



上海福贝宠物用品股份有限公司

(上海市松江区中辰路 299 号 2 幢 501 室)

首次公开发行股票并在主板上市

招股说明书

(申报稿)

本公司的发行申请尚需经上海证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

保荐人（主承销商）



广东省广州市黄埔区中新广州知识城腾飞一街 2 号 618 室

发行人声明

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人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保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》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。

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）	每股面值	人民币1.00元
每股发行价格	[]元	拟上市的证券交易 所和板块	上海证券交易所主板
预计发行日期	[]年[]月[]日	发行后总股本	不超过40,200.00万股
发行股数	本次拟公开发行股票不超过4,020.00万股，不低于发行后总股本的10%，本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份。		
保荐人（主承销商）	广发证券股份有限公司		
招股说明书签署日期	[]年[]月[]日		

目 录

发行人声明	1
发行概况	2
目 录.....	3
第一节 释义	7
第二节 概览	10
一、重大事项提示	10
二、发行人及本次发行的中介机构基本情况	12
三、本次发行概况	12
四、发行人主营业务经营概况	13
五、发行人板块定位情况	15
六、发行人报告期主要财务数据和财务指标	19
七、发行人财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况	19
八、发行人选择的具体上市标准	19
九、发行人公司治理特殊安排等重要事项	20
十、募集资金运用与未来发展规划	20
十一、其他对发行人有重大影响的事项	21
第三节 风险因素	22
一、与发行人相关的风险	22
二、与行业相关的风险	25
三、其他风险	26
第四节 发行人基本情况	27
一、公司基本信息	27
二、发行人设立情况和报告期内股本、股东变化情况	27
三、发行人自成立以来的重要事件	32
四、发行人其他证券市场上市/挂牌情况	44
五、发行人的股权结构	44
六、发行人子公司、参股公司情况	44
七、持有 5% 以上的主要股东及实际控制人的基本情况	57

八、公司股本情况	62
九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介	67
十、公司与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签订的协议及履行情况	80
十一、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其配偶、父母、配偶的父母、子女、子女的配偶持股情况	80
十二、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员近三年的变动情况	81
十三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的对外投资情况	83
十四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况	85
十五、发行人已制定或实施的股权激励及相关安排	86
十六、发行人员工情况	89
第五节 业务与技术	95
一、公司主营业务、主要产品的基本情况	95
二、公司主要经营模式	97
三、公司成立以来主营业务、主要产品和主要经营模式的演变情况	141
四、公司核心技术产业化及应用情况	141
五、公司主要经营数据与业务指标的变动情况	144
六、公司主要业务符合产业政策和经济发展战略	147
七、公司所处行业的基本情况	148
八、行业竞争格局与公司在行业中的竞争情况	174
九、发行人的主营业务经营情况	187
十、主要固定资产及无形资产	206
十一、主要技术及研发情况	227
十二、安全生产及环境保护情况	231
十三、境外生产经营情况	237
第六节 财务会计信息与管理层分析	238
一、财务报表	238
二、审计意见及关键审计事项	245
三、财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况	246
四、主要会计政策和会计估计	248

五、非经常性损益	271
六、税项	273
七、报告期内的主要财务指标	275
八、经营成果分析	276
九、资产质量分析	343
十、偿债能力、流动性与持续经营能力分析	375
十一、重大资本性支出与重大资产业务重组事项	394
十二、期后事项、或有事项、其他重要事项及重大担保、诉讼事项	394
第七节 募集资金运用与未来发展规划	397
一、本次募集资金运用概况	397
二、公司董事会对募集资金投资项目的可行性分析意见	399
三、募集资金运用对同业竞争和独立性的影响	400
四、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响	400
五、募集资金投资项目实施后对公司现有经营模式的影响	401
六、公司业务发展目标	401
第八节 公司治理与独立性	405
一、报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况	405
二、发行人管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的自我评估意见以及注册会计师对公司内部控制的鉴证意见	405
三、发行人报告期内违法违规情况	405
四、发行人报告期内资金占用和对外担保的情况	406
五、面向市场独立持续经营能力	406
六、同业竞争情况	407
七、关联交易情况	408
第九节 投资者保护	422
一、发行前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序	422
二、发行前后股利分配政策差异情况	422
三、有关现金分红的股利分配政策、决策程序及监督机制	422
第十节 其他重要事项	426
一、重要合同	426

二、公司对外担保情况	430
三、相关诉讼或仲裁情况	430
第十一节 声明	433
一、全体董事、监事、高级管理人员声明	433
二、控股股东、实际控制人声明	434
三、保荐人（主承销商）声明	435
四、发行人律师声明	436
五、会计师事务所声明	437
六、资产评估机构声明	438
七、验资机构声明	439
八、保荐人（主承销商）董事长、总经理声明	440
第十二节 附件	441
一、备查文件	441
二、整套发行申请材料 and 备查文件查阅地点	442
三、落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票机制建立情况	442
四、与投资者保护相关的承诺	445
五、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况说明	460
六、审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明	466
七、募集资金具体运用情况	467
八、子公司、参股公司简要情况	484
附录：发行人商标情况	485

第一节 释义

在本招股说明书中，除非另有说明，下列词汇具有如下含义：

一、普通术语		
福贝宠物、发行人、公司、本公司、股份公司	指	上海福贝宠物用品股份有限公司
福贝有限、有限公司	指	公司前身，上海福贝宠物用品有限公司
毅达投资	指	公司股东，安徽高新毅达皖江产业发展创业投资基金（有限合伙）
海富长江	指	公司股东，海富长江成长股权投资（湖北）合伙企业（有限合伙）
宣城福毅志	指	公司股东，宣城福毅志企业管理中心（有限合伙）
中比基金（SS）	指	公司股东，中国-比利时直接股权投资基金
圣元投资	指	公司股东，宁波梅山保税港区圣元方圆投资管理中心（有限合伙）
凯珩投资	指	公司股东，宁波梅山保税港区凯珩凯信投资合伙企业（有限合伙）
毅达创投	指	公司股东，南通毅达创新创业投资合伙企业（有限合伙）
无锡红土	指	公司股东，无锡红土红路创业投资企业（有限合伙）
高邮红土	指	公司股东，高邮红土创业投资基金（有限合伙）
深创投	指	公司股东，深圳市创新投资集团有限公司
上海福益	指	公司子公司，福益（上海）企业管理有限公司
宣城福贝	指	公司子公司，宣城市福贝宠物食品有限公司
上海福智	指	公司子公司，上海福智宠物食品有限公司
福贝生物	指	公司子公司，宣城福贝生物科技有限公司
宣城福新	指	公司子公司，宣城福新宠物食品有限公司
思玛酷	指	公司原子公司，思玛酷（上海）宠物食品有限公司
轻松学文化	指	公司关联方，苏州轻松学文化传播有限公司
网易严选	指	公司客户，杭州网易严选贸易有限公司
中宠股份	指	同行业上市公司，烟台中宠食品股份有限公司
佩蒂股份	指	同行业上市公司，佩蒂动物营养科技股份有限公司
乖宝宠物	指	同行业可比公司，乖宝宠物食品集团股份有限公司
“十三五”规划	指	中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要
“十四五”规划	指	中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》

《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司章程》	指	《上海福贝宠物用品股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	《上海福贝宠物用品股份有限公司章程（草案）》
主承销商、保荐人、保荐机构	指	广发证券股份有限公司
申报会计师	指	大信会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师	指	上海市锦天城律师事务所
A 股	指	每股面值 1.00 元的人民币普通股
新股	指	公司本次首次公开发行时拟向社会公众发行的股份
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
报告期	指	2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月
报告期各期末	指	2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日及 2022 年 6 月 30 日
二、专业术语		
宠物	指	凡是人工养殖的非食用的供观赏、娱乐、休闲、陪伴等服务的陆生、水生动物。
宠物食品、宠物饲料	指	经工业化加工、制作的供宠物犬和宠物猫等食用的产品。
宠物主粮、宠物配合饲料、全价宠物食品	指	为满足宠物不同生命阶段或者特定生理、病理状态下的营养需要，将多种饲料原料和饲料添加剂按照一定比例配制的饲料，单独使用即可满足宠物全面营养需要。
宠物零食、其他宠物饲料	指	为实现奖励宠物、与宠物互动或者刺激宠物咀嚼、撕咬等目的，将几种饲料原料和饲料添加剂按照一定比例配制的宠物饲料。
宠物保健品、宠物添加剂预混合饲料	指	为满足宠物对氨基酸、维生素、矿物质微量元素、酶制剂等营养性饲料添加剂的需要，由营养性饲料添加剂与载体或者稀释剂按照一定比例配制的宠物饲料。
宠物干粮、固态宠物配合饲料	指	指水分含量<14%的宠物配合饲料。
宠物湿粮、液态宠物配合饲料	指	指水分含量≥60%的宠物配合饲料。
膨化	指	一种加工方法，让原料在加热、加压的情况下突然减压而使之膨胀。
适口性	指	是一种饲料或饲粮的滋味，香味和质地特性的综合，是动物在觅食、定位和采食过程中动物视觉、嗅觉、触觉和味觉等感觉器官对饲料或饲粮的综合反映。
美拉德反应	指	含游离氨基的化合物和还原糖或羰基化合物在常温或加热时发生的聚合、缩合等反应。
ISO22000：2018 国际质量体系认证	指	由 ISO（国际标准化组织）制定的质量管理和质量保证的国际标准。
宠物营养金字塔	指	一种针对宠物生理特征设计的宠物均衡营养结构，旨在指导宠物的科学与合理喂养。
鸡肉粉	指	以分割可食用鸡肉过程中余下的部分为原料，经高温蒸煮、灭菌、脱脂、干燥、粉碎获得的产品。
大豆分离蛋白	指	属于一种优质的蛋白原料，以低温脱溶大豆为原料生产的一种全价蛋白类食品添加剂。

Euromonitor	指	Euromonitor International，欧睿信息咨询公司，致力于为全球客户提供国际市场有关行业、国家和消费者的各类商业信息。
中国宠物行业白皮书	指	由国内诸多第三方专业机构及行业内企业基于海量养宠用户调研形成的宠物行业内具有一定权威性的消费报告。
PFA	指	Pet Fair Asia，亚洲宠物展览会，为亚太地区最具规模和影响力的宠物行业展会之一，至今已举办 20 余年，已成为集品牌展示、产业链整合、跨区贸易为一体的亚太级宠物综合性贸易平台。
ODM	指	Original Design Manufacture，原始设计制造商，企业根据品牌商的产品规划进行产品设计和开发，然后按照品牌商的订单进行生产，产品生产完成后销售给品牌商。
OEM	指	Original Equipment Manufacture，原始生产制造商，品牌商提供产品设计等产品开发方案，企业负责开发和生产等环节，根据品牌商的订单代工生产，产品生产完成后销售给品牌商。
OBM	指	Original Brand Manufacture，原始品牌制造商，制造商拥有自主品牌，自主设计产品，并自主制造产品，拥有完整业务链的业务模式。
电商	指	即电子商务（E-Commerce），是指贸易过程中各阶段贸易活动的电子化，后来也作为对“电子商务公司”或“电子商务平台”的简称。
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。
天猫、天猫商城	指	原淘宝商城，英文简称 Tmall，为阿里巴巴旗下综合品牌零售平台，提供包括网站（www.tmall.com）及移动客户端等多种用户接入方式。
京东	指	即京东商城，销售家电、数码通讯、电脑、家居百货、服装服饰、母婴、图书、食品等品类，用户可通过网站（www.jd.com）及移动客户端等渠道进行在线购物。
旗舰店	指	商家以自主品牌，或由权利人开具独占性授权，入驻天猫等平台开设店铺的形式。
考拉海购	指	阿里巴巴旗下以跨境业务为主的电商平台。
双十一	指	每年 11 月 11 日的网络购物促销日，最早源于淘宝商城（现天猫商城）于 2009 年 11 月 11 日举办的促销活动。
京东 618	指	每年 6 月 18 日是京东店庆日，也是京东平台网络购物促销日。

注：本招股说明书数值若出现总计数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

第二节 概览

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

一、重大事项提示

本公司特别提醒投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书“第三节 风险因素”的全部内容，并特别关注以下重要事项。

（一）特别风险提示

1、质量管控风险

产品质量管控是宠物食品企业生产经营重中之重，主管部门对宠物食品企业经营和宠物食品质量的监督管理逐渐细化、强化以及消费者对产品品质的重视，均对公司质量管控提出更高要求。随着公司经营规模的不断扩大，公司产品质量管控的需求和难度都随之增长。

如果公司的产品质量控制能力不能适应经营规模的持续增长，质量管理工作出现纰漏等导致产品发生质量问题，可能对公司的品牌信誉和公司产品的销售推广产生不利影响。因此，公司存在由于产品质量管理出现失误而带来的潜在经营风险。

2、核心技术失密或产品被模仿风险

公司拥有的技术包括专利技术及非专利技术。其中，非专利技术主要包括公司通过技术研发掌握的各类原材料动物营养指标、宠物食品配方和在生产实践中公司逐步积累沉淀的各种生产经验和工艺技术。非专利技术因无法通过申请专利获得保护，主要依赖于公司保密机制。若公司保密机制未能有效运作严格执行，公司存在泄露非专利技术保密信息或产品被模仿的风险并对公司生产经营和产品竞争力造成一定的负面影响。

3、销售渠道维护及拓展风险

报告期内，公司自主品牌销售渠道主要包括经销模式及网络销售渠道。对于经销渠道，随着经销区域的扩张以及层级的下沉，经销商体系的管理难度持续提

升，主要表现在需要花费更大的人力、物力和财力等对营销网络、营销制度和营销人员加以管理。公司可能存在因经销渠道管理不力导致经销商流失、产品窜货、市场拓展乏力等风险，进而导致品牌形象、市场销售受损。

对于网络销售渠道，若公司无法与主流电商平台保持稳固的合作关系或者没有把握住新兴的电商平台机遇，以及合作电商平台的销售政策、收费标准等发生对公司的重大不利变化，均可能对公司的经营业绩产生不利影响。

4、原材料价格上涨风险

公司生产所需的原材料种类较多，包括动物蛋白类、油脂、碳水化合物类等原材料。受自然环境、宏观经济发展、供求关系、汇率变动等因素影响，该等原材料价格存在一定的不确定性。公司原材料成本占营业成本比例相对较大，因此公司营业成本存在上升的风险。如未来原材料价格上涨，将提高企业产品经营成本，进而对企业利润率产生一定不利影响。

5、在建工程转固导致折旧增加的风险

报告期内，公司开始投入建设位于上海市金山区的高端宠物食品智能制造示范基地建设项目，并于 2021 年陆续完工转入固定资产。截至报告期末，该建设项目的在建工程主要为厂房、办公楼建造及待安装生产设备等。根据公司对该项目预算投入测算，公司在建工程转固而形成的每年新增折旧金额约为 1,500 万元。若公司固定资产投入未实现预期效益，在建工程转固导致的折旧增加将对公司经营业绩及运营效率产生不利影响。

（二）关于本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限的承诺

公司提示投资者认真阅读本公司、股东、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺以及未能履行承诺的约束措施，具体承诺事项请参见本招股说明书“第十二节 附件”之“一、附录和备查文件”。

