(上接C58版) 股份数量(万 持股比例 股份数量(万股) 持股比例 重望耀晖 9,758.50 25.35% 9,758.50 温氏投资 2,591.36 6.73% 2,591.36 铭耀资产 2,369.25 6.15% 2,369.25

17,731.00 41.45% 22.81% 6.069 5.54% 通鹏信 4.62% 4.15% 1,258.80 2.94% 1,258.80 3.27% 原元投资 1,142.50 2.97% 1,142.50 2.67% 1,098.70 2.85% 光元投资 1,098.70 2.579 592.31 9 通元优科 592.31 1.54% 1.38% 10 180.65 0.47% 180,65 0.42% 11 社会公众股 4.277.78 10.00% 二)发行人前十名股东情况

股东名和 前内非国有法*)* 股 复元商贸 17,731.00 46.05% 9,758.50 25.35% 重望耀晖 境外法人股 温氏投资 6.73% 铭耀资 2,369.25 6.15% 境内非国有股 通鹏信 1,776.94 4.62% 境内非国有股 3.27% 原元投资 2.97% 境内非国有股 1,142.50 1.098.70 2.85% 境内非国有股 1.54% 境内非国有股 通元优科 592.31 180.65 0.47% 境内非国有股 10 38,500.00 100.00%

(三)本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持 股比例

1. 温氏投资与齐创共享

齐创共享为温氏投资受托管理的私募基金。

截至本招股意向书摘要签署日,温氏投资、齐创共享的持股

持股数量(万股) 温氏投资 2,591.36 齐创共享 180.65 2、通鹏信与通元优科

通鹏信为宁波通元致瓴投资管理合伙企业(有限合伙)受托 管理的私募基金, 通元优科为浙江通元资本管理有限公司受托 管理的私募基金;其中,浙江通元资本管理有限公司为宁波通元 致领投资管理合伙企业(有限合伙)的执行事务合伙人

截至本招股意向书摘要签署日,通鹏信、通元优科的持股情

4.62% 通元优科 592.31 1.54% 3 复元商贸与汇元投资 原元投资和光元投资

复元商贸干2017年8月与汇元投资、原元投资和光元投资= 家员工持股平台签署《股东表决权委托协议》,约定光元投资、汇 元投资和原元投资不可撤销地将其各自在发行人股东大会的表 决权(合计9.09%)委托给复元商贸,按照复元商贸的意愿和决策 行使该部分表决权,委托期限自委托协议签署生效之日至员工 持股平台不再持有公司股份之日。

截至本招股意向书摘要签署日,复元商贸、汇元投资、原元

投资和	投资和光元投资的持股情况如下:						
序号	股东名称	持股数量(万股)	持股比例				
1	复元商贸	17,731.00	46.05%				
2	汇元投资	1,258.80	3.27%				
3	原元投资	1,142.50	2.97%				
4	光元投资	1,098.70	2.85%				

除上述关联关系以外, 本次发行前各股东之间不存在其他 关联关系

四、发行人主营业务情况

(一)发行人的主营业务及设立以来变化情况

公司主要从事一次性卫生用品的研发、生产和销售,是国内 一次性卫生用品行业的知名综合性企业。公司坚持"让生活更阳 光灿烂"的企业使命,秉承"为消费者创造更大价值"的经营理 念,依托自有品牌,主要采取自主研发和生产的模式,以经销商 KA和电商平台为主要销售渠道,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,主要涵盖卫生巾、婴儿 纸尿裤、成人失禁用品等领域。此外,公司把握行业发展现状及 机遇,凭借较高的市场知名度、良好的产品质量、先进的生产设 备和工艺技术,采取ODM销售的合作模式,为消费品企业设计

备和工艺技术,米取ODM销售的后下序以,2019从明显是一个不开发和生产卫生巾、纸尿裤等产品。 目前,公司旗下拥有"自由点"、"妮爽"、"好之"、"丹宁"等风格独特、个性鲜明的品牌,"自由点"、"妮爽"为卫生巾品牌,分别定位于中高端产品和大众产品;"好之"为婴儿纸尿裤品牌,定位于中高端产品;"丹宁"为成人失禁用品品牌,定位于中高端产品,均具有较高的品牌知名度和市场美誉度。其中,"自由点"品牌立一些进一时间的名称""妮爽"、"好之"品牌商标荣获"重 牌商标荣获"中国驰名商标";"妮爽"、"好之"品牌商标荣获"重庆市著名商标"。公司在一次性卫生用品领域深耕多年,依靠多 品牌、差异化的发展战略,专注打造中国一次性卫生用品领域的 民族领先品牌,市场开发和品牌营销模式愈发成熟和丰富。

根据尼尔森的统计数据。2015-2018年全国商超渠道销售额 份额排名中,公司卫生巾产品的市场份额在本土厂商中连续四 年排名第四,婴儿纸尿裤产品的市场份额在本土厂商中连续图 公司已发展成为国内卫生巾和婴儿纸尿裤市场的

与此同时,公司坚持自主研发和生产的经营思路,已建立起 制和供应链管理体系,为公司的健康发展提供了有力支撑

公司自设立以来,始终专注于卫生巾、纸尿裤等一次性卫生 用品业务, 主营业务未发生重大变化。

(二)主要产品及其用涂 公司主要产品包括卫生巾、婴儿纸尿裤和成人失禁用品等, 主要品牌包括"自由点"、"妮爽"、"好之"、"丹宁"等。其中,"自由 、"妮爽"为卫生巾品牌,分别定位于中高端产品和大众产品; 好之"为婴儿纸尿裤品牌,定位于中高端产品;"丹宁"为成人失 禁用品品牌,定位于中高端产品。

