024 年 4 月 5 日	英氏营养	英氏营养	原始取得
74	ZL202322317883.6	一种大米磨粉的预破碎机构	实用新型	2024 年 4 月 5 日	英氏营养	英氏营养	原始取得
75	ZL202321686046.4	一种工艺用水热回收节能机构	实用新型	2024 年 4 月 5 日	英氏营养	英氏营养	原始取得
76	ZL202322469334.0	一种大米清洗烘	实用	2024 年	英氏	英氏	原始

序号	专利号	专利名称	类型	授权日	申请人	所有人	取得方式
		干机构	新型	5月14日	营养	营养	取得
77	ZL202322777091.7	一种意面连续挤压机的清洁装置	实用新型	2024年5月14日	英氏营养	英氏营养	原始取得
78	ZL202330490877.3	磨牙棒（颗粒波浪纹造型）	外观设计	2024年5月14日	英氏营养	英氏营养	原始取得
79	ZL202330521641.1	面制品（六角弯通面）	外观设计	2024年5月14日	英氏营养	英氏营养	原始取得
80	ZL202330490878.8	磨牙棒（玉米颗粒造型）	外观设计	2024年5月10日	英氏营养	英氏营养	原始取得
81	ZL202330588540.6	果糕	外观设计	2024年06月28日	英氏营养	英氏营养	原始取得
82	ZL202322869000.2	一种冷冻鱼肉的鱼皮清除设备	实用新型	2024年07月02日	英氏营养	英氏营养	原始取得
83	ZL202322939847.3	一种具有清洁功能的隧道烘箱	实用新型	2024年07月02日	英氏营养	英氏营养	原始取得
84	ZL202330819134.6	意面（太空人形状）	外观设计	2024年11月08日	英氏营养	英氏营养	原始取得
85	ZL202330838165.6	意面（宇宙飞船形状）	外观设计	2024年11月08日	英氏营养	英氏营养	原始取得
86	ZL202330856531.0	意面（宇宙卫星形状）	外观设计	2024年11月08日	英氏营养	英氏营养	原始取得
87	ZL202420466497.5	一种果蔬汁饮品包装袋	实用新型	2024年12月17日	英氏营养	英氏营养	原始取得
88	ZL202430137284.3	包装袋（果蔬汁饮品包）	外观设计	2024年12月17日	英氏营养	英氏营养	原始取得
89	ZL202330731000.9	磨牙棒（仿生玉米型）	外观设计	2024年08月02日	英氏营养	英氏营养	原始取得
90	ZL202330803763.X	意面（火箭形状）	外观设计	2024年11月08日	英氏营养	英氏营养	原始取得
91	ZL202430305644.6	包装罐（婴幼儿米粉分阶系列）	外观设计	2025年01月14日	英氏控股	英氏控股	原始取得
92	ZL202430305696.3	包装盒（婴幼儿米粉分阶系列）	外观设计	2025年01月14日	英氏控股	英氏控股	原始取得
93	ZL202430307073.X	饼干（货车）	外观设计	2025年01月14日	英氏营养	英氏营养	原始取得
94	ZL202430307115.X	饼干（挖掘机）	外观设计	2025年01月14日	英氏营养	英氏营养	原始取得
95	ZL202430307060.2	饼干（火箭）	外观设计	2025年01月14日	英氏营养	英氏营养	原始取得
96	ZL202430307113.0	饼干（搅拌车）	外观设计	2025年01月14日	英氏营养	英氏营养	原始取得
97	ZL202430307131.9	酥酥饼干（爱心）	外观设计	2025年01月14日	英氏营养	英氏营养	原始取得
98	ZL202430324208.3	饼干塑罐	外观设计	2025年01月14日	英氏营养	英氏营养	原始取得
99	ZL202430324214.9	塑料桶（英氏爆米花）	外观设计	2025年01月14日	英氏营养	英氏营养	原始取得

序号	专利号	专利名称	类型	授权日	申请人	所有权人	取得方式
100	ZL202430200755.0	吸吸袋（苹果造型）	外观设计	2025 年 03 月 11 日	英氏营养	英氏营养	原始取得
101	ZL202430584677.9	饼干（曲奇饼企鵝）	外观设计	2025 年 05 月 16 日	英氏营养	英氏营养	原始取得
102	ZL202430584678.3	饼干（曲奇饼熊猫）	外观设计	2025 年 05 月 20 日	英氏营养	英氏营养	原始取得