（三）发行前滚存未分配利润的安排及本次发行上市后的股利分配政策

经公司 2021 年第一次临时股东大会审议通过，截至本次 A 股发行前公司未

分配的滚存利润将由发行后的新老股东按持股比例共享，发行前累计未弥补亏损由全体新老股东共同承担。

二、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况			
发行人名称	上海福贝宠物用品股份有限公司	成立日期	2005 年 4 月 28 日（股份有限公司成立于 2019 年 12 月 13 日）
注册资本	36,180.00 万元	法定代表人	汪迎春
注册地址	上海市松江区中辰路 299 号 2 幢 501 室	主要生产经营地址	上海市松江区泖港镇中强路 925 号
控股股东	汪迎春	实际控制人	汪迎春
行业分类	C13 农副食品加工业	在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	-
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	广发证券股份有限公司	主承销商	广发证券股份有限公司
发行人律师	上海市锦天城律师事务所	其他承销机构	-
审计机构	大信会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构（如有）	中京民信（北京）资产评估有限公司
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、经办人员之间存在的直接或间接的股权关系或其他利益关系		-	
（三）本次发行其他有关机构			
股票登记机构	中国证券登记结算有限责任公司上海分公司	收款银行	中国工商银行广州市第一支行
其他与本次发行有关的机构		-	

三、本次发行概况

（一）本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	1.00 元		
发行股数	不超过 4,020.00 万股	占发行后总股本比例	不低于 10%
其中：发行新股数量	不超过 4,020.00 万股	占发行后总股本比例	不低于 10%
股东公开发售股份数量	-	占发行后总股本比例	-
发行后总股本	不超过 40,200.00 万股		
每股发行价格	[]元		

发行市盈率（标明计算基础和口径）	[]倍（计算口径：发行价格除以每股收益，每股收益按 2021 年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股本计算）		
发行前每股净资产	[]元	发行前每股收益	[]元
发行后每股净资产	[]元	发行后每股收益	[]元
发行市净率（标明计算基础和口径）	[]倍（计算口径：按照每股发行价格除以发行后每股净资产计算）		
发行方式	网下向投资者询价配售与网上按市值申购定价发行相结合的方式或中国证监会、上海证券交易所等监管机关认可的其他发行方式		
发行对象	符合相关资格规定的询价对象和在上海证券交易所开户的境内自然人、法人、证券投资基金及符合法律规定的其他投资者等（中华人民共和国法律或法规禁止购买者除外）		
承销方式	余额包销		
募集资金总额	本次发行预计募集资金[]亿元		
募集资金净额	扣除发行费用后本次发行募集资金[]亿元		
募集资金投资项目	宣城福贝宠物食品扩建项目		
	智能仓储配送中心建设项目		
	营销及管理信息化建设项目		
	研发中心建设项目		
发行费用概算	承销费用与保荐费用	[]万元	
	审计费用与验资费用	[]万元	
	律师费用	[]万元	
	评估费用	[]万元	
	用于本次发行的信息披露费用	[]万元	
	股份登记、发行上市手续费及材料制作费	[]万元	
（二）本次发行上市的重要日期			
刊登发行公告日期	[]年[]月[]日		
开始询价推介日期	[]年[]月[]日		
刊登定价公告日期	[]年[]月[]日		
申购日期和缴款日期	[]年[]月[]日		
股票上市日期	[]年[]月[]日		

四、发行人主营业务经营概况

（一）主要业务

公司是国内综合优势领先的宠物食品供应商，致力于为宠物提供健康、安全的优质宠物食品和科学喂养方案。公司的主营业务为宠物食品的研发、生产与销

售，现阶段主营产品主要包括犬粮、猫粮等宠物干粮类主粮。

（二）主要产品或服务及其用途

根据使用主体的不同，公司主要产品可分为犬粮、猫粮等宠物干粮类主粮。宠物主粮在宠物食品中占据主导地位，是宠物消费中的刚需产品。宠物主粮是专门针对宠物营养需求设计的专业产品，用于替代自制宠食或剩饭剩菜喂养，单独使用即可满足宠物全面营养需要。为满足宠物的个性化需求，根据宠物品种、宠物年龄、宠物成长环境等因素，公司对宠物食品的食材配方、加工工艺等进行设计，开发出适应不同年龄段、不同品种宠物以及实现消化吸收、强健骨骼、肠胃健康、美毛护肤等多种功能的数百种产品品类。

（三）所需主要原材料及重要供应商

公司生产所需的原材料种类较多，主要包括鸡肉粉、鸡油、红薯粒、小麦、鱼粉、玉米、大豆分离蛋白等原材料。截止报告期末，该等主要原材料的前五大供应商的基本情况参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“九、发行人的主营业务经营情况”之“（二）发行人采购与主要供应商情况”。

（四）主要生产模式、销售方式和渠道及重要客户

公司生产模式包括自主生产及外协加工。公司拥有位于上海及安徽宣城的两处生产基地用于公司主要产品的生产。此外，公司将部分生产标准化程度高、便于品质管控的产品委托外部厂商完成。

公司建立了多样化立体式营销网络体系，包括向国内宠物食品品牌商客户提供 ODM/OEM 服务，以及通过经销模式及网络销售渠道相结合的方式销售自主品牌产品公司的重要客户参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“九、发行人的主营业务经营情况”之“（一）发行人主营产品的产销情况”。

（五）行业竞争情况

美国、欧洲等发达国家和地区的宠物食品行业起步较早。目前，以美国玛氏、瑞士雀巢为代表的宠物食品企业占全球宠物食品市场的份额较高。

与美国、欧洲等成熟期市场相比，我国宠物食品市场正处于快速成长期，国际品牌企业因起步较早占据先机，先于本土企业进行国内市场的开拓，市场份额

较高。随着生产工艺技术的日趋成熟，本土企业已具备与发达国家接近的产品制造能力，并积极培育自主品牌，加大营销投入，市场竞争力与品牌影响力显著提高，国内宠物食品企业已与部分国际品牌在国内宠物食品市场展开竞争。

（六）发行人在行业中的竞争地位

公司自成立以来即从事宠物食品的研发、生产与销售，致力于为宠物提供健康、安全的优质宠物食品和科学喂养方案。经过十多年的辛勤耕耘，公司现已成为国内综合优势领先的专业宠物食品制造企业，具有领先的市场地位。公司自主品牌业务及 ODM 业务中的主要产品定位于宠物干粮的中高端市场，核心竞争力较强。

五、发行人板块定位情况

（一）公司业务模式成熟

1、报告期内公司 ODM/OEM 业务、自主品牌业务模式稳定发展

伴随着国内宠物行业的稳步发展，公司经过近 20 年稳健经营已成为国内综合优势领先的宠物食品供应商，是国内宠物食品制造的代表性企业之一。公司业务模式包括向国内宠物食品品牌商客户提供 ODM/OEM 服务，以及通过经销模式及网络销售渠道相结合的方式销售自主品牌产品。近年来公司 ODM/OEM 业务、自主品牌业务收入稳步增长，主要业务模式成熟。

报告期内，公司主要销售模式的收入分布情况具体如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例	收入	比例
ODM/OEM 业务	32,288.59	61.53%	59,395.83	60.91%	38,194.86	57.54%	22,530.50	55.85%
自主品牌业务	20,190.30	38.47%	38,111.19	39.09%	28,189.62	42.46%	17,813.71	44.15%
主营业务合计	52,478.90	100.00%	97,507.02	100.00%	66,384.48	100.00%	40,344.21	100.00%

2、公司业务模式与同行业公司基本一致，为行业内较为成熟的经营模式

公司主要业务模式与同行业可比公司相比不存在重大差异，属于行业内企业较为成熟的经营模式。具体如下表所示：

公司名称	关于销售模式的描述	对应公司销售模式
中宠股份 (002891)	①在国外市场中，发行人主要是按照客户订单生产贴牌产品，自主品牌销量较小。	ODM/OEM 业务
	②在努力扩大贴牌产品市场规模的同时，发行人通过参加国际展会、在专业杂志投放广告等方式逐步加强自主品牌在国外市场的推广力度，积极培育自主品牌市场。国际营销中心专设自主品牌科，专门负责自主品牌的推广与销售。	自主品牌业务
佩蒂股份 (300673)	①在国外市场，公司主要采用 ODM 模式。公司在海外市场主要采用 ODM 模式是在当前所处环境和发展阶段下的最优选择。	ODM/OEM 业务
	②在努力扩大 ODM 产品市场占有率的同时，公司非常重视自主品牌在海外市场的培育，目前已在加拿大沃尔玛和欧洲部分商超等零售渠道销售自主品牌产品。	自主品牌业务
乖宝宠物	公司业务板块分为自有品牌业务、OEM/ODM 业务和国外品牌代理业务。	ODM/OEM 业务及 自主品牌业务

3、公司业务模式已建立了较为成熟的产供销体系，历年来多次荣获奖项

经过多年的稳健经营及自身积累，公司已建立起成熟稳定的采购供应体系、产品生产工艺及销售渠道，构建了成熟、完善的产供销体系，业务经营持续稳定。采购供应方面，公司供应链上游主要是供应农产品和肉类等的农副产品行业，上游行业市场成熟，供应商数量众多，市场供应充足，能够有力支持公司的稳定发展。产品生产方面，公司拥有先进的、现代化的宠物食品生产基地，公司宣城工厂被安徽省经济和信息化厅评定为“高端宠物食品数字化车间”，公司长期自主运营上海、宣城等地生产工厂，公司已经熟练掌握了各项产品生产制造工艺技术以及生产运营体系。

销售模式方面，公司 ODM/OEM 业务、自主品牌业务在市场拓展、生产经营等方面具备了稳定成熟的经营管理模式。就 ODM/OEM 业务而言，公司多年来专注于宠物食品领域，在配方设计、生产产能、产品品质等方面积累了丰富的行业经验以及突出的竞争优势。凭借先进的生产工艺技术、良好的产品质量及较高的市场知名度，与国内多家知名宠物品牌商如网易严选、豆柴、帕特等客户建立了稳定的合作关系。就自主品牌业务而言，公司在创立之初即推出自主品牌“比乐”等品牌系列，积极布局国内市场。随着公司积极开拓线上和线下销售渠道，已逐步建立稳定的销售渠道管理体系，公司旗下的“比乐”品牌具有较强的市场影响力与品牌美誉度，是国内中高端宠物食品品牌的代表之一。历年来公司及其子公司多次荣获国内宠物行业相关荣誉奖项。

4、公司主营业务以及主要产品为宠物行业内稳定、成熟的品类

公司主营业务以及主要产品为宠物行业内稳定、成熟的品类。在成立之初，公司就聚焦宠物主粮赛道的宠物干粮领域。宠物食品贯穿宠物全生命周期，使用频次最高，属于饲养宠物的刚性需求，根据《2021 年中国宠物行业白皮书》，宠物食品占国内宠物市场份额的 51.6%，是目前宠物行业占比最高的子行业。根据 Euromonitor 的数据统计，2021 年我国宠物食品消费结构中，宠物主粮、宠物零食和宠物保健品占比分别为 90%、8%和 2%。其中，宠物主粮以宠物干粮为主，宠物干粮在宠物食品的份额达 70%以上，在宠物食品结构中占比最高，占据主导。此外，在养宠类型中，宠物犬和宠物猫无论是在家庭拥有率、宠物数量还是消费者偏好方面都占据着绝大部分市场。根据《2021 年中国宠物行业白皮书》，宠物犬和宠物猫是宠物的主要类型，市场规模合计占比超过 95%。

公司的主营产品犬粮、猫粮属于宠物干粮类主粮，是最基础的宠物食品。公司业务所处的宠物干粮细分领域属于宠物行业市场主流，占据主导地位，符合宠物行业发展趋势。

综上，公司已成为 ODM 业务与自主品牌协同发展的综合性宠物食品企业，业务模式符合行业特点，顺应行业发展趋势，并构建了成熟完善的产供销体系，已经具备稳定成熟的业务模式。

（二）公司经营业绩稳定、规模较大

近年来，得益于国内宠物食品行业的快速发展，作为国内宠物食品行业的代表性企业之一，公司整体经营业绩稳定，保持较高的盈利水平。报告期内，公司营业收入分别为 40,495.91 万元、66,407.27 万元、97,837.02 万元及 52,490.17 万元，公司归属于母公司股东的净利润分别为 6,529.10 万元、13,846.94 万元、22,135.82 万元及 9,487.22 万元，公司整体盈利水平较高，经营业绩较为稳定。

公司在细分领域宠物干粮市场的经营规模位居行业前列，相比同行业其他可比公司，公司宠物主粮经营规模较大，整体盈利水平较高，具有领先的市场地位，公司持续深耕宠物主粮领域，核心竞争力较强。

公司自成立以来即从事宠物食品的研发、生产与销售。经过十多年的辛勤耕耘，公司逐步形成自身的核心技术，产品质量稳定可靠，品牌形象良好。此外，

公司始终持续加强对产品研发的投入，提高研发创新能力，提升公司产品的市场口碑、扩大品牌知名度，不断提升综合竞争力，市场地位显著。伴随着我国居民饲养宠物数量的快速增长，专业宠物食品渗透率的持续提升，公司作为宠物食品行业内具有显著竞争优势的代表性企业之一，将充分受益国内成长期市场的行业机遇，预计整体经营业绩将实现稳定增长。

（三）公司具有行业代表性

根据中国饲料工业协会的数据统计，国内宠物饲料的产量由 2019 年 87.1 万吨上升至 2022 年 123.7 万吨。公司选取产量规模对公司市场占有率进行测算。综合考虑公司 ODM/OEM 业务及自主品牌业务，经测算，2019 年至 2022 年，公司产品市场占有率由 4.32% 上升至约 6.08 %；仅考虑公司自主品牌业务，经测算，2019 年至 2022 年，公司自主品牌业务产品市场占有率由 1.38% 上升至约 1.90%。

报告期内公司产品总体的市场占有率在 4%-7% 之间，自主品牌市场占有率在 1%-2% 之间。根据 Euromonitor 统计，截至 2021 年末，我国宠物食品市场份额相对分散，排名前十的宠物食品企业市场占有率合计约 24% 左右，其中行业国际龙头美国玛氏（包括皇家、宝路等多种品牌）的市场占有率约 8%。由此对比可知，公司产品的市场占有率位于行业前列，公司在细分市场具有领先的市场地位，具有行业代表性。

基于公司在细分市场的领先地位及行业代表性，在中国优质农产品开发服务协会牵头下公司参与制定宠物食品行业团体标准《宠物配合饲料（全价宠物食品）标准综合体团体规范》，参与起草《宠物零食标准综合体团体规范》等标准性文件。公司曾先后荣获“全国十强宠物饲料企业”、“中国宠物行业最具竞争力企业”、“PFA 年度中国质造 TOP10”、“年度最具影响力品牌主粮 TOP5”、“国货品牌之星”、“宠主喜爱的中国制造品牌”、“TBI 杰出品牌创新奖”、“PFA 年度实力食品品牌大奖”、“中国最具价值宠物品牌 TOP10”等行业殊荣。

综上，公司业务模式成熟，近年来经营业绩稳定，经营规模在细分市场位居前列，具有行业代表性，公司符合主板定位要求。

六、发行人报告期主要财务数据和财务指标

项目	2022 年 1-6 月 /2022 年 6 月 30 日	2021 年度/2021 年 12 月 31 日	2020 年度/2020 年 12 月 31 日	2019 年度/2019 年 12 月 31 日
资产总额（万元）	111,234.70	96,989.33	75,565.98	55,839.24
归属于母公司所有者 权益（万元）	85,771.83	76,284.61	28,575.52	15,216.71
资产负债率（母公司） （%）	16.61	14.89	72.74	80.89
营业收入（万元）	52,490.17	97,837.02	66,407.27	40,495.91
净利润（万元）	9,576.31	22,356.46	13,983.52	6,596.66
归属于母公司所有者 的净利润（万元）	9,487.22	22,135.82	13,846.94	6,529.10
扣除非经常性损益后 归属于母公司所有者 的净利润（万元）	9,136.52	21,584.94	15,277.85	7,448.15
基本每股收益（元）	0.26	0.61	0.38	0.18
稀释每股收益（元）	0.26	0.61	0.38	0.18
加权平均净资产收益 率（归属于母公司股东 的净利润）（%）	11.71	36.59	62.54	73.84
加权平均净资产收益 率（扣除非经常性损益 后归属于母公司股东 的净利润）（%）	11.28	35.68	69.01	84.23
经营活动产生的现金 流量净额（万元）	14,003.90	25,058.32	18,126.76	8,764.05
现金分红（万元）	-	-	10,000	1,000
研发投入占营业收入 的比例（%）	1.68	1.67	1.86	1.82