产品类别	主要功能	品牌	品牌理念	主要产品系列
₽₩ħ	主要用于女性月经未 油叶吸收经血,使经	TO THE STREET	白由、書春	隐形系列、无感无忧素 列、无感 7 日系列、推 推君系列、安晤裤系 列、由我浩克系列等
ETIN	新女件健康、舒适	J 616	清野、健康	云呼吸系列、闪吸系 列、清清实系列、清洁 瓶浆系列等
婴儿 纸示裤	主要用于婴幼儿排尿 时吸收尿液、防湿。 使婴幼儿干寅、舒适	Ploudge	彩道、快乐	超摩全能系列、特德特 索系列、 薄页透气系 列、汽泽系列、 学步调 系列等
成人 失禁用品	主要为不同失禁程度 以及术后、产后或行 就不便的人士提供的 清保护,减轻其失势。 排便因故	Darling.	安全、健康	成人纸层据系列、成人 纸层片系列、成人护理 垫系列等

(三)发行人主要经营模式 公司主要采取"产、供、销"一体化的业务模式,覆盖从产品 研发设计、原材料采购、生产到销售等各个环节,实现了对产业 链各个环节直接、及时和有效地协同控制。

1、采购模式 公司坚持以市场为导向,根据销售计划、生产计划和物料需 求计划及原材料库存情况等因素,制定合理的采购计划,选择合 格的供应商,进行原辅材料的采购。

公司销售部门提供月销售预测量,供应链管理部生管科根 据月销售预测量下达物料采购计划给供应链管理部采购科。采 购科根据物料采购计划在《合格供应商目录》中选择供应商并 达采购订单。物资人厂后,供应链管理部仓储科联系原材料检验 员对所采购物资进行取样、检测,并记录来料数量。采购物资经 检验员检测合格后,仓储科依据采购订单进行收货。

公司采取自主生产为主、OEM外协生产为辅的生产模式, 具体情况如下:

(1)白丰牛产模式

公司的卫生巾和婴儿纸尿裤产品主要为自主生产。在自主 生产模式下,公司自主完成产品的功能、外观和包装设计,按照 "品设计及生产工艺要求,采购原辅材料,依靠自有生产技术、 生产设备和生产人员组织生产,按照生产流程完成产品的制造。

公司自主生产的主要流程包括: ①公司在保证一定的库存 商品安全边际基础上,由供应链管理部生管科根据每个月的销 售计划编制生产计划和物料需求计划,并下达给生产部门,同时 身任务备份给供应链管理部采购科和仓储科作为采购和发料依 据;②供应链管理部根据生产任务,核算生产原材料,并及时发 放到生产部门; ③生产部门根据生产任务, 对接收原材料进行确 认,操作员和巡检员对原材料进行再确认,确认无误后投入生产 使用;④生产过程中,专门的巡检人员依据各项作业标准对产品 进行检验,并记录检验结果;⑤产品入库前,再次进行检验,检验 合格的产品由成品检验员在入库单上签字确认质量合格;⑥检 验合格的成品由成品周转员进行数量种类确认交接后,成品周

转员将成品转运至成品库 (2)OEM外协生产模式

公司的成人失禁用品产品以及少量新品类的卫生巾和婴儿 纸尿裤产品采取OEM外协生产模式进行生产。在OEM外协生产 模式下,公司采用"包工包料"的委托加工模式,即按照自身产品 设计及生产工艺要求委托第三方生产厂商采购原辅材料、负责

公司OEM外协生产的主要流程包括: ①对于首批生产的 OEM外协产品,公司会进行产品技术标准评审、细节考察等质 量控制;②公司对OEM外协厂商进行考察打样、检样,合格后封 样备检;③与OEM外协厂商签订合同,并下单生产;④OEM外协

厂商完成订单生产后交付公司验收。

报告期内,公司主要采取经销模式、KA模式和电商模式的 方式进行产品销售。此外,公司还采取ODM销售的合作模式,为 消费品企业设计、开发和生产卫生巾、纸尿裤等产品。 (1) 经销模式

公司与经销客户签订经销合同, 以卖断方式向经销商销售 产品,经销商在经销合同约定的地域内主要通过大卖场、大型超 市、小型超市、便利店等零售终端将产品销售给终端消费者。在 经销模式下,公司借助经销商的渠道资源开拓市场,迅速提高品 牌知名度、实现快速扩张

对于经销模式,公司的定价政策是在综合考虑产品的品牌 定位、目标消费群体以及市场竞争情况等因素的基础上,通过对 产品生产成本附加一定合理利润空间,确定各个规格、型号产品 的统一经销商出厂价,并对经销商对外销售价格给予明确指导。 原则上,公司对经销商客户采取"先款后货"的结算模式。

公司制定了严格的经销商遴选标准。主要差容经销商客户 的资金实力、渠道控制力、人力资源配置、仓储和物流配送能力、 产品了解及推广能力、资源整合能力及市场拓展能力等方面。公 司通过向经销商推行统一的销售政策,并提供定期培训、终端销 售指导和各类促销支持等营销手段,确保销售终端的运营效率 和管理水平

(2)KA模式

公司一般与KA客户(主要为大卖场、大型超市等客户)的总 部或区域性总部洽谈合作事宜,并签订年度框架销售合同,由 KA客户主要采用委托代销的方式直接向终端消费者销售公司 产品。目前,公司的KA客户主要包括永辉超市、新世纪百货、沃 尔玛、家乐福、步步高等国内外知名的大型连锁超市和大卖场。

KA客户根据其经营情况向公司下达订单,公司销售平台或 销售内勤审核订单后,由供应链管理部按照订单向KA客户发 货,经与KA客户对账结算之后,KA客户在付款限期内支付货 款。在KA模式下,公司产品定价基础与经销模式总体思路保持 -致,但会根据KA渠道与经销商渠道下游的差异作出一定的调 整,通常而言,公司供货给KA渠道的价格要高于经销商渠道。在 结算方面,公司与KA客户主要以委托代销的方式展开合作,按 照合同的约定通常给予对方一定的信用期。