七、发行人财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

自财务报告审计截止日（即 2022 年 6 月 30 日）至本招股说明书签署日，公司主要经营状况正常，经营业绩稳定，在经营模式、主要原材料的采购规模及采购价格、主要产品的生产销售规模及销售价格，主要客户及供应商的构成，税收政策等方面未发生重大变化，亦未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。

八、发行人选择的具体上市标准

发行人选择适用《上海证券交易所股票上市规则》第三章第一节之 3.1.2 条所规定的市值及财务指标，即“（一）最近 3 年净利润均为正，且最近 3 年净利润累计不低于 1.5 亿元，最近一年净利润不低于 6000 万元，最 3 年经营活动产

生的现金流量净额累计不低于 1 亿元或营业收入累计不低于 10 亿元。”

九、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之日，发行人公司治理结构方面不存在特殊安排事项。

十、募集资金运用与未来发展规划

（一）募集资金运用

本次发行 A 股募集资金计划全部用于以下与主营业务相关的项目：

单位：万元

序号	项目名称	实施主体	项目投资总额	拟募集资金投资额
1	宣城福贝宠物食品扩建项目	宣城福贝	24,285.03	24,285.03
2	智能仓储配送中心建设项目	宣城福新	22,000.00	22,000.00
3	营销及管理信息化建设项目	上海福益	5,441.00	5,441.00
4	研发中心建设项目	福贝宠物	5,065.00	5,065.00
合计			56,791.03	56,791.03

本次募集资金到位前，公司将根据实际生产经营需要，通过自筹资金对上述项目进行前期投入；本次募集资金到位后，公司将严格按照有关制度使用募集资金，募集资金可用于置换前期投入募集资金投资项目的自筹资金以及支付项目剩余款项，若本次发行实际募集资金低于募集资金投资项目投资额，公司将通过自筹资金解决，保证项目的顺利实施。若所筹资金超过预计资金使用需求的，本公司将根据中国证监会及上海证券交易所的有关规定对超募资金进行使用。募集资金运用具体情况详见本招股说明书“第七节 募集资金运用与未来发展规划”的有关内容。

（二）未来发展规划

未来，公司将继续聚焦宠物食品领域，以市场需求为导向，以研发创新为支撑，坚持既定的公司战略，进一步提升公司自主品牌“比乐”等品牌系列的市场知名度与美誉度，专注打造我国宠物食品领域优质、领先、卓越的民族品牌，建成国内一流的宠物食品制造企业。

面对宠物食品广阔的市场空间，公司将继续增加技术研发投入、加强技术创

新、完善管理制度及运行机制，将更多高营养价值、高技术含量、高附加值、适应市场需求的宠物食品推向市场。同时，公司将不断增强市场开拓能力和市场快速响应能力，进一步优化公司现有的客户结构、提升产品的市场占有率，不断提高公司持续盈利能力，努力成为宠物食品行业的领军者。

十一、其他对发行人有重大影响的事项

本次发行不存在其他对发行人有重大影响的事项。

第三节 风险因素

投资者在评价公司本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险是根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、与发行人相关的风险

（一）质量管控风险

产品质量管控是宠物食品企业生产经营重中之重，主管部门对宠物食品企业经营和宠物食品质量的监督管理逐渐细化、强化以及消费者对产品品质的重视，均对公司质量管控提出更高要求。随着公司经营规模的不断扩大，公司产品质量管控的需求和难度都随之增长。

如果公司的产品质量控制能力不能适应经营规模的持续增长，质量管理工作出现纰漏等导致产品发生质量问题，可能对公司的品牌信誉和公司产品的销售推广产生不利影响。因此，公司存在由于产品质量管理出现失误而带来的潜在经营风险。

（二）核心技术失密或产品被模仿风险

公司拥有的技术包括专利技术及非专利技术。其中，非专利技术主要包括公司通过技术研发掌握的各类原材料动物营养指标、宠物食品配方和在生产实践中公司逐步积累沉淀的各种生产经验和工艺技术。非专利技术因无法通过申请专利获得保护，主要依赖于公司保密机制。若公司保密机制未能有效运作严格执行，公司存在泄露非专利技术保密信息或产品被模仿的风险并对公司生产经营和产品竞争力造成一定的负面影响。

（三）销售渠道维护及拓展风险

报告期内，公司自主品牌销售渠道主要包括经销模式及网络销售渠道。对于经销渠道，随着经销区域的扩张以及层级的下沉，经销商体系的管理难度持续提升，主要表现在需要花费更大的人力、物力和财力等对营销网络、营销制度和营销人员加以管理。公司可能存在因经销渠道管理不力导致经销商流失、产品窜货、市场拓展乏力等风险，进而导致品牌形象、市场销售受损。

对于网络销售渠道，若公司无法与主流电商平台保持稳固的合作关系或者没有把握住新兴的电商平台机遇，以及合作电商平台的销售政策、收费标准等发生对公司的重大不利变化，均可能对公司的经营业绩产生不利影响。

（四）原材料价格上涨风险

公司生产所需的原材料种类较多，包括动物蛋白类、油脂、碳水化合物类等原材料。受自然环境、宏观经济发展、供求关系、汇率变动等因素影响，该等原材料价格存在一定的不确定性。公司原材料成本占营业成本比例相对较大，因此公司营业成本存在上升的风险。如未来原材料价格上涨，将提高企业产品经营成本，进而对企业利润率产生一定不利影响。

（五）在建工程转固导致折旧增加的风险

报告期内，公司开始投入建设位于上海市金山区的高端宠物食品智能制造示范基地建设项目，并于 2021 年陆续完工转入固定资产。截至报告期末，该建设项目的在建工程主要为厂房、办公楼建造及待安装生产设备等。根据公司对该项目预算投入测算，公司在建工程转固而形成的每年新增折旧金额约为 1,500 万元。若公司固定资产投入未实现预期效益，在建工程转固导致的折旧增加将对公司经营业绩及运营效率产生不利影响。

（六）委托加工风险

报告期内，国内宠物食品需求不断增长，同时公司自有产能扩张需要一定的时间，因此公司部分产品存在委外加工方式。若委托加工厂商出现产品质量不符合要求、产能不足等生产经营风险情况，公司未能及时转移相关产品的生产，可能对公司产品质量、货期、经营业绩及品牌形象等产生不利影响。此外，公司在委托加工过程中，存在产品配方信息泄露的可能，如果委托加工商违反知识产权保护和保密的相关条款，将会导致产品配方泄密和知识产权纠纷，进而对公司品牌形象和经营业绩等产生不利影响。

（七）房产租赁的风险

截至本招股说明书签署日，公司及子公司存在因生产、经营需要租赁房屋的情况。公司部分租赁房产存在产权瑕疵，可能存在因房屋产权问题而导致租赁房屋及所在土地因地方城市规划等原因被政府征用、拆迁等潜在风险。此外，公司

存在出租方提前收回租赁房产、到期不能续约或者租金大幅上升的可能，导致公司需要改租新的房产或增加租赁成本。在公司新厂房建成并搬迁之前，公司租赁房产可能对公司的业务经营造成一定影响。

（八）因产能不足可能存在客户流失的风险

报告期内，公司存在因下游市场需求迅速增长引致短期产能不足而委托外协厂商进行加工的情形，若公司因委托加工业务导致交付的产品出现质量不符合要求、产能不足等经营情况，可能导致出现不能及时满足客户提出的业务需求而使客户转向其他供应商采购等风险。因此，公司存在因产能不足可能导致客户流失而对公司的持续经营能力产生不利影响的潜在经营风险。

（九）经营业绩波动风险

报告期内，公司主营业务收入分别为 40,344.21 万元、66,384.48 万元、97,507.02 万元和 52,478.90 万元，归属于母公司股东的净利润分别为 6,529.10 万元、13,846.94 万元、22,135.82 万元和 9,487.22 万元。如果公司在未来经营过程中面临因新冠疫情、经济环境变化等因素而导致的主要原材料价格上涨、自主品牌产品投入市场销售不及预期、市场竞争加剧等经营风险，公司无法有效应对上述经营风险，则存在经营业绩波动的风险。

（十）毛利率下降的风险

报告期各期，公司主营业务毛利率分别为 42.85%、42.14%、39.45%和 36.81%。如果公司所需主要原材料价格上涨，公司将面临原材料成本上涨的压力。同时，员工薪金普遍提高，公司亦面临着人力成本上涨的压力。公司产品成本上升将导致毛利率下滑，公司面临着毛利率下降的风险。

（十一）净资产收益率摊薄的风险

2021 年，公司净资产收益率（扣除非经常性损益前后孰低）为 35.68%，处于较高水平。此次募集资金到位后，本公司的净资产规模较发行前将出现大幅增长，而募集资金投资项目建成并投入生产需要一定的周期。因此，短期内，公司净利润增长幅度可能小于净资产增长幅度，存在净资产收益率下降的风险。

（十二）产能消化风险

本次募集资金投资项目建成投产后，公司产品的产能、产量都将有较大幅度的增加。若公司面临自有产品市场推广不如预期或部分客户流失等潜在问题，可能导致公司产品需求不足，新增产能无法充分消化。

（十三）固定资产折旧及无形资产摊销风险

根据募集资金投资计划，本次募集资金投资项目建成后，公司新增固定资产约 42,000 万元，无形资产约 4,100 万元，增加年折旧费约 4,000 万元、无形资产摊销费用约 1,500 万元。如果市场环境发生重大不利变化，公司现有业务及募集资金投资项目产生的收入及利润水平未实现既定目标，本次募集资金投资项目将存在固定资产折旧及无形资产摊销对公司经营业绩产生不利影响的风险。

二、与行业相关的风险

（一）市场竞争加剧风险

随着国民收入水平的整体提升及居民消费理念的逐步转变，我国宠物食品市场的需求量持续增长，吸引了更多市场参与者。一方面，部分欧美发达国家宠物食品行业起步较早，凭借在研发生产能力、资金实力及品牌运营等方面的先发积累，在国内宠物食品市场占据了较高的市场份额；另一方面，国内宠物食品生产企业数量增加，在产品配方设计、生产工艺、销售渠道及品牌运营等多个环节市场竞争可能有所加剧。国内宠物食品行业正面临着内部竞争及海外品牌的外来竞争，如未来公司不能采取有效措施应对市场竞争，例如未能准确把握目标客户的需求，或未能及时开发优质适销的产品以及及时升级改进产品工艺配方等，公司可能面临市场份额缩小和盈利能力下滑的风险。

（二）产业政策风险

随着国家对宠物食品安全重视程度的日益提高，宠物食品行业的法律法规和行业标准也将持续补充和完善。面对新规定、新标准，公司需要相应的调整经营策略，完善公司质量控制制度和措施，调整产品配方、工艺和生产设备并处理已生产但未销售存货。因此，若公司短时间内无法应对产业政策转变，可能导致丧失市场优势地位的风险。

三、其他风险

（一）税收政策变化的风险

公司于 2018 年 11 月 2 日被上海市科学技术委员会、上海市财政局和国家税务总局上海市税务局认定为高新技术企业，证书编号：GR201831003551，有效期三年。公司于 2021 年 11 月 18 日取得编号为 GR202131002022 的高新技术企业证书，有效期三年。如果公司高新技术企业资格不能通过审核，将不能继续享受企业所得税优惠税率，从而对公司的经营业绩产生一定的负面影响。

（二）管理风险

随着公司主营业务的不断拓展和产品结构的优化，尤其是本次股票发行募集资金到位后，公司资产规模、业务规模、管理机构规模等都将进一步扩大，对公司的战略规划、组织机构、内部控制、运营管理、财务管理等方面提出更高要求，与此对应的公司经营活动、组织架构和管理体系亦将趋于复杂。如果公司未能根据资本市场的要求和公司业务发展的需要及时调整和优化管理体系，并建立有效的激励约束机制，公司将面临一定的经营管理风险。

第四节 发行人基本情况

一、公司基本信息

（一）注册名称（中、英文）	上海福贝宠物用品股份有限公司（FUBEI（SHANGHAI）CO., LTD.）
（二）注册资本：	36,180.00 万元
（三）法定代表人：	汪迎春
（四）成立日期：	2005 年 4 月 28 日（股份有限公司成立于 2019 年 12 月 13 日）
（五）住所和邮政编码	上海市松江区中辰路 299 号 2 幢 501 室（邮政编码：201607）
（六）电话、传真号码	021-57866797、021-57866667
（七）互联网网址：	http://www.fbpets.com
（八）电子信箱：	Fbgf@fbpet.com
（九）负责信息披露和投资者关系的部门、负责人和联系方	证券部作为公司信息披露和投资者关系的负责部门，该部门负责人为公司董事会秘书程业，对外咨询电话：021-57866797

二、发行人设立情况和报告期内股本、股东变化情况

（一）发行人情况

1、有限公司设立情况

2005 年 4 月 21 日，汪迎春与沈三明约定共同出资 100 万元设立福贝有限，其中汪迎春出资 90 万元，沈三明出资 10 万元。

根据上海立信会计师事务所有限公司出具的《验资报告》（立信验（2005）1650 号），截至 2005 年 4 月 26 日止，福贝有限已收到全体股东缴纳的注册资本 100 万元，均以货币出资。

2005 年 4 月 28 日，福贝有限取得上海市工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》（注册号：3102272082475）。

福贝有限设立时股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	出资比例
1	汪迎春	90.0000	90.00%
2	沈三明	10.0000	10.00%
合计		100.0000	100.00%

2、股份公司设立情况

2019年11月19日，福贝有限召开股东会，决议同意：以福贝有限截至2019年9月30日经审计的净资产为基础折合3,000万股，整体变更为股份有限公司。同日，福贝有限的全体股东共同签署了《关于共同发起设立上海福贝宠物用品股份有限公司之发起人协议》。

根据大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《验资报告》（大信验字[2019]第4-00032号），截至2019年11月19日止，福贝宠物已收到全体发起人以其拥有的上海福贝宠物用品有限公司的净资产折合的实收资本3,000.00万元。

2019年12月13日，公司就整体变更事宜办理了工商变更登记手续，并取得上海市市场监督管理局核发的《营业执照》（统一社会信用代码：91310117774756514A）。

股份公司设立时，福贝宠物的股权结构情况如下：

单位：万股

序号	股东	持股数量	持股比例
1	汪迎春	1,609.7550	53.66%
2	毅达投资	377.2860	12.58%
3	海富长江	182.9280	6.10%
4	黄莉	175.0380	5.83%
5	汪春来	149.6580	4.99%
6	宣城福毅志	100.6110	3.35%
7	中比基金（SS）	91.4610	3.05%
8	圣元投资	68.5980	2.29%
9	沈文娟	57.1650	1.91%
10	凯珩投资	50.3040	1.68%
11	吴志伟	45.7320	1.52%
12	毅达创投	45.7320	1.52%
13	无锡红土	18.2940	0.61%
14	高邮红土	18.2940	0.61%
15	深创投	9.1440	0.30%
合计		3,000.0000	100.00%

（二）报告期内股本和股东变化情况

1、2019 年 4 月股权转让

2019 年 3 月 12 日，福贝有限召开股东会，决议同意：汪迎春将其持有的 56.4706 万元出资额转让给宣城福毅志。同日，汪迎春与宣城福毅志签署了《股权转让协议》，约定汪迎春将其持有的福贝有限 56.4706 万元出资额以 2,400 万元的价格转让给宣城福毅志。