(3)电商模式

公司主要通过在天猫、淘宝、京东等第三方电商平台上开设 直营店直接向终端消费者销售商品,按照第三方电商平台的标 准条款开店和运营管理。

一般情况下,消费者在电商平台下单购买后,公司核对订单 后发货,并通过第三方物流公司配送。

(4)ODM销售模式 公司凭借较高的市场知名度、良好的产品质量、先进的生产 设备和工艺技术,吸引了行业内部分消费品企业与公司接洽并 寻求合作。公司顺应行业发展现状和竞争格局,把握行业发展机 遇,与该类消费品企业形成稳定的合作关系,发挥各自比较优

在ODM销售模式下,公司根据客户要求的型号、规格和其 他需求,自主进行设计、开发和生产产品,经客户对产品检验通 过并贴上客户指定品牌后,按约定价格将产品以卖断的方式销 售给客户,并主要以"先款后货"的形式与客户结算。

(四)主要产品的原材料和能源及其供应情况 1、主要原材料的采购情况

公司产品生产所需的主要原材料包括无纺布、膜、高分子 胶、无尘纸和浆板等。报告期内,公司主要原材料的采购情况如

采购类别	项目	2019年度	2018年度	2017年度
	采购金额(万元)	13,706.62	11,468.12	8,321.32
无纺布	占采购总额的比例	24.48%	22.09%	20.98%
/L5/J1/I	采购数量(万千克)	673.59	577.88	467.43
	平均单价(元/千克)	20.35	19.84	17.80
	采购金额(万元)	7,186.24	6,001.61	4,974.65
膜	占采购总额的比例	12.84%	11.56%	12.54%
腴	采购数量(万千克)	488.12	421.73	375.03
	平均单价(元/千克)	14.72	14.23	13.26
	采购金额(万元)	6,171.72	5,685.44	4,095.45
高分子	占采购总额的比例	11.02%	10.95%	10.33%
尚分十	采购数量(万千克)	592.72	537.73	424.91
	平均单价(元/千克)	10.41	10.57	9.64
	采购金额(万元)	2,957.82	2,629.83	2,085.68
胶	占采购总额的比例	5.28%	5.07%	5.26%
EX.	采购数量(万千克)	153.05	138.05	110.92
	平均单价(元/千克)	19.33	19.05	18.80
	采购金额(万元)	3,658.81	3,034.93	2,291.80
无尘纸	占采购总额的比例	6.53%	5.85%	5.78%
无尘纸	采购数量(万千克)	330.41	286.62	223.05
	平均单价(元/千克)	11.07	10.59	10.27
	采购金额(万元)	1,385.27	1,225.11	1,361.85
浆板	占采购总额的比例	2.47%	2.36%	3.43%
水似	采购数量(万千克)	241.60	235.12	293.98
	平均单价(元/千克)	5.73	5.21	4.63

公司产品生产所需的能源主要为电力。报告期内,公司产品

耗用的电力采购情况如下:					
项目	2019年度	2018年度	2017年度		
采购金额(万元)	1,066.21	1,098.25	885.81		
占生产成本的比例	1.79%	2.02%	2.08%		
采购数量(万千瓦时)	1,833.23	1,866.58	1,522.53		
亚均单价(元/千万时)	0.59	0.50	0.58		

注:2019年,根据重庆市经济和信息化委员会《关于公布 2019年第四批降低用电成本工业企业名单》的通知,公司当期可 按照相关政策对实际用电数量予以冲减一部分,进而 司2019年采购电力数量和金额较上期略有降低。

3、前五大供应商的采购情况 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:

期间	序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额	占采购总 额的比例
	1	南六企业(平湖)有限公司	无纺布	3,898.38	6.96%
	2	重庆壮大包装材料有限 公司	膜、网面	2,552.64	4.56%
2019年	3	重庆四平泰兴塑料包装 有限公司	包装材料	2,426.82	4.33%
度	4	佛山市南海区科思瑞迪 材料科技有限公司	膜	2,295.12	4.10%
	5	厦门延江新材料股份有 限公司	无纺布	2,233.42	3.99%
		合计	-	13,406.37	23.94%
	1	南六企业(平湖)有限公司	无纺布	3,484.95	6.71%
	2	杭州豪悦护理用品股份 有限公司	婴儿纸尿裤、 卫生巾	2,791.28	5.38%
2018年	3	重庆四平泰兴塑料包装 有限公司	包装材料	2,579.35	4.97%
度	4	重庆壮大包装材料有限 公司	膜、网面	2,377.23	4.58%
	5	重庆陶氏纸业有限公司	无尘纸、离型 纸	2,310.98	4.45%
		合计	-	13,543.78	26.08%
	1	重庆壮大包装材料有限 公司	膜、网面	2,770.55	6.98%
2017年 度	2	重庆四平泰兴塑料包装 有限公司	包装材料	2,040.21	5.14%
	3	重庆陶氏纸业有限公司	离型纸、无尘 纸	1,987.65	5.01%
	4	南六企业(平湖)有限公司	无纺布	1,788.25	4.51%
	5	宜兴丹森科技有限公司	高分子	1,681.48	4.24%
		合计	-	10,268.13	25.89%

注: 重庆四平泰兴塑料包装有限公司所述采购金额包括其 母公司重庆四平塑料包装股份有限公司的采购金额。 报告期内,公司不存在向单个供应商的采购比例超过总额 的50%或严重依赖于少数供应商的情形。公司董事、监事、高级管 理人员、主要关联方及持有公司5%以上股份的股东在上述供应

商中未占有任何权益 (五)发行人的行业地位

公司自成立以来,始终专注于卫生巾、婴儿纸尿裤、成人失 禁用品等一次性卫生用品的研发、生产和销售,致力于为各年龄 段消费人群提供安全、舒适和高品质的个人健康护理产品,是国 内一次性卫生用品行业的知名综合性企业。公司经过多年的发 展,在国内一次性卫生用品市场上建立了良好的品牌形象,专注 打造中国一次性卫生用品领域的本土领先品牌