2019 年 4 月 4 日，福贝有限就上述股权转让事项办理完成工商变更登记手续。

本次股权转让完成后，福贝有限的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	出资比例
1	汪迎春	903.5294	64.00%
2	毅达投资	211.7648	15.00%
3	黄莉	156.0000	11.05%
4	汪春来	84.0000	5.95%
5	宣城福毅志	56.4706	4.00%
合计		1,411.7648	100.00%

2、2019 年 8 月股权转让

2019 年 5 月 31 日，福贝有限召开临时股东会，决议同意：黄莉将其持有的 32.0856 万元出资额、25.6685 万元出资额分别转让给沈文娟、吴志伟。同日，黄莉与沈文娟、吴志伟分别签署了《股权转让协议》，约定黄莉将其持有的 32.0856 万元出资额以 2,500 万元的价格转让给沈文娟；将其持有的 25.6685 万元出资额以 2,000 万元的价格转让给吴志伟。

2019 年 8 月 7 日，福贝有限就上述股权转让事项办理完成工商变更登记手续。

本次股权转让完成后，福贝有限的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	出资比例
1	汪迎春	903.5294	64.00%

序号	股东名称	出资额	出资比例
2	毅达投资	211.7648	15.00%
3	黄莉	98.2459	6.96%
4	汪春来	84.0000	5.95%
5	宣城福毅志	56.4706	4.00%
6	沈文娟	32.0856	2.27%
7	吴志伟	25.6685	1.82%
合计		1,411.7648	100.00%

3、2019 年 9 月增资

2019 年 8 月 30 日，福贝有限召开股东会，决议同意：公司注册资本由 1,411.7648 万元增加至 1,683.8504 万元，其中由海富长江以 8,000 万元认缴 102.6738 万元新增注册资本；由中比基金（SS）以 4,000 万元认缴 51.3369 万元新增注册资本；由圣元投资以 3,000 万元认缴 38.5026 万元新增注册资本；由凯珩投资以 2,200 万元认缴 28.2353 万元新增注册资本；由毅达创投以 2,000 万元认缴 25.6685 万元新增注册资本；由无锡红土以 800 万元认缴 10.2674 万元新增注册资本；由高邮红土以 800 万元认缴 10.2674 万元新增注册资本；由深创投以 400 万元认缴 5.1337 万元新增注册资本，超出部分计入资本公积。

根据大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《验资报告》（大信验字[2019]第 4-00029 号），截至 2019 年 8 月 30 日止，福贝有限已收到海富长江、中比基金（SS）、圣元投资、凯珩投资、毅达创投、无锡红土、高邮红土、深创投缴纳的出资 21,200.00 万元，全部为货币出资，其中新增实收资本 272.0856 万元。

2019 年 9 月 19 日，福贝有限就上述增资事项办理完成工商变更登记手续。

本次增资完成后，福贝有限的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	出资比例
1	汪迎春	903.5294	53.66%
2	毅达投资	211.7648	12.58%
3	海富长江	102.6738	6.10%
4	黄莉	98.2459	5.83%
5	汪春来	84.0000	4.99%

序号	股东名称	出资额	出资比例
6	宣城福毅志	56.4706	3.35%
7	中比基金（SS）	51.3369	3.05%
8	圣元投资	38.5026	2.29%
9	沈文娟	32.0856	1.91%
10	凯珩投资	28.2353	1.68%
11	吴志伟	25.6685	1.52%
12	毅达创投	25.6685	1.52%
13	无锡红土	10.2674	0.61%
14	高邮红土	10.2674	0.61%
15	深创投	5.1337	0.30%
合计		1,683.8504	100.00%

4、2019 年 12 月股份公司设立

发行人于 2019 年 12 月整体变更为股份公司，参见本节“二、发行人设立情况”之“（二）股份公司设立情况”。

5、2020 年 4 月增资

2020 年 4 月 1 日，福贝宠物召开 2020 年第一次临时股东大会，决议同意：公司以总股本 3,000.00 万股为基数，以资本公积向全体股东转增 33,180.00 万股，各股东按照原持股比例转增，转增完成后公司总股本增至 36,180.00 万股，各股东持股比例保持不变。

根据大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《验资报告》（大信验字[2020]第 4-00007 号），福贝宠物已将资本公积 33,180.00 万元转增股本。

2020 年 4 月 3 日，公司就上述增资事项办理了工商变更登记手续，并取得上海市市场监督管理局核发的《营业执照》（统一社会信用代码：91310117774756514A）。

本次增资完成后，福贝宠物的股权结构如下：

单位：万股

序号	股东	持股数量	持股比例
1	汪迎春	19,413.6453	53.66%

序号	股东	持股数量	持股比例
2	毅达投资	4,550.0692	12.58%
3	海富长江	2,206.1117	6.10%
4	黄莉	2,110.9583	5.83%
5	汪春来	1,804.8755	4.99%
6	宣城福毅志	1,213.3687	3.35%
7	中比基金（SS）	1,103.0197	3.05%
8	圣元投资	827.2919	2.29%
9	沈文娟	689.4099	1.91%
10	凯珩投资	606.6662	1.68%
11	吴志伟	551.5279	1.52%
12	毅达创投	551.5279	1.52%
13	无锡红土	220.6256	0.61%
14	高邮红土	220.6256	0.61%
15	深创投	110.2766	0.30%
合计		36,180.0000	100.00%

三、发行人自成立以来的重要事件

（一）历次增资、股权转让的基本情况

1、历次增资、股权转让情况、资金来源、增资与股权转让价格的定价依据情况

序号	时间	股本变动事项	股权转让方	受让方/增资方	转让出资额/出资形式及金额	股权转让/增资原因	股权受让方/增资方资金来源	价格（元/出资额或股）	定价依据
1	2007 年 6 月	福贝有限第一次股权转让（注册资本 100 万元）	汪迎春	汪春来	7.00 万元	沈三明因个人原因退出公司经营。 汪春来、黄莉为福贝有限的主要经营人员，基于对福贝有限长远发展考虑，汪春来、黄莉受让相应股份。	自筹资金	1.00	由于公司尚处发展初期，不存在净资产大幅增值，股权转让各方根据 1 元/出资额的价格确定。
				黄莉	3.00 万元		自筹资金	1.00	
			沈三明	黄莉	10.00 万元		自筹资金	1.00	
2	2009 年 11 月	福贝有限第一次增资（注册资本 300 万元）	-	汪迎春	以货币 200.00 万元认缴新增注册资本 200 万元	扩大经营发展规模所需，汪迎春增加资产投入。	自筹资金	1.00	以宣城福贝截至 2015 年 8 月 31 日经审计净资产为基础确定
3	2015 年 8 月	福贝有限第二次股权转让（注册资本 300 万元）	汪迎春	黄莉	26.00 万元	基于黄莉及汪春来过往对公司的贡献，公司控股股东汪迎春将部分股权转让给黄莉及汪春来。	自筹资金	1.00	
				汪春来	14.00 万元		自筹资金	1.00	
4	2015 年 12 月	福贝有限第二次增资（注册资本 1,200 万元）	-	汪迎春	以宣城福贝 77.60%股权认缴新增注册资本 720 万元	本次增资系同一控制下合并，为解决控股股东同业竞争，收购宣城福贝股权。	股权置换	1.00	以宣城福贝截至 2015 年 8 月 31 日经审计净资产为基础确定
				黄莉	以宣城福贝 12.61%股权认缴新增注册资本 117 万元			1.00	
				汪春来	以宣城福贝 6.79%股权认缴新增注册资本 63 万元			1.00	
5	2017 年 5 月	福贝有限第三次增资（注册资本 1,411.7648 万元）	-	毅达投资	以货币 9,000.00 万元认缴新增注册资本 211.7648 万元	引入外部投资者，增强公司资本实力、优化公司治理结构。	自筹资金	42.50	由公司股东与投资者协商，结合宏观环境、公司所处行业、公司成长性、市盈率、每股净资产，与外部股东协商定价，对应价格为 42.50 元/出资额。

序号	时间	股本变动事项	股权转让方	受让方/增资方	转让出资额/出资形式及金额	股权转让/增资原因	股权受让方/增资方资金来源	价格（元/出资额或股）	定价依据
6	2019 年 4 月	福贝有限第三次股权转让（注册资本 1,411.7648 万元）	汪迎春	宣城福毅志	56.4706 万元	宣城福毅志系为员工股权激励而设立的持股平台，为激励员工，汪迎春转让部分股权给宣城福毅志。	自筹资金	42.50	根据公司前次引入外部投资者的入股价格确定，对应价格为 42.50 元/出资额。
7	2019 年 8 月	福贝有限第四次股权转让（注册资本 1,411.7648 万元）	黄莉	沈文娟	32.0856 万元	黄莉因个人资金规划需求转让部分股权，同时，沈文娟、吴志伟因看好公司发展对公司进行投资。	自筹资金	77.92	由公司股东与投资者协商，结合宏观环境、公司所处行业、公司成长性、市盈率、每股净资产，与外部股东协商定价，对应价格为 77.92 元/出资额。
				吴志伟	25.6685 万元		自筹资金	77.92	
8	2019 年 9 月	福贝有限第四次增资（注册资本 1,683.8504 万元）	-	海富长江	以货币 8,000 万元认缴新增注册资本 102.6738 万元	引入外部投资者，补充营运资金	自筹资金	77.92	
				中比基金（SS）	以货币 4,000 万元认缴新增注册资本 51.3369 万元			77.92	
				圣元投资	以货币 3,000 万元认缴新增注册资本 38.5026 万元			77.92	
				凯珩投资	以货币 2,200 万元认缴新增注册资本 28.2353 万元			77.92	
				毅达创投	以货币 2,000 万元认缴新增注册资本 25.6685 万元			77.92	
				无锡红土	以货币 800 万元认缴新增注册资本 10.2674 万元			77.92	
				高邮红土	以货币 800 万元认缴新增注册资本 10.2674 万元			77.92	
				深创投	以货币 400 万元认缴新增注册资本 5.1337 万元			77.92	

序号	时间	股本变动事项	股权转让方	受让方/增资方	转让出资额/出资形式及金额	股权转让/增资原因	股权受让方/增资方资金来源	价格（元/出资额或股）	定价依据
9	2019 年 12 月	福贝有限整体变更设立股份有限公司（注册资本 3,000 万元）	-	-	以福贝有限截至 2019 年 9 月 30 日经审计的净资产为基础折合 3,000 万股，整体变更为股份有限公司	净资产折股	无资金交割	-	净资产折股
10	2020 年 4 月	股份公司第一次增资（注册资本 36,180.00 万元）	-	全体股东	以福贝宠物总股本 3,000.00 万股为基数，以资本公积向全体股东转增 33,180.00 万股，各股东按照原持股比例转增	扩大公司股本规模，优化公司股本结构	无资金交割	-	资本公积转增

如上表所示，历次增资、股权转让均有合理的商业原因，资金来源合规，增资与股权转让价格的定价依据合理，价格公允。

2、历次增资、股权转让履行公司决策和有权机关核准程序情况

序号	时间	事项	基本情况	履行程序
1	2007 年 6 月	福贝有限第一次股权转让（注册资本 100 万元）	汪迎春将其持有的 7 万元、3 万元出资额分别转让给汪春来、黄莉。沈三明将其持有的 10 万元出资额转让给黄莉。	（1）福贝有限召开股东会同意本次股权转让； （2）上海市工商行政管理局松江分局对本次股权转让事项进行工商登记。
2	2009 年 11 月	福贝有限第一次增资（注册资本 300 万元）	注册资本增加至 300 万元，新增 200 万元注册资本由汪迎春以货币认缴。	（1）福贝有限召开股东会同意本次增资； （2）上海立德会计师事务所（特殊普通合伙）出具“沪立德会验字（2009）第 327 号”《验资报告》； （3）上海市工商行政管理局松江分局对本次增资事项进行工商登记。
3	2015 年 8 月	福贝有限第二次股权转让（注册资本 300 万元）	汪迎春将其持有的 26 万元、14 万元出资额分别转让给黄莉、汪春来。	（1）福贝有限召开股东会同意本次股权转让； （2）上海市工商行政管理局松江分局对本次股权转让事项进行工商登记。
4	2015 年 12 月	福贝有限第二次增资（注册资本 1,200 万元）	注册资本增加至 1,200 万元，新增 900 万元注册资本由汪迎春、黄莉及汪春来以其持有的宣城福贝股权进行出资，其中汪迎春出资 720.00 万元，黄莉出资 117.00 万元，汪春来出资 63.00 万元。	（1）福贝有限召开股东会同意本次增资； （2）瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）出具“瑞华沪专审字[2015]31100015 号”《审计报告》； （3）万隆（上海）资产评估有限公司出具“万隆评报字（2015）第 1735 号”《宣城市福贝宠物食品有限公司股权转让涉及其股东全部权益价值资产评估报告》； （4）大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具“大信验字[2019]第 4-00020 号”《验资报告》； （5）上海市松江区市场监督管理局对本次增资事项进行工商登记。
5	2017 年 5 月	福贝有限第三次增资（注册资本 1,411.7648 万元）	注册资本增加至 1,411.7648 万元，新增 211.7648 万元注册资本由毅达投资以货币认缴。	（1）福贝有限召开股东会同意本次增资； （2）大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具“大信验字[2019]第 4-00021 号”《验资报告》； （3）上海市松江区市场监督管理局对本次增资事项进行工商登记。
6	2019 年 4 月	福贝有限第三次股权转让（注册资本 1,411.7648 万元）	汪迎春将其持有的 56.4706 万元出资额转让给宣城福毅志。	（1）福贝有限召开股东会同意本次股权转让； （2）上海市松江区市场监督管理局对本次股权转让事项进行工商登记。

序号	时间	事项	基本情况	履行程序
7	2019 年 8 月	福贝有限第四次股权转让（注册资本 1,411.7648 万元）	黄莉将其持有的 32.0856 万元、25.6685 万元出资额分别转让给沈文娟、吴志伟。	（1）福贝有限召开股东会同意本次股权转让； （2）上海市松江区市场监督管理局对本次股权转让事项进行工商登记。
8	2019 年 9 月	福贝有限第四次增资（注册资本 1,683.8504 万元）	注册资本增加至 1,683.8504 万元，新增 272.0856 万元注册资本，其中由海富长江认缴 102.6738 万元；由中比基金（SS）认缴 51.3369 万元；由深创投认缴 5.1337 万元；由无锡红土认缴 10.2674 万元；由高邮红土认缴 10.2674 万元；由凯珩投资认缴 28.2353 万元；由圣元投资认缴 38.5026 万元；由毅达创投认缴 25.6685 万元。	（1）福贝有限召开股东会同意本次增资； （2）大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具“大信验字[2019]第 4-00029 号”《验资报告》； （3）上海市松江区市场监督管理局对本次增资事项进行工商登记。
9	2019 年 12 月	福贝有限整体变更设立股份有限公司（注册资本 3,000 万元）	以福贝有限截至 2019 年 9 月 30 日经审计的净资产为基础折合 3,000 万股，整体变更为股份有限公司。	（1）福贝有限召开股东会同意整体变更设立股份有限公司； （2）大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具“大信验字[2019]第 4-00543 号”《审计报告》； （3）中京民信（北京）资产评估有限公司出具“京信评报字（2019）第 400 号”《上海福贝宠物用品有限公司拟变更设立股份公司涉及的上海福贝宠物用品有限公司资产负债表净资产价值资产评估报告》； （4）福贝有限的全体股东共同签署《关于共同发起设立上海福贝宠物用品股份有限公司之发起人协议》； （5）福贝宠物召开创立大会； （6）大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具“大信验字[2019]第 4-00032 号”《验资报告》； （7）上海市市场监督管理局对本次整体变更事项进行工商登记。
10	2020 年 4 月	股份公司第一次增资（注册资本 36,180.00 万元）	以总股本 3,000 万股为基数，以资本公积向全体股东转增 33,180.00 万股，各股东按照原持股比例转增，转增完成后公司总股本增加至 36,180 万股，各股东持股比例保持不变。	（1）福贝宠物召开股东大会同意本次增资； （2）大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具“大信验字[2020]第 4-00007 号”《验资报告》； （3）上海市市场监督管理局对本次增资事项进行工商登记。