在品牌形象方面,公司旗下的"自由点"品牌商标荣获"中国 驰名商标"、"最佳品牌形象奖"、"中国(卫生用品行业)金谱奖" 等荣誉,"妮爽"品牌商标荣获"重庆市著名商标"等荣誉,"好之 品牌商标荣获"重庆市著名商标"、"中国纸尿裤十大品牌"等荣 普;在研发技术方面,公司被评选或认定为重庆市市级"卫生用品工业设计中心"、"重庆市企业技术中心"、"重庆市企业技术中心"、"重庆市一次性卫生 用品工程技术研究中心"等;在产品品质方面,公司被认证或评选为"医护级产品标准示范企业""全国卫生产业企业管理协会 标准与认证专业委员会副理事长单位"、"全国卫生产业企业管理协会医疗卫生材料及用品分会副会长单位"、"全国百佳质量 诚信标杆企业"等,公司亦是《卫生棉条》团体标准(T/CNITA 09102-2018)的起草单位之一,公司的"自由点棉柔日/夜用卫生 巾"、"自由点干爽日/夜用卫生巾"、"好之婴儿纸尿裤"等产品荣

获《医护级产品认证证书》。 目前, 公司已发展成为国内卫生巾和纸尿裤市场领先的本 土企业代表之一。根据尼尔森的统计数据,2015-2018年,全国商 超渠道销售额份额排名中,公司卫生巾市场份额在国内厂商中 连续四年排名第四,婴儿纸尿裤市场份额在国内厂商中连续四 年排名前三:川渝地区和云贵陕地区商超渠道销售额份额排名 中,公司卫生巾、婴儿纸尿裤市场份额在国内厂商中连续四年排

(六)发行人的竞争优势

1、品牌优势 (1)打造民族领先品牌,具有较高的品牌知名度

我国卫生巾行业和纸尿裤行业的发展初期,外资厂商凭借 其先进的工艺技术、良好的品牌形象及完善的质量控制体系,外 资品牌的卫生巾、纸尿裤产品占据我国卫生巾市场和纸尿裤市 场的主要份额。公司自成立以来,秉承"为消费者创造更大价值 的经营理念,专注于卫生巾和纸尿裤产品的研发、生产和销售 与国内一次性卫生用品市场共同成长,不断扩大市场份额,在市 场上建立了良好的品牌形象,成为中国一次性卫生用品领域的 民族领先品牌代表ラー

凭借较强的自主研发创新能力、先进的生产设备和技术、严 格的质量控制体系,公司的产品逐渐获得消费者的青睐,品牌知 名度和市场美誉度不断提升。目前,公司旗下品牌"自由点"为卫 生巾产品品牌,荣获"中国驰名商标"、"重庆市著名商标"、"最佳品牌形象奖"、"中国(卫生用品行业)金谱奖"等荣誉,已成为我 国卫生中行业本土企业的佼佼者:"妮爽"为卫生中产品品牌,荣获"重庆市著名商标"等荣誉;好之"为婴儿纸尿裤产品品牌,荣获"重庆市著名商标"等荣誉;好之"为婴儿纸尿裤产品品牌,荣获"重庆市著名商标"、"中国纸尿裤十大品牌"等荣誉。此外,"自 由点"、"好之"品牌系列中的多项产品被评选为"重庆名牌产

(2)多品牌发展,满足不同层级的消费需求 多层次且定位精准的品牌和品类能够满足不同层级消费者 的购买需求,发挥协同效应,实现资源互补,提高产品的市场占 有率及客户粘性。公司实行多品牌、差异化的发展战略,旗下各 个品牌定位精准、形象鲜明,有效覆盖了各类目标消费人群。其 中,"自由点"品牌代表"自由、青春",定位为中高端品牌的卫生 巾产品;"妮爽"品牌代表"清新、健康",定位为大众品牌的卫生巾产品;"好之"品牌代表"舒适、快乐",定位为中高端品牌的婴 儿纸尿裤产品;"丹宁"品牌以"安全、健康"为理念,定位为中高

端品牌的成人失禁用品产品。 2、销售渠道优势

(1)层次分明的销售渠道

公司实施"川渝市场精耕、国内有序拓展、电商建设并举"的 销售渠道策略,主要采取经销、KA和电商的销售模式,建立了有 序拓展、层次分明的销售渠道。根据不同区域市场的开发程度和 特点,公司采取差异化营销模式,因地制宜、协调发展,带动公司 销售收入的持续增长

此外,乘着互联网营销的成长东风,公司积极建设电商渠 道,在天猫、淘宝、京东、唯品会、苏宁易购等大型电商平台上均 开设了自营店,直接面向终端消费者,进一步拓展了销售渠道。 提高公司产品的销售规模。

(2)丰富的渠道运营管理经验

在市场拓展基础之上,公司通过精细化运营,不断优化对销 售终端的管理。公司的销售终端主要包括大卖场、大型超市、 型超市、便利店以及电商平台等广泛、多层次的零售业态。对于 大卖场、大型超市,公司主要通过自主营销模式开展销售,目前 与沃尔玛、家乐福、大润发、华润万家、新世纪百货、永辉超市 等多家国内外知名的大卖场和大型超市建立了长期、稳定的合 作关系;对于其他线下销售终端,公司主要与经销商合作覆盖; 对于电商平台的网络销售新兴渠道,公司主要以自主运营的形

经过多年的发展,公司积累了丰富的销售管理经验,不断完 善了自身的销售管理体系,培养和集聚了一批销售和管理人才 团队。在经销商管理方面,公司制定了完善的经销商管理制度和 流程,通过向经销商制定统一销售政策,并提供定期培训、终端 销售指导和各类促销支持等营销手段,确保销售终端的运营效率和管理水平;在KA管理方面,公司亦形成了一套成熟、完善、 有效的管理体系,与众多国内外知名KA客户建立了长期稳定的 合作关系;在电商平台管理方面,公司主动顺应互联网营销的发 展浪潮,已建立一支专业的电商运营团队,开展平台推广和客户