如上表所示，公司历次增资、股权转让均履行了相应的有限公司股东会决议、股份公司董事会决议、股东大会决议等公司内部决策程序且签署了相关股权转让协议、股份增资协议并于工商登记机关办理了变更登记，历次增资、股权转让合

法有效。

3、公司不存在委托持股、信托持股或其他利益安排

根据公司历次增资、股权转让相关的股东确认，公司历次股权转让及增资均为相关股东真实意思表示，不存在纠纷或潜在纠纷，其持有的福贝宠物的股份均属于股东本人所有，出资资金来源合法，出资真实、有效，不存在代他人持有股份或由他人代为持有股份的情形。

（二）公司设立及后续增资履行资产评估、验资等程序情况

序号	时间	注册资本变动情况	出资情况	实缴及验资情况	资产评估情况
1	2005 年 4 月	福贝有限设立（注册资本 100 万元，实收资本 100 万元）	汪迎春、沈三明分别以 90 万元、10 万元认缴福贝有限 90 万元、10 万元出资额。	实缴出资 100 万元，经上海立信会计师事务所有限公司出具的“立信验（2005）1650 号”《验资报告》验证。	-
2	2009 年 11 月	福贝有限第一次增资（注册资本 300 万元）	汪迎春以 200 万元认缴福贝有限 200 万元出资额。	实缴出资 200 万元，经上海立德会计师事务所（特殊普通合伙）出具的“沪立德会验字（2009）第 327 号”《验资报告》验证。	-
3	2015 年 12 月	福贝有限第二次增资（注册资本 1,200 万元）	汪迎春、黄莉、汪春来分别以宣城福贝 77.60%、12.61%、6.79%股权认缴福贝有限 720 万元、117 万元、63 万元出资额。	实缴出资 900 万元，经大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的“大信验字[2019]第 4-00020 号”《验资报告》验证。	万隆（上海）资产评估有限公司出具“万隆评报字（2015）第 1735 号”《宣城市福贝宠物食品有限公司股权转让涉及其股东全部权益价值资产评估报告》。
4	2017 年 5 月	福贝有限第三次增资（注册资本 1,411.7648 万元）	毅达投资以 9,000 万元认缴福贝有限 211.7648 万元出资额。	实缴出资 211.7648 万元，经大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的“大信验字[2019]第 4-00021 号”《验资报告》验证。	-

序号	时间	注册资本变动情况	出资情况	实缴及验资情况	资产评估情况
5	2019 年 9 月	福贝有限第四次增资（注册资本 1,683.8504 万元）	海富长江、中比基金（SS）、圣元投资、凯珩投资、毅达创投、无锡红土、高邮红土、深创投分别以 8,000 万元、4,000 万元、3,000 万元、2,200 万元、2,000 万元、800 万元、800 万元、400 万元认缴福贝有限 102.6738 万元、51.3369 万元、38.5026 万元、28.2353 万元、25.6685 万元、10.2674 万元、10.2674 万元、5.1337 万元出资额。	实缴出资 272.0856 万元，经大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的“大信验字[2019]第 4-00029 号”《验资报告》验证。	-
6	2019 年 12 月	福贝有限整体变更设立股份有限公司（注册资本 3,000 万元）	以福贝有限截至 2019 年 9 月 30 日经审计的净资产为基础折合 3,000 万股，整体变更为股份有限公司。	实缴出资 3,000 万元，经大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的“大信验字[2019]第 4-00032 号”《验资报告》验证。	中京民信（北京）资产评估有限公司出具“京信评报字（2019）第 400 号”《上海福贝宠物用品有限公司拟变更设立股份公司涉及的上海福贝宠物用品有限公司资产负债表列净资产价值资产评估报告》。
7	2020 年 4 月	股份公司第一次增资（注册资本 36,180.00 万元）	以总股本 3,000.00 万股为基数，以资本公积向全体股东转增 33,180.00 万股，各股东按照原持股比例转增。	实缴出资 36,180 万元，经大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的“大信验字[2020]第 4-00007 号”《验资报告》验证。	-

因前述会计差错更正事项，根据大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《关于对赌事项调整对上海福贝宠物用品股份有限公司验资报告影响的说明》（大信备字[2022]第 4-00063 号），股改及后续增资阶段的净资产、资本公积数值有所变动。

基于上述调整，公司已于 2022 年 4 月 25 日召开第一届董事会第十次会议、于 2022 年 5 月 10 日召开 2022 年第二次临时股东大会审议并通过了《关于前期会计差错更正的议案》，同意追溯调整报告期相关财务报表数据，并确认股份公司设立、资本公积转增股本的有效性。

保荐机构及申报会计师认为：随着 2021 年 3 月公司对赌协议特殊条款的解除，公司股改及后续增资相应的注册资本及资本公积已足额缴纳，不存在出资不实的情形，不会因此影响公司整体变更设立股份有限公司时相关股东会/股东大会等决议的效力，亦不会影响股份公司设立及增资行为的有效性，不存在违反《公司法》等法律法规的情形，不会对本次发行构成实质性障碍。

综上，公司设立及后续增资均已履行了必要的资产评估、验资等程序，公司不存在出资瑕疵的情形。

（三）宣城福毅志各出资人在公司任职情况、出资资金来源，不存在股权代持

宣城福毅志各出资人均在公司有任职，平台内绝大部分员工在公司处任职时间超 5 年以上，出资人在公司任职情况、出资情况具体如下表所示：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例	公司处目前任职	资金来源	是否存在股权代持
1	汪迎春	367.20	15.30%	董事长、总经理	自筹资金	否
2	黄莉	72.00	3.00%	董事、副总经理	自筹资金	否
3	关辰禹	72.00	3.00%	副总经理	自筹资金	否
4	郑珍	216.00	9.00%	董事、副总经理	自筹资金	否
5	程业	192.00	8.00%	副总经理、财务负责人、董事会秘书	自筹资金	否
6	茆菲菲	72.00	3.00%	监事会主席、审计部经理	自筹资金	否
7	蔡京定	72.00	3.00%	监事、生产调度中心经理	自筹资金	否
8	郭天龙	36.00	1.50%	监事、品质保障中心经理	自筹资金	否
9	潘晓影	72.00	3.00%	技术研发中心技术部经理	自筹资金	否
10	任阳	36.00	1.50%	技术研发中心研究院院长	自筹资金	否
11	罗德永	180.00	7.50%	宣城工厂负责人	自筹资金	否
12	陈勇军	84.00	3.50%	总经办人员	自筹资金	否
13	管仁国	72.00	3.00%	销售经理	自筹资金	否

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例	公司处目前任职	资金来源	是否存在股权代持
14	黄元子	72.00	3.00%	生产管理人员	自筹资金	否
15	王傲	72.00	3.00%	上海生产负责人	自筹资金	否
16	汪念泗	72.00	3.00%	销售经理	自筹资金	否
17	丁萍	52.80	2.20%	销售经理	自筹资金	否
18	罗凤利	48.00	2.00%	运营总监	自筹资金	否
19	顾红霞	48.00	2.00%	总经理助理	自筹资金	否
20	汪淑敏	48.00	2.00%	证券事务专员	自筹资金	否
21	鲁晓红	48.00	2.00%	宣城福贝行政管理人员	自筹资金	否
22	曾建平	36.00	1.50%	销售总监	自筹资金	否
23	刘冯	36.00	1.50%	销售主管	自筹资金	否
24	杜鹏	36.00	1.50%	销售总监	自筹资金	否
25	徐北飞	36.00	1.50%	销售总监	自筹资金	否
26	吴结琴	36.00	1.50%	销售主管	自筹资金	否
27	汪玉满	24.00	1.00%	财务专员	自筹资金	否
28	李琨	24.00	1.00%	电商总监	自筹资金	否
29	许银燕	24.00	1.00%	客服经理	自筹资金	否
30	汪光海	24.00	1.00%	车间主任	自筹资金	否
31	吴忠文	24.00	1.00%	车间主任	自筹资金	否
32	罗顺	24.00	1.00%	品控经理	自筹资金	否
33	陈云香	24.00	1.00%	财务经理	自筹资金	否
34	丁超	24.00	1.00%	产品经理	自筹资金	否
35	黄小娜	24.00	1.00%	产品经理	自筹资金	否
合计		2,400.00	100.00%	-	-	-

如上表所示，宣城福毅志各出资人在公司均有任职，出资资金来源均为其个人自筹资金，不存在来源于公司的情形，且股权转让相关款项已支付，股权转让事项已办理完成工商变更登记手续，不存在股权代持的情形。上述各出资人均已确认，不存在通过信托、委托、隐名代理等方式代他人持有宣城福毅志出资份额的情形，也不存在委托他人持有宣城福毅志出资份额的情形。

（四）沈文娟、吴志伟入股公司的原因、价格、不存在股权代持

时间	股权转让方	股权受让方	价格（元/股）	资金来源	定价依据	入股原因
2019年8月	黄莉	沈文娟	77.92	自筹资金	与同期海富长江、中比基金（SS）等机构投资者增资估值及价格一致	具有宠物、生物领域投资经验的投资者，且个人看好宠物行业及公司发展。
		吴志伟	77.92	自筹资金		系凯珩投资私募基金管理人员，具有宠物行业投资经验，因看好公司未来发展个人投资。

如上表所示，沈文娟、吴志伟均为具有宠物行业投资经验的投资者，投资价格与同期海富长江、中比基金（SS）等机构投资者增资估值及价格一致，定价公允，股权转让款均来源于自筹资金，且股权转让相关款项已支付，股权转让事项已办理完成工商变更登记手续，不存在股权代持的情形。沈文娟、吴志伟均已确认，不存在通过信托、委托、隐名代理等方式代他人持有福贝宠物股权的情形，也不存在委托他人持有福贝宠物股权的情形。

（五）对赌协议解除情况

1、与毅达投资之约定及解除

2017年3月10日，福贝有限与毅达投资签订《关于上海福贝宠物用品有限公司之增资协议之补充协议》（以下简称“《补充协议一》”），协议约定，“（1）公司或原股东或实际控制人违反本补充协议陈述保证事项或出现欺诈等重大诚信问题（如向投资方提供的财务资料等相关信息存在虚假或重大遗漏情形，或公司出现投资方不知情的账外销售等）；（2）公司直至2021年12月31日未能实现合格IPO或按届时有效的合格IPO发行规则公司已不可能在前述时间内实现合格IPO；（3）公司或原股东或实际控制人遭受刑事立案侦查或对公司资本运作构成实质性障碍的行政处罚；（4）公司核心人员（汪迎春）离职；（5）公司2017年至2020年中任一年度净利润较上一年度下降超过30%；（6）任一年度经投资方认可的审计机构对公司出具标准无保留意见审计报告；（7）本补充协议规定的其他情形”，毅达投资有权要求公司或原股东或实际控制人购买其股权。

2019年5月，福贝有限与毅达投资签订《关于上海福贝宠物用品有限公司之增资协议之补充协议二》（以下简称“《补充协议二》”），终止了《关于上海福贝宠物用品有限公司之增资协议之补充协议》中关于业绩承诺、股份回购等

相关条款，但约定了出现“公司未能于 2021 年 12 月 31 日前完成向证券监管部门申报发行上市的材料，或其发行上市材料申报后被撤回、不予受理、终止审查、不予核准（或注册），或因任何原因未能于申报之日起 2 年内成功上市”的情形，如投资方要求，公司或控股股东、实际控制人应回购投资方持有的公司的部分或全部股权。

2021 年 3 月 1 日，福贝宠物与毅达投资签订《关于上海福贝宠物用品有限公司之增资协议补充协议（二）之解除协议》（以下简称“《解除协议》”），终止了前述协议及协议中关于股份回购等相关对赌条款，且各方确认，截至协议签署之日，《补充协议二》中约定的对赌条款或其他利益安排条款均未触发。

2、与海富长江、中比基金（SS）、深创投、无锡红土、高邮红土、凯珩投资、圣元投资、毅达创投之约定及解除

2019 年 5 月 31 日，福贝有限与海富长江、中比基金（SS）、深创投、无锡红土、高邮红土、凯珩投资、圣元投资、毅达创投签署《海富长江成长股权投资（湖北）合伙企业（有限合伙）、中国-比利时直接股权投资基金、深圳市创新投资集团有限公司、无锡红土红路创业投资企业（有限合伙）、高邮红土创业投资基金（有限合伙）、宁波梅山保税港区凯珩凯信投资合伙企业（有限合伙）、宁波梅山保税港区圣元方圆投资管理中心（有限合伙）、南通毅达创新创业投资合伙企业（有限合伙）和汪迎春及上海福贝宠物用品有限公司其他现有股东签订之上海福贝宠物用品有限公司增资补充协议》（以下简称“《补充协议一》”），协议约定，“目标公司未能于 2021 年 12 月 31 日前完成向证券监管部门申报发行上市的材料，或其发行上市材料申报后被撤回、不予受理、终止审查、不予核准（或注册），或因任何原因未能于申报之日起 2 年内成功上市”，如投资方要求，目标公司或控股股东、实际控制人应回购投资方持有的目标公司的部分或全部股权。

2021 年 3 月 1 日，福贝宠物与海富长江、中比基金（SS）、深创投、无锡红土、高邮红土、凯珩投资、圣元投资、毅达创投签署《海富长江成长股权投资（湖北）合伙企业（有限合伙）、中国-比利时直接股权投资基金、深圳市创新投资集团有限公司、无锡红土红路创业投资企业（有限合伙）、高邮红土创业投资基金（有限合伙）、宁波梅山保税港区凯珩凯信投资合伙企业（有限合伙）、

宁波梅山保税港区圣元方圆投资管理中心（有限合伙）、南通毅达创新创业投资合伙企业（有限合伙）与汪迎春关于上海福贝宠物用品有限公司投资协议补充协议之解除协议》（以下简称“《解除协议》”），终止了前述协议及协议中关于股份回购等相关对赌条款，且各方确认，截至协议签署之日，前述协议中约定的对赌条款或其他利益安排条款均未触发。

综上所述，公司股东投资福贝宠物的对赌协议均已解除，不存在特殊权利恢复条款，也不存在其他特殊权利约定。

（六）发行人报告期内重大资产重组情况

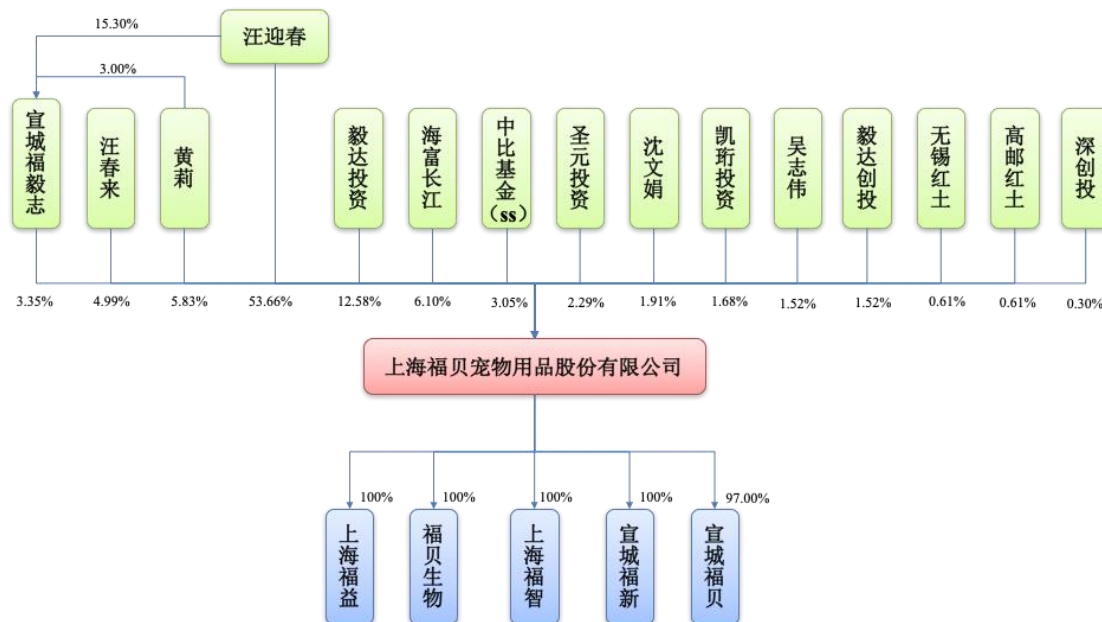
报告期内，发行人不存在重大资产重组的情形。

四、发行人其他证券市场上市/挂牌情况

发行人自成立以来不存在在其他证券市场上市/挂牌的情况。

五、发行人的股权结构

截至本招股说明书签署日，公司股权结构如下图所示：



六、发行人子公司、参股公司情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有上海福益、宣城福贝、上海福智、福贝生物、宣城福新等 5 家子公司，无参股公司。其中上海福益、上海福智、福贝生

物、宣城福新系公司全资子公司，宣城福贝系公司控股子公司。该等公司的基本情况如下：

（一）子公司情况

1、福益（上海）企业管理有限公司

公司名称	福益（上海）企业管理有限公司		成立时间	2012年3月13日
注册资本	1,000万元		实收资本	1,000万元
住所	上海市松江区中辰路188号5幢301室-1			
主要实际经营地	上海市松江区九亭镇伴亭路488号16层1601室			
经营范围	许可项目：食品经营。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：企业管理咨询、商务信息咨询；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）；宠物用品、宠物饲料、日用百货、五金交电批发零售；广告设计、制作、代理，广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位），电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务）；会务服务、展览展示服务；从事计算机技术、网络科技领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让。（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）。			
主营业务	自主品牌的运营及销售。			
在发行人业务板块中的定位	销售平台，负责自主品牌的销售			
股东构成	股东名称		股权比例	
	福贝宠物		100.00%	
	合计		100.00%	
主要财务数据 （单位：万元， 经大信会计师事务所 （特殊普通合伙）审计）	2021年12月31日		2022年6月30日	
	总资产	14,359.25	总资产	16,942.44
	净资产	8,446.46	净资产	8,684.90
	2021年度		2022年1-6月	
	净利润	3,422.95	净利润	238.44
	营业收入	37,885.71	营业收入	20,031.10

（1）上海福益设立以来的股权结构及变动情况

①设立上海福益前身酷博（上海）宠物食品有限公司（2012年3月，注册资本100万元）

2012年3月1日，汪迎春与汪春来约定共同出资100万元设立上海福益，其中汪迎春出资90万元，汪春来出资10万元。

根据上海宁信会计师事务所出具的《验资报告》（沪宁会验字（2012）第 A03039 号），截至 2012 年 3 月 01 日止，上海福益已收到全体股东缴纳的注册资本 100 万元，均为货币出资。

2012 年 3 月 13 日，上海福益取得上海市工商行政管理局松江分局核发的《企业法人营业执照》（注册号：310117002911326）。

上海福益设立时股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	认缴额	实缴额	出资比例
1	汪迎春	90.00	90.00	90.00%
2	汪春来	10.00	10.00	10.00%
合计		100.00	100.00	100.00

②第一次股权转让暨第一次增资（2014 年 10 月，注册资本 1,000 万元）

2014 年 10 月 24 日，上海福益召开临时股东会，决议同意：汪春来将其持有的 10 万元出资额以 10 万元的价格转让给黄莉。同日，股权转让各方签署了《股权转让协议》。

2014 年 10 月 24 日，上海福益召开股东会，决议同意：注册资本由 100 万元增至 1,000 万元，新增注册资本 900 万元分别由汪迎春、黄莉认缴出资 810 万元、90 万元。

2014 年 10 月 29 日，上海福益就上述股权转让、增资事项办理完成工商变更登记手续。

本次股权转让、增资完成后，上海福益股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	认缴额	实缴额	出资比例
1	汪迎春	900.00	90.00	90.00%
2	黄莉	100.00	10.00	10.00%
合计		1,000.00	100.00	100.00

注：本次增资均为认缴，汪春来、黄莉未实际缴纳出资。

③第二次股权转让（2015 年 12 月，注册资本 1,000 万元）

2015 年 11 月 13 日，上海福益召开股东会，决议同意：汪迎春将其持有的

900 万元出资额以 1 元的价格转让给福贝有限，黄莉将其持有 100 万元出资额以 1 元的价格转让给福贝有限。同日，股权转让各方签署了《股权转让协议》。

2015 年 11 月 30 日，上海福益就上述股权转让事项办理完成工商变更登记手续。

本次股权转让完成后，上海福益股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	认缴额	实缴额	出资比例
1	福贝有限	1,000.00	100.00	100.00%
合计		1,000.00	100.00	100.00%

2020 年 4 月 10 日，上海福益完成实缴资金到位 900 万元整。至此，上海福益注册资本已全部实缴到位。

（2）上海福益相关历史股东与发行人的关联关系

序号	公司名称	姓名	与发行人关联关系
1	上海福益	汪迎春	公司控股股东、实际控制人
		汪春来	持有公司 4.99%股份，实际控制人汪迎春之哥哥，任公司董事
		黄莉	持有公司 5.83%股份，任公司董事、副总经理

（3）上海福益纳入发行人合并报表范围的时点、交易作价及公允性

序号	公司名称	纳入发行人合并报表范围的时点（合并日）	交易作价	定价依据
1	上海福益	2015 年 11 月	汪迎春将其持有的 900 万元出资额（实缴出资 90 万元）以 1 元的价格转让给福贝有限，黄莉将其持有 100 万元出资额（实缴出资 10 万元）以 1 元的价格转让给福贝有限	1、截至 2015 年 11 月 30 日，上海福益注册资本实缴出资为 100 万元； 2、截至 2015 年 11 月 30 日，上海福益累计未分配利润为 -209.62 万元，所有者权益合计为 -109.62 万元（数据未经审计）；因此，以 1 元价格进行股权转让。

由于上海福益 2015 年尚处于亏损，且本次交易为同一控制下转让，故转让双方约定 1 元的象征性名义价格，具备公允性。

（4）上海福益合并前后与发行人业务往来情况

业务环节上，福贝宠物定位为宠物食品的生产，以及 ODM 品牌的销售；上

海福益定位为销售平台，主要负责自主品牌的销售。

上海福益与福贝宠物的业务往来情况具体如下：

① 上海福益向福贝宠物采购

上海福益向福贝宠物采购的产品为自主品牌宠物食品，主要包括“比乐”、“爱倍”和“品卓”等。2019年、2020年、2021年和2022年1-6月，上海福益向福贝宠物采购产品的金额分别为8,570.04万元、17,201.99万元、21,463.16万元和10,645.77万元。上海福益合并前后与福贝宠物的该项业务往来未发生重大变化。

上海福益向福贝宠物采购，主要系上海福益、福贝宠物集团内部业务定位不同导致。上海福益为集团的销售平台，负责自主品牌的销售；福贝宠物则负责宠物食品的生产，福贝宠物生产的自主品牌宠物食品需通过上海福益实现最终销售。因此，上海福益向福贝宠物采购具有商业合理性。

② 上海福益向福贝宠物销售

上海福益向福贝宠物销售的产品主要为包材，此外还有少量宠物食品。2019年至2020年，上海福益向福贝宠物销售产品的金额分别为203.75万元、-1.07万元（退货），为偶发性销售，金额较低。2021年和2022年1-6月，上海福益未发生向福贝宠物的销售。

上海福益向福贝宠物销售包材属于集团内部的原材料流转，具有一定的商业合理性。

综上，上海福益合并前后，与福贝宠物的业务往来未发生重大变化，且具有一定的商业合理性。

2、宣城市福贝宠物食品有限公司

公司名称	宣城市福贝宠物食品有限公司	成立时间	2011年7月28日
注册资本	1,000万元	实收资本	1,000万元
住所	安徽省宣城市经济技术开发区铁山路以南、科技路以西		
经营范围	宠物食品、宠物用品、水产与畜禽养殖饲料生产、销售；及上述产品的技术开发、转让、服务；自营或代理各类宠物食品和技术进出口业务（国家禁止企业经营的商品和技术除外）。		

主营业务	宠物食品的生产与销售。			
在发行人业务板块中的定位	宠物食品的生产；ODM 品牌的销售			
股东构成	股东名称		股权比例	
	福贝宠物		97.00%	
	鲁晓红		3.00%	
	合计		100.00%	
主要财务数据 (单位: 万元, 经大信会计师事 务所(特殊普通 合伙) 审计)	2021 年 12 月 31 日		2022 年 6 月 30 日	
	总资产	24,425.71	总资产	25,726.06
	净资产	18,272.94	净资产	21,242.74
	2021 年度		2022 年 1-6 月	
	净利润	7,354.72	净利润	2,969.80
	营业收入	38,271.04	营业收入	17,595.51

(1) 宣城福贝设立以来的股权结构及变动情况

①设立宣城福贝（2011 年 7 月，注册资本 1,000 万元）

2011 年 7 月 28 日，汪迎春与鲁晓红约定共同出资 1,000 万元设立宣城福贝，其中汪迎春出资 900 万元，鲁晓红出资 100 万元。

根据安徽宣城方园会计师事务所出具的《验资报告》（皖方园会验字（2011）187 号），截至 2011 年 7 月 28 日止，宣城福贝已收到全体股东缴纳的注册资本 1,000 万元，均为货币出资。

2011 年 7 月 28 日，宣城福贝取得宣城市工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》（注册号：341800000107258）。

宣城福贝设立时股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	出资比例
1	汪迎春	900.00	90.00%
2	鲁晓红	100.00	10.00%
合计		1,000.00	100.00%

②第一次股权转让（2015 年 9 月，注册资本 1,000 万元）

2015 年 9 月 4 日，宣城福贝召开临时股东会，决议同意：鲁晓红将其持有

的 70 万元出资额以 70 万元的价格转让给黄莉；汪迎春将其持有的 56.10 万元出资额以 56.10 万元的价格转让给黄莉，将其持有的 67.90 万元出资额以 67.90 万元的价格转让给汪春来。同日，股权转让各方签署了《股权转让协议》。

2015 年 9 月 7 日，宣城福贝就上述股权转让事项办理完成工商变更登记手续。

本次股权转让完成后，宣城福贝的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	出资比例
1	汪迎春	776.00	77.60%
2	黄莉	126.10	12.61%
3	汪春来	67.90	6.79%
4	鲁晓红	30.00	3.00%
合计		1,000.00	100.00%

③第二次股权转让（2015 年 12 月，注册资本 1,000 万元）

2015 年 11 月 12 日，宣城福贝召开临时股东会，决议同意：以宣城福贝截至 2015 年 8 月 31 日经审计净资产为基础，汪迎春、黄莉、汪春来分别将其持有的宣城福贝 77.60%、12.61%、6.79% 股权作价 726.18 万元、118.00 万元及 63.54 万元认缴福贝有限 720 万元、117 万元及 63 万元的新增注册资本。同日，汪迎春、黄莉、汪春来、福贝有限、宣城福贝共同签署《股权变更协议书》。

2015 年 12 月 21 日，宣城福贝就上述股权转让事项办理完成工商变更登记手续。

本次股权转让完成后，宣城福贝的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	出资比例
1	福贝有限	970.00	97.00%
2	鲁晓红	30.00	3.00%
合计		1,000.00	100.00%

(2) 宣城福贝相关历史股东与发行人的关联关系

序号	公司名称	姓名	与发行人关联关系
1	宣城福贝	汪迎春	公司控股股东、实际控制人
		黄莉	持有公司 5.83%股份，任公司董事、副总经理
		汪春来	持有公司 4.99%股份，实际控制人汪迎春之哥哥，任公司董事
		鲁晓红	无关联关系，宣城福贝行政管理人员

(3) 宣城福贝纳入发行人合并报表范围的时点、交易作价及公允性

序号	公司名称	纳入发行人合并报表范围的时点（合并日）	交易作价	定价依据
1	宣城福贝	2015 年 12 月	汪迎春、黄莉、汪春来分别将其持有的宣城福贝 77.60%、12.61%、6.79% 股权作价 726.18 万元、118.00 万元及 63.54 万元转让给福贝有限，认缴福贝有限 720 万元、117 万元及 63 万元的新增注册资本	以宣城福贝截至 2015 年 8 月 31 日经审计净资产为基础确定。

由于宣城福贝 2015 年已逐步实现盈利，且本次交易为同一控制下转让，故转让双方约定以净资产为基础确定，具备公允性。

(4) 宣城福贝合并前后与发行人业务往来情况

业务环节上，福贝宠物定位为宠物食品的生产，以及 ODM 品牌的销售；宣城福贝定位为宠物食品的生产，以及部分 ODM 品牌的销售。

宣城福贝与福贝宠物的业务往来情况具体如下：

① 宣城福贝向福贝宠物采购

宣城福贝向福贝宠物采购的产品主要为 ODM 宠物食品，此外还有少量包材等。2019 年至 2020 年，宣城福贝向福贝宠物采购产品的金额分别为 148.82 万元、17.43 万元，为偶发性采购，金额较低。2021 年和 2022 年 1-6 月，宣城福贝未发生向福贝宠物的采购。

宣城福贝存在设备例行检修、锅炉改造的情形，为保障订单按期交付，宣城福贝会将其部分 ODM 宠物食品订单转移至福贝宠物生产。宣城福贝向福贝宠物采购包材则属于集团内部的原材料流转。因此，宣城福贝向福贝宠物的采购具有

一定商业合理性。

②宣城福贝向福贝宠物销售

宣城福贝销售给福贝宠物的产品主要为 ODM 宠物食品，此外还有少量包材及原料等。2019 年、2020 年、2021 年和 2022 年 1-6 月，宣城福贝向福贝宠物销售产品的金额分别为 1,960.20 万元、6,028.57 万元、8,543.02 万元和 4,557.66 万元。

宣城福贝向福贝宠物销售的 ODM 宠物食品的品牌主要为网易严选。公司与网易严选签署 ODM 合作协议的主体为福贝宠物，基于集团内部产能规划等原因，公司会将网易严选的部分 ODM 订单安排在宣城福贝进行生产，产品则通过福贝宠物进行最终销售，宣城福贝合并前后与福贝宠物的该项业务往来未发生重大变化。因此，宣城福贝向福贝宠物销售 ODM 宠物食品具有商业合理性。宣城福贝向福贝宠物销售包材、原料则属于集团内部的原材料流转，为偶发性销售，金额较低。

综上，宣城福贝合并前后，与福贝宠物的业务往来未发生重大变化，且具有一定的商业合理性。

3、上海福智宠物食品有限公司

公司名称	上海福智宠物食品有限公司	成立时间	2020年3月17日
注册资本	1,1000万元	实收资本	1,000万元
住所	上海市金山区朱泾镇中达路460号		
经营范围	一般项目：宠物食品生产；宠物食品及用品批发；宠物食品及用品零售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广。（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） 许可项目：货物进出口；技术进出口。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）		
主营业务	宠物食品的销售及相关技术开发。		
在发行人业务板块中的定位	宠物食品的生产、销售		
股东构成	股东名称	股权比例	
	福贝宠物	100.00%	
	合计	100.00%	

主要财务数据 (单位: 万元, 经 大信会计师事务所 (特殊普通合 伙) 审计)	2021 年 12 月 31 日		2022 年 6 月 30 日	
	总资产	14,977.12	总资产	17,776.23
	净资产	943.28	净资产	1,446.72
	2021 年度		2022 年 1-6 月	
	净利润	-56.72	净利润	503.44
	营业收入	2,732.36	营业收入	6,549.82