3、研发技术优势

公司高度重视技术革新,自成立以来不断加大研发投入力 度,研发实力较强。公司先后被评选或认定为"重庆市第三批企业知识产权工作试点单位"、"重庆市巴南区企业技术中心"、"重 庆市企业技术中心"、"重庆市巴南区知识产权示范单位"、"重庆市一次性卫生用品工程技术研究中心"、重庆市市级"卫生用品 工业设计中心"等。此外,公司的自由点品牌卫生巾、妮爽品牌卫 生巾、好之品牌婴儿纸尿裤被认定为"重庆市高新技术产品 经过多年的发展,公司建立了完善的研发体系,研发创新能

力日益强大,形成了自身较为明显的研发技术优势。 (1)多部门共同协作,拥有完善的研发体系

自成立以来,公司紧随市场需求变化和业务发展步伐,自我 一套完善的研发体系。公司已拥有一支经验丰富的研发 团队,并按照不同的研发技术方向进行专业化分工。同时,公司 建立了多部门共同协作的技术创新机制,由市场部、研发部、技 术部, 品保部等多部门协同作业, 覆盖新产品的调研, 市场可行 性研究、技术可行性研究、立项、样品制作和检验、样品使用和评 估反馈等方面,持续进行产品创新。

公司在长期理论研究及实践探索的基础上, 通过自主研发 等方式积累了多项核心技术,并已成功应用于产品生产。此外,公司拥有多项以达成国内领先水平为目标的在研项目。目前,公 司共拥有191项专利,其中发明专利7项,实用新型专利140项,外 观设计专利44项,研发能力突出。

(2)持续推陈出新,研发创新能力日益强大 公司高度重视自主创新和研发,针对女性、婴幼儿和成人消 费者的生理特点、使用需求和偏好,不断追求和提升产品的功能 性、舒适性和安全性,产品持续推陈出新,研发创新能力日益强

凭借对市场需求的精准把控、工艺技术的严密论证和研发 技术的不断投入,公司已研发设计并向市场累计投放超过200种 品获得市场的高度认可。例如,2015年推出的 自由点新款"隐形卫生巾"系列产品以"隐秘"、"舒适"为设计理 念,成为公司中高端卫生巾的代表性产品;2016年推出以"高体 验"、"高颜值"为特点的自由点"掌控君"条形包系列产品和2017 年推出的以"YY结构芯体"为特点的自由点"无感无忧"系列产 品,市场销量情况良好;2018年推出以"PH弱酸性面层"为特点 的好之婴儿纸尿裤和2019年推出的以"无束缚弹柔腰围"为特点 的好之"不要紧"学步裤,亦获得良好的市场反应。

公司拥有先进、极具现代化的生产基地一一"百亚国际产业 园",占地逾300亩,在专业化生产卫生巾和纸尿裤方面具备先进 的生产设备和工艺技术。在卫生巾和婴幼儿纸尿裤领域,百亚国 产业园已成为国内一流和具有国际竞争力的新型工厂,公司 在生产效率、成本控制、供货时效等方面形成了自身优势。



公司通过对自主生产过程的精细化管理,提高生产效率,发

挥规模效应,能够有效控制、降低产品的生产成本,进而取得成 :领先优势。公司采取"以销定产"的原则,逐月制定生产计划, 通过信息化管理系统对采购、生产和发货过程进行供销存管理, 不断优化生产流程,高效控制库存原材料、在产品和产成品。同 时,公司逐月分析经营数据,对各生产单元的成本耗用分类进行 跟踪、分析、优化和考评,并形成各部门的反馈和调整机制,有效

公司注重对生产人员的定期培训,在百亚国际产业园内设有生产管理培训基地,旨在持续提升各级生产人员的理论水平 和职业素养,讲而保障安全、高效的生产讨程

(2)丰富的产品生产线,及时满足消费者的多样化需求 产品持续创新、功能逐渐细分将成为卫生巾和纸尿裤行业 的发展趋势,在细分市场的发展过程中,拥有丰富产品线的品牌 企业对销售需求反应灵敏,将获得明显的竞争优势。公司目前拥 有逾20条先进的生产线,并辅以自动化设备,生产线的改进和引 人工作亦在持续开展,涵盖了卫生巾和婴儿纸尿裤产品的多 细分品类。公司产品生产线丰富,自动化程度较高,面对市场变 化,公司能够针对不同的消费层级、年龄层次和消费需求提供差 异化、个性化的产品选择,不断推陈出新,及时满足消费者的多

此外,近年来公司凭借专业化生产优势及配套研发能力,吸 引了行业中众多不具备生产、研发能力的消费品企业前来寻求生产合作。在合作过程中,公司在产品设计、市场嗅觉、生产效率 和供应链管理等方面的管理水平亦得到了进一步的锻炼和提

公司一直以来追求产品品质,具有较强的质量控制优势。公 司建立了覆盖采购、生产、仓储、运输等环节在内的全面质量控 制体系,通过了ISO 9001国际质量管理体系认证,在采购与生产 活动中严格按照相关标准进行质量检测和生产管理。2017年以

来,公司先后被认证或评选为"医护级产品标准示范企业"、"全 国卫生产业企业管理协会标准与认证专业委员会副理事长单 "重庆市巴南区放心消费创建活动示范单位"、"全国卫生产 业企业管理协会医疗卫生材料及用品分会副会长单位"、"全国 百佳质量诚信标杆企业"等,公司亦是《卫生棉条》团体标准 (T/CNITA 09102-2018)的起草单位之

对于自主生产的产品质量控制,在采购原辅材料环节,公司 执行严格的供应商准人标准、检测程序, 供应商需通过资质审 核、材料送样、材料检验、小批量试机等考察流程后,才能进入公 司供应商名录,从源头上保证产品和安全;在生产与仓储环节, 公司严格执行质量控制流程,覆盖生产中抽验、 人 医检验等环 节;在出货运输环节,公司在配送、销售过程中严格执行自检、送