4、宣城福贝生物科技有限公司

公司名称	宣城福贝生物科技有限公司		成立时间	2021年1月15日
注册资本	3,000万元		实收资本	562.30万元
住所	安徽省宣城市天湖办事处仙霞路以南，马汤路以西			
经营范围	生物科技领域内的技术开发、技术转让；宠物护理、训练、繁育研究；宠物食品、宠物用品检测。（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	宠物食品的技术研发。			
在发行人业务板块中的定位	研发、试验			
股东构成	股东名称		股权比例	
	福贝宠物		100.00%	
	合计		100.00%	
主要财务数据 (单位: 万元, 经 大信会计师事务所 (特殊普通合 伙) 审计)	2021 年 12 月 31 日		2022 年 6 月 30 日	
	总资产	556.76	总资产	1,043.74
	净资产	547.14	净资产	1,009.44
	2021 年度		2022 年 1-6 月	
	净利润	-15.16	净利润	24.60
	营业收入	-	营业收入	-

5、宣城福新宠物食品有限公司

公司名称	宣城福新宠物食品有限公司		成立时间	2021年7月2日
注册资本	10,000万元		实收资本	5,585.00万元
住所	安徽省宣城经济技术开发区致和路与宣酒大道交口（科技园南侧）			
经营范围	一般项目：宠物食品及用品零售；宠物食品及用品批发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；物联网应用服务；宠物服务（不含动物诊疗）；日用杂品制造；日用杂品销售（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）许可项目：饲料生产；货物进出口；技术进出口（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	宠物食品的生产与销售。			
在发行人业务板块中的定位	宠物食品的生产、销售			
股东构成	股东名称		股权比例	
	福贝宠物		100.00%	
	合计		100.00%	
主要财务数据 (单位: 万元, 经 大信会计师事务所(特殊普通合 伙) 审计)	2021 年 12 月 31 日		2022 年 6 月 30 日	
	总资产	1,722.77	总资产	2,114.64
	净资产	1,702.84	净资产	1,773.14
	2021 年度		2022 年 1-6 月	
	净利润	-23.66	净利润	-29.69
	营业收入	-	营业收入	-

（二）各子公司负责的具体业务环节

关联关系	公司名称	持股比例	成立时间	主营业务	集团定位/业务环节
母公司	福贝宠物	-	2005 年 4 月	宠物食品的研发、生产与销售	宠物食品的研发、生产；ODM 品牌的销售
全资子公司	福益（上海）企业管理有限公司	100%	2012 年 3 月	自主品牌的运营及销售	销售平台，负责自主品牌的销售
控股子公司	宣城市福贝宠物食品有限公司	97%	2011 年 7 月	宠物食品的生产与销售	宠物食品的生产；ODM 品牌的销售
全资子公司	上海福智宠物食品有限公司	100%	2020 年 3 月	宠物食品的销售及相关技术开发	宠物食品的生产、销售
全资子公司	宣城福贝生物科技有限公司	100%	2021 年 1 月	宠物食品的技术研发	研发、试验
全资子公司	宣城福新宠物食品有限公司	100%	2021 年 7 月	宠物食品的生产与销售	宠物食品的生产、销售

（三）各公司内部交易情况

1、报告期内，福贝宠物与集团内其他公司之间的销售情况

（1）福贝宠物销售给上海福益

福贝宠物向上海福益销售的产品为自主品牌宠物食品，主要包括“比乐”、“爱倍”和“品卓”等。2019 年、2020 年、2021 年和 2022 年 1-6 月，上海福益向福贝宠物采购产品的金额分别为 8,570.04 万元、17,201.99 万元、21,463.16 万元和 10,645.77 万元。

（2）福贝宠物销售给宣城福贝

福贝宠物向宣城福贝销售的产品主要为 ODM 宠物食品，此外还有少量包材等。2019 年至 2020 年，宣城福贝向福贝宠物采购产品的金额分别为 148.82 万元、17.43 万元，为偶发性采购，金额较低。2021 年和 2022 年 1-6 月，福贝宠物未发生向宣城福贝的销售。

（3）福贝宠物销售给思玛酷

福贝宠物向思玛酷销售的产品为思玛酷自有品牌 ODM 宠物食品。2019 年至 2020 年，收入分别为 362.36 万元、20.36 万元。因公司出售思玛酷股权，公司于 2020 年 3 月起不再将思玛酷纳入合并报表范围。因此，2020 年 3 月至 2022 年 6 月，公司与思玛酷之间的交易非内部交易。

（4）福贝宠物租赁给上海福智厂房

福贝宠物将厂房租赁给上海福智的基本情况如下表所示：

承租方	出租方	地址	租赁期限	面积（m ² ）	租赁价格
上海福智	福贝宠物	上海市金山区朱泾镇中达路 460 号	2021.09.01-2022.08.31	31,423.29	52.00 万元/月

2021 年度，福贝宠物租赁给上海福智厂房的期间累计为 4 个月，共收取租金 208 万元。2022 年 1-6 月，福贝宠物共收取租金 156 万元。

经查询公开信息（58 同城、久久厂房网、头等仓等租赁厂房网站），截至本招股说明书签署日，同处上海市金山区朱泾镇、且直线距离位于 15km 以内的厂房租赁价格情况如下表所示：

序号	类别	位置	租赁价格（元/m ² /天）	与市场差异情况
1	58 同城	上海市金山区朱泾镇	0.50-0.80	与市场价格不存在重大差异
2	久久厂房网		0.45-1.00	
3	头等仓		0.45-0.85	
4	福贝宠物		0.55	

如上表所示，福贝宠物向上海福智出租的位于“上海市金山区朱泾镇中达路 460 号”房产租赁价格与同区域、同类型房产租赁价格基本为同一水平，租赁定价依据合理，价格公允。

2、报告期内，宣城福贝与集团内其他公司之间的销售情况

（1）宣城福贝销售给福贝宠物

宣城福贝销售给福贝宠物的产品主要为 ODM 宠物食品，此外还有少量包材及原料等。2019 年、2020 年、2021 年和 2022 年 1-6 月，宣城福贝向福贝宠物销售产品的金额分别为 1,960.20 万元、6,028.57、8,543.02 万元和 4,557.66 万元。

（2）宣城福贝销售给上海福益

宣城福贝向上海福益销售的产品为自主品牌宠物食品，主要包括“比乐”、“爱倍”和“宠宣”等。2019 年、2020 年、2021 年和 2022 年 1-6 月，宣城福贝向上海福益销售产品的金额分别为 401.55 万元、196.65 万元、1,270.14 万元和 162.33 万元。

（3）宣城福贝销售给上海福智

宣城福贝销售给上海福智的产品主要为包材等。上海福智于 2020 年 3 月设立，2020 年，宣城福贝未发生向上海福智的销售。2021 年和 2022 年 1-6 月，宣城福贝向上海福智销售产品的金额为 88.68 万元和 14.89 万元。

（4）宣城福贝销售给福贝生物

宣城福贝向福贝生物销售的产品为少量宠物食品。福贝生物于 2021 年 1 月设立。2021 年和 2022 年 1-6 月，宣城福贝向福贝生物销售产品的金额为 0.31 万元和 0.46 万元。

3、报告期内，上海福益与集团内其他公司之间的销售情况

（1）上海福益销售给福贝宠物

上海福益向福贝宠物销售的产品主要为包材，此外还有少量宠物食品。2019 年至 2020 年，上海福益向福贝宠物销售产品的金额分别为 203.75 万元、-1.07 万元（退货），为偶发性销售，金额较低。2021 年和 2022 年 1-6 月，上海福益未发生向福贝宠物的销售。

（2）上海福益销售给宣城福贝

上海福益向宣城福贝销售的产品主要为包材及少量宠物食品。2019 年，上

海福益向宣城福贝销售产品的金额为 18.38 万元，为偶发性销售，金额较低。2020 年、2021 年、2022 年 1-6 月，上海福益未发生向宣城福贝的销售。

4、报告期内，上海福智与集团内其他公司之间的销售情况

（1）上海福智销售给福贝宠物

上海福智销售给福贝宠物的产品主要为 ODM 宠物食品。上海福智于 2020 年 3 月设立，2020 年，上海福智未发生向福贝宠物的销售。2021 年和 2022 年 1-6 月，上海福智向福贝宠物销售产品的金额为 877.31 万元和 1,567.67 万元。

（2）上海福智销售给上海福益

上海福智向上海福益销售的产品为自主品牌宠物食品，主要包括“比乐”等。上海福智于 2020 年 3 月设立，2020 年，上海福智未发生向上海福益的销售。2021 年和 2022 年 1-6 月，上海福智向上海福益销售产品的金额为 1,132.13 万元和 2,196.23 万元。

（四）参股公司情况

报告期内，公司不存在参股其他公司的情形。

七、持有 5%以上的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）控股股东、实际控制人基本情况

发行人控股股东、实际控制人为汪迎春，其基本情况为：男，1975 年 11 月生，中国国籍，无境外永久居留权。身份证号码为 342501197511****，住所：上海市松江区新桥镇新南街****。

（二）控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份是否存在质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形

截至本招股说明书签署日，控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份不存在质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形。

（三）其他持有公司 5%以上股份或表决权的主要股东的基本情况

本次发行前，持有公司 5%以上股份的股东为汪迎春及其一致行动人宣城福毅志、毅达投资及其一致行动人毅达创投、海富长江及其一致行动人中比基金

（SS）、黄莉，其基本情况如下：

1、汪迎春及其一致行动人宣城福毅志

（1）汪迎春

公司控股股东、实际控制人汪迎春的基本情况参见本招股说明书本节之“七、持有 5% 以上的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）控股股东、实际控制人基本情况”。

（2）宣城福毅志

宣城福毅志的基本情况参见本招股说明书本节之“十五、发行人已制定或实施的股权激励及相关安排”之“（一）员工持股平台股权激励情况”。

2、毅达投资及其一致行动人毅达创投

（1）毅达投资

企业名称	安徽高新毅达皖江产业发展创业投资基金（有限合伙）		成立时间	2016 年 1 月 12 日
出资额	116,000 万元			
执行事务合伙人	安徽毅达汇承股权投资管理企业（有限合伙）			
注册地和主要生产经营地	合肥市高新区望江西路860号合芜蚌实验区科技创新公共服务和应用技术研发中心B座208室			
主营业务及其与发行人主营业务的关系	从事股权投资业务，与发行人主营业务无关			
出资信息	序号	出资人	出资人性质	出资比例
	1	安徽毅达汇承股权投资管理企业（有限合伙）	普通合伙人	1.72%
	2	深圳平安汇通投资管理有限公司	有限合伙人	34.48%
	3	安徽省高新技术产业投资有限公司	有限合伙人	34.48%
	4	江苏高科技投资集团有限公司	有限合伙人	29.31%
	合计			100.00%
主要财务数据 （单位：万元）	2021 年 12 月 31 日		2022 年 6 月 30 日	
	总资产	143,650.47	总资产	247,015.92
	净资产	143,387.34	净资产	246,767.44
	2021 年度		2022 年 1-6 月	
	净利润	5,558.41	净利润	17,998.21

毅达投资于 2016 年 5 月 10 日在中国证券投资基金业协会完成基金备案，基

金编号为 SJ4396，其管理人安徽毅达汇承股权投资管理企业（有限合伙）于 2016 年 4 月 25 日在中国证券投资基金业协会完成管理人登记，管理人编号 P1031235。

（2）毅达创投

企业名称	南通毅达创新创业投资合伙企业（有限合伙）		成立时间	2014 年 9 月 29 日
出资额	11,000 万元			
执行事务合伙人	江苏毅达股权投资基金管理有限公司			
注册地和主要生产经营地	南通市金沙镇世纪大道198号世纪财富中心21层2112室			
主营业务及其与发行人主营业务的关系	从事股权投资业务，与发行人主营业务无关			
出资信息	序号	出资人	出资人性质	出资比例
	1	江苏毅达股权投资基金管理有限公司	普通合伙人	0.91%
	2	江苏高投创新天使创业投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	39.09%
	3	南通高新技术创业中心有限公司	有限合伙人	27.27%
	4	南通海汇资本投资有限公司	有限合伙人	27.27%
	5	南通市通州区惠通投资有限责任公司	有限合伙人	5.45%
	合计			100.00%
主要财务数据 （单位：万元）	2021 年 12 月 31 日		2022 年 6 月 30 日	
	总资产	13,108.85	总资产	18,343.77
	净资产	12,003.51	净资产	18,343.77
	2021 年度		2022 年 1-6 月	
	净利润	-4.49	净利润	1.02

毅达创投于 2014 年 12 月 19 日在中国证券投资基金业协会完成基金备案，基金编号为 S21747，其管理人江苏毅达股权投资基金管理有限公司于 2014 年 4 月 29 日在中国证券投资基金业协会完成管理人登记，管理人编号为 P1001459。

3、海富长江及其一致行动人中比基金（SS）

（1）海富长江

企业名称	海富长江成长股权投资（湖北）合伙企业（有限合伙）	成立时间	2016 年 8 月 4 日
出资额	252,722 万元		

执行事务合伙人	武汉欣达亚投资管理合伙企业（有限合伙）			
注册地和主要生产经营地	武汉市东湖新技术开发区高新大道666号光谷生物创新园C4栋			
主营业务及其与发行人主营业务的关系	从事股权投资业务，与发行人主营业务无关			
出资信息	序号	出资人	出资人性质	出资比例
	1	武汉欣达亚投资管理合伙企业（有限合伙）	普通合伙人	1.24%
	2	全国社会保障基金理事会	有限合伙人	39.57%
	3	湖北长江产业投资基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	15.67%
	4	中国人民人寿保险股份有限公司	有限合伙人	11.87%
	5	中国人民财产保险股份有限公司	有限合伙人	11.87%
	6	海通开元投资有限公司	有限合伙人	11.87%
	7	中元汇（武汉）产业投资有限公司	有限合伙人	3.96%
	8	湖北宏泰产业投资基金有限公司	有限合伙人	3.96%
	合计			100.00%
主要财务数据 (单位：万元)	2021 年 12 月 31 日		2022 年 6 月 30 日	
	总资产	462,668.33	总资产	374,787.43
	净资产	437,470.26	净资产	352,959.95
	2021 年度		2022 年 1-6 月	
	净利润	143,749.87	净利润	-13,208.99

海富长江于 2017 年 3 月 18 日在中国证券投资基金业协会完成基金备案，基金编号为 SM4696，其管理人海富产业投资基金管理有限公司于 2014 年 4 月 17 日在中国证券投资基金业协会完成管理人登记，管理人编号为 P1000839。

（2）中比基金（SS）

公司名称	中国-比利时直接股权投资基金	成立时间	2004年11月18日
注册资本	10,000万欧元	实收资本	10,000万欧元
注册地和主要生产经营地	北京市西城区金融街35号国际企业大厦C座10层		
主营业务及其与发行人主营业务的关系	从事股权投资业务，与发行人主营业务无关		
股东构成	序号	股东名称	股权比例
	1	国开金融有限责任公司	15.00%
	2	全国社会保障基金理事会	15.00%

	3	中国印钞造币集团有限公司	13.00%
	4	海通证券股份有限公司	10.00%
	5	国家开发投资集团有限公司	10.00%
	6	广东喜之郎集团有限公司	10.00%
	7	法国巴黎富通银行	10.00%
	8	中华人民共和国财政部	8.50%
	9	比利时政府	8.50%
	合计		100.00%
主要财务数据 (单位: 万元)	2021 年 12 月 31 日		2022 年 6 月 30 日
	总资产	306,405.81	总资产 294,460.81
	净资产	267,325.62	净资产 262,248.42
	2021 年度		2022 年 1-6 月
	净利润	40,140.30	净利润 -5,077.19