对于OEM外协生产的产品质量控制,公司建立了多维度的 质量监督管理体系,对OEM外协产品的质量进行严格把控,主 要措施包括审核OEM外协厂商的资质及体系认证;制定严格的 产品规格, 配料和标准: 由品保部检验人员对产品品质进行评 价、产品检验及验收,并派出检验员对产品进行微生物检测等程

得益于公司严格的质量控制体系和良好的产品品质,2018 年公司的"自由点棉柔日/夜用卫生巾"、"自由点干爽日/夜用卫生巾"、"好之婴儿纸尿裤"等产品荣获《医护级产品认证证书》。 6、供应链管理优势

公司以信息系统为依托,通过对供应链进行精细化管理,将 产品设计、研发、原辅材料采购、生产、仓储、物流、销售等各个环节有效组织并融合,实施协同运作,形成了一套行之有效的供应 链管理体系。公司高效的供应链管理体系,推动了产业链上下游 资源的有效整合,提升了整个供应链的快速反应能力,较大程度 地满足市场需求,同时有效降低了运营成本。

7、企业文化和管理团队优势 公司秉承"锐意进取、任人唯贤、分享感恩"的企业文化,凝 聚了一支致力干打造一次性卫生用品领域优质品牌、产业经验 丰富、具有高度责任心和进取心的管理团队,并不断吸纳、培养

公司核心管理层积累了多年的运营经验,对行业和市场保 持着敏锐的洞察力,对企业管理具有深刻的理解,在技术、生产 销售和管理等方面的运营经验丰富。在核心管理层的带领下,公 司具备强大的执行力,在复杂、激烈的竞争中能够及时、合理决 策并有效实施,市场竞争力因此得以铸就。公司建立了有竞争力 的人才引进、培养、激励及晋升的发展体系,不断从外部引入 才,从内部培养员工,激发员工主动性和自我潜能,人才储备得 到夯实,为公司健康、持续、快速发展提供有力的支撑。

五、发行人的主要固定资产和无形资产 (一)主要固定资产情况

公司的固定资产主要包括房屋及建筑物、机器设备、运输工 具、计算机及电子设备以及办公设备等,目前使用状况良好。 截至2019年12月31日 公司的固定资产情况加下。

			单位:万
项目	固定资产原值	固定资产净值	成新率
房屋及建筑物	16,977.00	15,185.25	89.45%
机器设备	31,687.57	23,669.33	74.70%
运输工具	184.77	16.60	8.98%
计算机及电子设备	742.82	495.82	66.75%
办公设备	637.06	79.66	12.50%
合计	50,229.22	39,446.65	78.53%

报告期内,公司的无形资产主要包括土地使用权、商标、专 利、著作权等

截至本招股意向书摘要签署日,公司拥有5宗土地使用权, 均已取得权属证书。 2、商标

截至本招股意向书摘要签署日,公司共拥有境内外商标185 项,其中,主要的核心常用商标19项。

截至本招股意向书摘要签署日,公司共拥有191项专利技术,其中,发明专利7项,外观设计专利44项、实用新型专利140 项。公司主要的核心常用专利共24项。

六、同业竞争与关联交易 (一)发行人的独立性情况

公司自设立以来,严格按照《公司法》、《证券法》等法律、法 规及《公司章程》等规范运作,建立健全法人治理结构,在资产、人员、财务,机构、业务等方面均独立于控股股东、实际控制人及 其控制的其他企业,具有独立完整的业务体系及面向市场自主

公司具备完整的与生产经营有关的生产系统和配套设施,合法拥有与生产经营有关的主要土地、厂房、机器设备以及商

标、专利、非专利技术的所有权或者使用权,具有独立的原材料 采购和产品销售系统。公司主要资产权属清晰,不存在重大权属 纠纷。公司对所有资产拥有完全的控制权和支配权,独立运营, 不存在资产、资金被股东违规占用而损害公司利益的情况,不存 在为股东或其他个人提供担保的情形。 2、人员独立情况 公司董事、监事和高级管理人员的选聘均符合《公司法》、 《公司章程》等规定的程序,不存在股东干预公司人事任免的情

形。公司董事、监事、高级管理人员的任职均符合《公司法》及中 国证监会关于上市公司董事、监事和高级管理人员任职的有关规定。公司总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员均为 专职且在公司领取薪酬,未在控股股东、实际控制人及其控制的 其他企业兼任除董事、监事以外的职务,未在与公司业务相同。 相似或与公司有利害冲突的其他公司任职,不在控股股东、实际 东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

公司根据《中华人民共和国会计法》、《企业会计准则》等法 律、法规和规范性文件要求,建立了独立、完整、规范的财务会计 核算体系和财务管理制度,并建立健全了相应的内部控制制度, 独立核算、自负盈亏,能够独立作出财务决策,不受控股股东、实 际控制人干预。公司独立开设银行账户,不存在与控股股东、实 际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形;公司依法 独立纳税,不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业 共同纳税的情形。

4、机构独立情况 公司按照《公司法》和《公司章程》等法律、法规和规范性文 件要求设置了股东大会、董事会、监事会等决策及监督机构,建 立了完整、独立的法人治理结构。公司按照适应自身发展和市场 竞争的需要设立了独立的经营管理职能机构,各职能部门拥有 独立的人员,并在管理层的领导下独立行使经营管理职权,其履 职不受控股股东、实际控制人或其他关联方的影响。公司组织机 构独立,与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在混 合经营、合署办公的情形,自设立以来未发生股东干预公司正常 生产经带活动的情况,

5、业务独立情况 公司拥有独立、完整的覆盖研发、采购、生产、销售及服务各 环节的业务经营体系,具有独立面向市场自主经营的能力。公司 与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争 武者显失公平的关联交易,公司的按股股东,实际控制人已出且 避免同业竞争的承诺函,承诺不从事任何与公司经营范围相同 或相近的业务

经保荐机构核查,公司在资产、人员、财务、机构、业务等方 面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业,具有独 立完整的业务体系及面向市场自主经营的能力。公司达到发行 监管对公司独立性的基本要求,上述披露内容真实、准确、完整。

(二)同业竞争情况 1、控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与发行人不

公司主要从事一次性卫生用品的研发、生产和销售 公司控股股东为复元商贸,复元商贸直接持有公司46.05% 的股份,并受托行使汇元投资、原元投资和光元投资三家持股平 台合计9.09%的股东大会表决权,复元商贸控制公司股东大会表 央权的比例为55.14%。除持有公司股份外,复元商贸不存在持有 其他企业股权的情况,亦未开展其他经营业务。公司实际控制人 为冯永林,冯永林持有复元商贸100%的股权,此外还持有吉尔商 贸75%的股权及普兆恒益80%的股权。目前,吉尔商贸除对外出 租房屋以外,未开展其他经营业务;普兆恒益亦未实际开展经营

截至本招股意向书摘要签署日,公司控股股东、实际控制人 除投资公司外, 未以其他任何形式直接或间接从事与公司相同 或相似的业务,未拥有与公司业务相同或相似的其他控股公司。 联营公司及合营公司。因此,公司控股股东、实际控制人及其控 制的其他企业与公司不存在同业竞争。

2、关于避免同业竞争的承诺 为避免未来可能出现同业竞争的情况, 公司控股股东复元 商贸、实际控制人冯永林已出具《关于避免同业竞争的承诺函》,

1、本企业/本人及直接或间接控制的子公司、合营或联营企 业和/或下属企业目前没有直接或间接地从事任何与公司的主 营业务及其它业务相同或相似的业务(以下简称"竞争业务"); 2、本企业/本人及直接或间接控制的子公司、合营或联营企业

和/或下属企业,于本企业/本人作为公司股东期间,不会直接或间 接地以任何方式从事竞争业务或可能构成竞争业务的业务; 3、本企业/本人及直接或间接控制的子公司、合营或联营企 业和/或下属企业,将来面临或可能取得任何与竞争业务有关的 投资机会或其它商业机会,在同等条件下赋予公司该等投资机

会或商业机会之优先选择权: 4、自本承诺函出具日起,本承诺函及本承诺函项下之承诺 为不可撤销的,且持续有效;

5、本企业/本人直接或间接控制的子公司、合营或联营企业 和/或下属企业如违反上述任何承诺,本企业/本人将赔偿公司

及公司的股东因此遭受的一切经济损失,该等责任是连带责任, 6、本人将督促并确保本人配偶、父母、子女遵守本承诺函之

以上承诺适用于中国境内,及境外所有其他国家及地区。 (三)关联交易情况

1、经常性关联交易 报告期内,公司的经常性关联交易为关联租赁。除此以外, 公司不存在其他经常性关联交易。公司的关联租赁情况如下:

定价依据 2019年度 2018年度 2017年度 市场定价 27.46 22.21 上述关联租赁系公司租赁吉尔商贸位于重庆市九龙坡区歇 台子科园四路149号等处办公楼,用于部分员工培训和办公。该

办公楼距公司总部距离较近,方便员工往来和开展工作。 报告期内,公司上述关联租赁金额较小,且采取市场化定价 原则,与市场价格不存在重大差异。

报告期内,公司不存在关联资金拆借、转贷、为获得银行融 资向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据等情形, 亦不存在通过关联方或第三方代收货款的情形。

2、偶发性关联交易 公司于2015年5月5日与重庆农村商业银行股份有限公司两 江新区支行签订《流动资金贷款合同》,双方约定由重庆农村商业银行股份有限公司两江新区支行向公司提供一年期人民币1 亿元的贷款额度,用于企业日常经营周转,贷款期间自2015年5 月5日至2016年5月4日。公司实际控制人冯永林承担最高额保证 责任,保证期限为2015年5月5日至2018年5月4日。2015年5月6 日,该行向百亚有限发放《流动资金贷款合同》项下的流动资金 贷款30万元,百亚有限已于2015年6月23日清偿该笔贷款。

截至本招股书说明书签署日,该《流动资金贷款合同》已到 期终止,该合同项下不存在未偿还贷款,《最高额保证合同》也已

除上述情况外,报告期内,公司与关联方之间无其他偶发性

3、关联方应收应付款项余额 报告期各期末,公司与关联方应收应付款项余额情况如下: 单位:万元 2019.12.31 2018.12.31 2017.12.31

2018年12月31日,公司与关联方其他应付款余额为应付吉

尔商贸房屋租赁款项0.45万元。 除此以外,报告期各期末,公司与关联方之间不存在其他的

应收应付款项余额的情况。 4、关联交易对公司财务状况和经营成果的影响 报告期内,公司经常性关联交易为公司与吉尔商贸的关联 租赁。该关联租赁金额及占比均较低,且交易定价公允合理,对 公司财务状况和经营成果影响较小。

报告期内,公司偶发性关联交易为实际控制人冯永林为公 司的银行借款提供担保,公司仅使用该笔银行授信额度项下借 款30.00万元,且已于2015年6月23日清偿,授信合同已于2016年5 月4日到期,担保合同亦于2018年5月4日到期。因此,该关联交易 对公司财务状况和经营成果无影响。

七、董事、监事与高级管理人员 (一)董事、监事与高级管理人员的简要情况

公司董事会由9名董事组成,其中3名独立董事。公司董事由 股东大会选举产生或更换,连选可以连任,但独立董事连续任期

最长不得超过6年 司现任董事的基本情况加下

公司死江里尹的至平旧九如 \`:								
序号	姓名	职务	提名人	提名人 选聘情况				
1	冯永林	董事长	复元商贸	2018年第2次临时股东大会 选聘	2018.8- 2021.8			
2	谢秋林	董事	重望耀晖	2018年第2次临时股东大会 选聘	2018.8- 2021.8			
3	张翼	董事	重望耀晖	2018年年度股东大会选聘	2019.1- 2021.8			
4	张黎	董事	复元商贸	2018年第2次临时股东大会 选聘	2018.8- 2021.8			
5	曹业林	董事	复元商贸	2018年第2次临时股东大会 选聘	2018.8- 2021.8			
6	彭海麟	董事	复元商贸	2018年第2次临时股东大会 选聘	2018.8- 2021.8			
7	康雁	独立董事	复元商贸	2018年第2次临时股东大会 选聘	2018.8- 2021.8			
8	郝颖	独立董事	复元商贸	2018年第2次临时股东大会 选聘	2018.8- 2021.8			
9	侯茜	独立董事	复元商贸	2018年年度股东大会选聘	2019.1- 2021.8			

公司董事的简历如下:

冯永林,男,中国国籍,无境外永久居留权,1963年出生,大 专学历。曾任重庆火柴厂企管办主任、副厂长,重庆綦江顺昌有 限公司董事长、总经理, 重庆华盛卫生纸业制品有限公司总经 理、董事,重庆丝爽总经理,百亚有限董事长、总经理;现主要任 职包括复元商贸执行董事,重庆綦江顺昌有限公司董事,吉尔商 贸董事长, 重庆康妮消毒服务有限公司董事, 普兆恒益执行董 事,杭州百亚董事长,百亚股份董事长、总经理。 谢秋林,男,中国国籍,拥有加拿大永久居留权,1959年出

生,高中学历。曾任吉尔商贸董事长,福建培新机械制造实业有 限公司执行董事,百亚有限董事;现主要任职包括泉州培新机械 制造实业有限公司执行董事,吉尔商贸董事,百亚股份董事等。 张翼,男,中国国籍,无境外永久居留权,1980年出生,硕士 研究生学历,英国特许会计师协会会员,国际注册内部审计师。 曾任职于毕马威华振会计师事务所、西门子(中国)有限公司、美

国克瑞集团、百亚股份监事、杭州卡考网络科技有限公司董事 事,北京博远力恒管理咨询有限公司执行董事、经理,Nineyou International Limited董事,开易(北京)科技有限公司董事,北京 睿能世纪科技有限公司董事,博创智能装备股份有限公司监事, 百亚股份董事等 张黎,男,中国国籍,无境外永久居留权,1978年出生,硕士

研究生学历。曾任普华永道中天会计师事务所审计部经理,乡村 基快餐连锁有限公司财务总监、代理首席财务官, 百亚有限财务 总监;现任杭州百亚董事,百亚股份董事、财务总监、董事会秘

曹业林,男,中国国籍,无境外永久居留权,1981年出生,本 科学历。曾任重庆丝爽主管,百亚有限销售总监等;现任杭州百 亚监事,百亚股份董事、营销总监 彭海麟,男,中国国籍,无境外永久居留权,1976年出生,大 专学历。曾任职于尤妮佳生活用品(中国)有限公司,历任生产技

术员、技术课长、工厂厂长;现任百亚股份董事、生产总监。 康雁,男,加拿大籍,1972年出生,硕士研究生学历。曾任壳 牌(中国)有限公司市场营销助理、业务计划经理,Mitchell Madison Group LLC高级咨询顾问,远卓管理顾问有限公司合 伙人,凯捷咨询(中国)有限公司总监,摩立特信息咨询(北京)有 限公司中国区总监,罗兰贝格管理咨询(上海)有限公司资深合 伙人、大中国区副总裁,贝恩创效管理咨询(上海)有限公司资深 合伙人、亚太区数字时代业务共同领导人、大中国区消费品与零 售业务主要领导人, Autohome Inc 总裁: 现主要任职包括百亚 股份独立董事、方源资本合伙人。

郝颖,男,中国国籍,无境外永久居留权,1976年出生,博士 学历。曾任中国振华集团宇光电工厂技术员,核工业西南物理研 究院理论研究室科研员,重庆大学经济与工商管理学院讲师、副 教授、教授、博士生导师,重庆港九股份有限公司独立董事;现主 要任职句括北京师范大学经济与工商管理学院会计系数授 博 上生导师,重庆进出口融资担保有限公司独立董事,北大医药股 份有限公司独立董事,华邦生命健康股份有限公司独立董事,成 都银科创业投资有限公司独立董事, 世盟供应链管理股份有限 公司独立董事,深圳市显盈科技股份有限公司独立董事,百亚股 份独立董事等。

侯茜,女,中国国籍,无境外永久居留权,1973年出生,博士 学历。曾任重庆广贤律师事务所、重庆中钦律师事务所兼职律 师,现主要任职包括重庆大学法学院副教授、硕士生导师,重庆 索通律师事务所兼职律师,重庆仲裁委员会仲裁员,百亚股份独

公司监事会由3名监事组成,其中1名职工代表监事。公司职 工代表监事由职工代表大会选举产生,其余监事由股东大会选

举产生或更换。公司监事任期三年,连选可以连任。 公司现任监事的基本情况如下: 复元商贸 2018年第2次临时股东会选聘 2018.8-2021.8 陈治芳 2019.1-监事 黄海平 温氏投资 2018年年度股东大会选聘 职工代表 2018年第2次临时股东

公司监事的简历如下 陈治芳,女,中国国籍,无境外永久居留权,1977年出生,本 科学历。曾任重庆全心食品厂出纳,重庆丝爽内勤主管、经理, 重庆丝爽销售管理部副部长, 百亚有限销售管理部副部长、部 长及重庆区域销售经理;现任百亚股份监事会主席、销售运营

黄海平,男,中国国籍,无境外永久居留权,1986年出生,硕 士研究生学历。曾任昆吾九鼎投资管理有限公司投资经理,上海 裕石创业投资管理有限公司投资经理; 现主要任职包括广东温 氏投资有限公司投资总监,南湖国际旅行社股份有限公司董事, 广州康盛生物科技股份有限公司董事, 百亚股份监事等

涂江涛,男,中国国籍,无境外永久居留权,1975年出生,中 专学历。曾任重庆丝爽技术经理,百亚有限尿裤生产部负责人 安全管理部部长、物流部部长, 百亚股份生产技术部部长; 现任 百亚股份职工代表监事、技术综合部部长、工厂厂长助理。

(下转C60版)