中比基金(SS)于2014年4月17日在中国证券投资基金业协会完成基金备案,基金编号为SD1670,其管理人海富产业投资基金管理有限公司于2014年4月17日在中国证券投资基金业协会完成管理人登记,管理人编号为P1000839。

4、黄莉

女,曾用名黄丽莉,1973年11月出生,中国国籍,无境外永久居留权,身份证号码为362126197311****,住所:上海市松江区文诚路****。

(四) 发行人特别表决权股份或类似安排的情形

截至本招股说明书签署日,公司不存在特别表决权股份或类似安排的情形。

(五) 发行人协议控制架构的情形

截至本招股说明书签署日,公司不存在协议控制架构的情形。

(六) 控股股东、实际控制人报告期内不存在重大违法行为

报告期内,发行人控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪,不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

八、公司股本情况

（一）本次发行前后的股本情况

本次发行前公司总股本为 36,180.00 万股，本次公开发行新股 4,020.00 万股，占发行后总股本的比例为 10.00%。发行前后公司的股本结构变化如下：

股东名称	发行前		发行后	
	股份数（万股）	比例	股份数（万股）	比例
一、有限售条件股份				
汪迎春	19,413.6453	53.66%	19,413.6453	48.29%
毅达投资	4,550.0692	12.58%	4,550.0692	11.32%
海富长江	2,206.1117	6.10%	2,206.1117	5.49%
黄莉	2,110.9583	5.83%	2,110.9583	5.25%
汪春来	1,804.8755	4.99%	1,804.8755	4.49%
宣城福毅志	1,213.3687	3.35%	1,213.3687	3.02%
中比基金（SS）	1,103.0197	3.05%	1,103.0197	2.74%
圣元投资	827.2919	2.29%	827.2919	2.06%
沈文娟	689.4099	1.91%	689.4099	1.71%
凯珩投资	606.6662	1.68%	606.6662	1.51%
吴志伟	551.5279	1.52%	551.5279	1.37%
毅达创投	551.5279	1.52%	551.5279	1.37%
无锡红土	220.6256	0.61%	220.6256	0.55%
高邮红土	220.6256	0.61%	220.6256	0.55%
深创投	110.2766	0.30%	110.2766	0.27%
二、本次发行股份				
社会公众股股东	-	-	4,020.00	10.00%
合计	36,180.00	100.00%	40,200.00	100.00%

（二）本次发行前的前十名股东

本次发行前，公司前十名股东的持股情况如下：

序号	股东	持股数量（万股）	持股比例
1	汪迎春	19,413.6453	53.66%
2	毅达投资	4,550.0692	12.58%
3	海富长江	2,206.1117	6.10%

序号	股东	持股数量（万股）	持股比例
4	黄莉	2,110.9583	5.83%
5	汪春来	1,804.8755	4.99%
6	宣城福毅志	1,213.3687	3.35%
7	中比基金（SS）	1,103.0197	3.05%
8	圣元投资	827.2919	2.29%
9	沈文娟	689.4099	1.91%
10	凯珩投资	606.6662	1.68%
合计		34,525.4164	95.44%

注：SS 代表 State-owned shareholder，即国有股股东

（三）本次发行前的前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

本次发行前，公司共有五名自然人股东，该等自然人股东持股情况及其在公司任职情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例	职务
1	汪迎春	19,413.6453	53.66%	董事长、总经理
2	黄莉	2,110.9583	5.83%	董事、副总经理
3	汪春来	1,804.8755	4.99%	董事、采购供应中心主管
4	沈文娟	689.4099	1.91%	-
5	吴志伟	551.5279	1.52%	-
合计		24,570.4169	67.91%	-

（四）本次发行前的国有股份或外资股份情况

本次发行前，公司国有股份股东持股比例如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	中比基金（SS）	1,103.0197	3.05%
2	深创投（CS）	110.2766	0.30%

2021 年 4 月 25 日，中华人民共和国财政部出具《财政部关于确认上海福贝宠物用品股份有限公司国有股权管理方案的函》（财金函[2021]26 号）。根据该批复，财政部同意中比基金提出的上海福贝宠物用品股份有限公司国有股权管理方案，将中比基金所持发行人的股份界定为国有法人股，其证券账户应标识为“SS”。

根据深创投出具的说明，深创投属于《上市公司国有股权监督管理办法》（国

务院国有资产监督管理委员会、中华人民共和国财政部、中国证券监督管理委员会令第 36 号）第七十四条规定的“不符合本办法规定的国有股东标准，但政府部门、机构、事业单位和国有独资或全资企业通过投资关系、协议或者其他安排，能够实际支配其行为的境内外企业，证券账户标注为‘CS’，所持上市公司股权变动行为参照本办法管理”的情形，深创投的证券账户已经在中国证券登记结算有限责任公司标注为“CS”。

截至招股说明书签署日，公司不存在外资股份的情形。

（五）发行人申报前十二个月新增股东情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在申报前十二个月新增股东情况。

（六）本次发行前各股东间的关联关系、一致行动关系及关系股东各自持股比例

截至报告期末，公司各股东间的关联关系及各自持股比例如下：

序号	股东名称	持股数量 (万股)	持股比例	关联关系
1	汪迎春	19,413.6453	53.66%	公司实际控制人汪迎春对宣城福毅志的出资额比例为 15.30%，并担任其执行事务合伙人； 汪迎春与汪春来为兄弟关系。
	汪春来	1,804.8755	4.99%	
	宣城福毅志	1,213.3687	3.35%	
2	毅达投资	4,550.0692	12.58%	毅达投资的私募基金管理人为安徽毅达汇承股权投资管理企业（有限合伙）。毅达创投的私募基金管理人为江苏毅达股权投资基金管理有限公司。江苏毅达股权投资基金管理有限公司直接及间接持有安徽毅达汇承股权投资管理企业（有限合伙）100%合伙权益。
	毅达创投	551.5279	1.52%	
3	海富长江	2,206.1117	6.10%	海富长江与中比基金（SS）的私募基金管理人同为海富产业投资基金管理有限公司。
	中比基金（SS）	1,103.0197	3.05%	
4	凯珩投资	606.6662	1.68%	2021 年 2 月之前，吴志伟在凯珩投资的执行事务合伙人上海凯珩投资管理有限公司中持股 20.00%，并担任总经理职务；吴志伟已于 2021 年 2 月将其持有的上海凯珩投资管理有限公司 20%股权转让，并不再担任上海凯珩投资管理有限公司总经理。
	吴志伟	551.5279	1.52%	
5	无锡红土	220.6256	0.61%	无锡红土与高邮红土的私募基金管理人同为江苏红土智能创业投资管理企业
	高邮红土	220.6256	0.61%	

序号	股东名称	持股数量 (万股)	持股 比例	关联关系
	深创投	110.2766	0.30%	(有限合伙)。深创投的全资子公司深创投红土股权投资管理(深圳)有限公司为无锡红土与高邮红土的私募基金管理人的执行事务合伙人。且深创投直接持有高邮红土 40.05%的出资份额、直接持有无锡红土 27.00%的出资份额。

1、公司自然人股东

公司共有 5 名自然人股东，分别为汪迎春（持股比例 53.66%）、黄莉（持股比例 5.83%）、汪春来（持股比例 4.99%）、沈文娟（持股比例 1.91%）和吴志伟（持股比例 1.52%）。除汪迎春与汪春来为兄弟关系外，其他自然人股东之间不存在关联关系。

汪迎春与汪春来不存在一致行动关系，主要原因系：

（1）汪迎春具备独立控制公司的能力、独立控制公司日常运营

自公司设立至今，汪迎春始终控制公司过半表决权比例，具备独立控制公司的能力。

截至本招股说明书签署日，汪迎春直接持有公司 19,413.65 万股股份，通过宣城福毅志间接持有公司 185.65 万股股份并担任其执行事务合伙人，合计持有公司 19,599.30 万股股份，占公司股份总数的 54.17%，为公司控股股东，直接和间接控制公司 57.01%的表决权，并担任公司董事长兼总经理，报告期内，汪迎春始终为公司执行董事或董事长，独立控制公司日常运营，为公司实际控制人。

此外，由于汪迎春直接和间接控制股东会 57.01%的表决权，因此汪迎春对公司董事会的产生具有重要的影响力，具备独立控制公司的能力。

汪迎春被认定为公司实际控制人符合公司章程、《公司法》等相关法律法规规定。

（2）汪春来不符合共同实际控制人的相关认定标准

除担任董事外，汪春来在公司任职采购部主管，对公司实际经营决策影响有限。

此外，汪春来与汪迎春为兄弟关系，不属于直系亲属。在公司的实际运行中，

独立行使投票权等股东权利，汪迎春无需与汪春来形成共同控制关系，即可独立控制公司。

综上，不认定汪迎春与汪春来存在一致行动关系。

2、公司员工持股平台

公司员工持股平台为宣城福毅志，持有公司股份比例为 3.35%。公司自然人股东汪迎春直接持有宣城福毅志 15.30%的出资份额，且担任其执行事务合伙人。宣城福毅志受汪迎春控制，汪迎春与宣城福毅志存在一致行动关系。

3、公司外部机构股东

公司共有 9 家外部股东，分别为毅达投资（持股比例 12.58%）、海富长江（持股比例 6.10%）、中比基金（SS）（持股比例 3.05%）、圣元投资（持股比例 2.29%）、凯珩投资（持股比例 1.68%）、毅达创投（持股比例 1.52%）、无锡红土（持股比例 0.61%）、高邮红土（持股比例 0.61%）、深创投（持股比例 0.30%）。

截至本招股说明书签署日，无锡红土、高邮红土和深创投分别直接持有公司 0.61%股权、0.61%股权、0.30%股权。无锡红土与高邮红土的私募基金管理人同为江苏红土智能创业投资管理企业（有限合伙）。深创投的全资子公司深创投红土股权投资管理（深圳）有限公司为无锡红土与高邮红土的私募基金管理人的执行事务合伙人，且深创投直接持有高邮红土 40.05%的出资份额、直接持有无锡红土 27.00%的出资份额。因此，无锡红土、高邮红土和深创投构成一致行动人关系。

截至本招股说明书签署日，毅达投资、毅达创投分别直接持有公司 12.58%股权、1.52%股权。毅达投资的私募基金管理人为安徽毅达汇承股权投资管理企业（有限合伙）。毅达创投的私募基金管理人为江苏毅达股权投资基金管理有限公司。江苏毅达股权投资基金管理有限公司直接及间接持有安徽毅达汇承股权投资管理企业（有限合伙）100%合伙权益。因此，毅达投资、毅达创投构成一致行动人关系。

公司各股东均已签署《本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限的承诺》；本次公开发行前持有公司 5%以上股份的股东均已签署

《关于减持意向的承诺》。相关承诺内容已在本招股说明书“第十二节 附件”之“一、附录和备查文件”中进行披露，相关股份锁定、减持承诺符合要求中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《上海证券交易所股票上市规则》《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关法律、法规、规范性文件的规定。

（七）发行人股东公开发售股份对发行人的控制权、治理结构及生产经营产生的影响

公司本次发行均为公开发行新股，不存在股东公开发售股份的情形。

九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介

（一）董事会成员

公司本届董事会设 9 名董事，其中独立董事 3 名。公司董事基本情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	本届任职期限
1	汪迎春	董事长、总经理	董事会	2022 年 12 月至 2025 年 12 月
2	黄莉	董事、副总经理	董事会	2022 年 12 月至 2025 年 12 月
3	汪春来	董事、采购供应中心主管	董事会	2022 年 12 月至 2025 年 12 月
4	郑珍	董事、副总经理	董事会	2022 年 12 月至 2025 年 12 月
5	史云中	董事	董事会	2022 年 12 月至 2025 年 12 月
6	张均宇	董事	董事会	2022 年 12 月至 2025 年 12 月
7	白云霞	独立董事	董事会	2022 年 12 月至 2025 年 12 月
8	黄先义	独立董事	董事会	2022 年 12 月至 2025 年 12 月
9	李洪忠	独立董事	董事会	2022 年 12 月至 2025 年 12 月

公司董事简历如下：

汪迎春，男，1975 年 11 月生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾荣获“2013 中国宠物行业年度人物”、“2014 中国宠物行业年度人物”等荣誉称号。1995 年 2 月至 2001 年 5 月，在上海福寿泰企业有限公司（现更名为上海松江统一企业有限公司）任制造课长与高级专员；2001 年 5 月至 2001 年 9 月在上海上食饲料有限公司任技术部经理；2001 年 10 月至 2004 年 12 月，在上海诺瑞宠物用品有限公司任厂长；2005 年 1 月至 2019 年 12 月，在福贝有限任总经

理；2019年12月至今，在公司任董事长，同时兼任宣城福贝执行董事兼总经理、上海福益执行董事兼总经理、上海福智执行董事兼总经理、福贝生物执行董事兼总经理、宣城福新执行董事兼总经理、宣城福毅志执行事务合伙人等职务。其担任公司董事的任期为2022年12月至2025年12月。

黄莉，女，曾用名黄丽莉，1973年11月生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1993年至2002年12月，在江西省赣州市崇义县工商局任财务；2004年6月至2004年12月，在上海诺瑞宠物用品有限公司任行政人事经理；2005年4月至2019年12月，在福贝有限任董事长；2019年12月至今，在公司任董事、副总经理，同时兼任上海福益监事、福贝生物监事、宣城福新监事等职务。其担任公司董事的任期为2022年12月至2025年12月。

汪春来，男，1968年2月生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1996年至2002年，在安徽省宣城市宣州区黄渡乡柏枧村村委任村委委员；2002年10月至2005年5月，在上海诺瑞宠物用品有限公司任助理；2005年6月至2019年12月，在福贝有限任采购经理；2019年12月至今，在公司任董事。其担任公司董事的任期为2022年12月至2025年12月。

郑珍，女，1986年11月生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2007年至2009年，在上海福贝宠物用品有限公司任客服主管；2009年至2012年，在上海福贝宠物用品有限公司任人力资源主管；2012年至2017年，在上海福贝宠物用品有限公司任运营总监；2017年至2019年12月，在福贝有限任副总经理；2019年12月至今，在公司任董事、副总经理。其担任公司董事的任期为2022年12月至2025年12月。

史云中，男，1966年11月生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。1991年3月至1995年，在江苏省物资局秘书科任科长；1995年至1998年，在江苏省物资集团南极实业公司任总经理；1998年至2004年，在江苏省创业投资有限公司任部门总经理；2004年至2011年，在江苏高新创业投资管理有限公司任常务副总经理；2011年至2014年，在扬州高投创业投资管理有限公司任总经理；2014年4月至2019年12月，在上海福贝宠物用品有限公司任董事；2019年12月至今，在公司任董事。同时兼任江苏一鸣生物股份有限公司董事、南京格亚医药科技有限公司董事、苏州长光华医生物医学工程有限公司董事、江苏艾

迪药业股份有限公司董事等。其担任公司董事的任期为 2022 年 12 月至 2025 年 12 月。

张均宇，男，1972 年 3 月生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。1997 年 7 月至 2001 年 6 月，在海通证券股份有限公司投资银行部、投资银行管理部任员工、副经理；2001 年 7 月 2004 年 4 月，在海通证券总经理办公室任科长；2004 年 5 月至 2015 年 7 月，在海通证券投资银行部任总助、副总、董事总经理；2015 年 8 月至今，在海富产业投资基金管理有限公司任总经理。2019 年 12 月至今，在公司任董事。同时兼任武汉荟达亚投资管理有限责任公司总经理及执行董事、立芯科技股份有限公司董事、湖南金旺铋业股份有限公司董事、海富产业投资基金管理有限公司总经理等。其担任公司董事的任期为 2022 年 12 月至 2025 年 12 月。

白云霞，女，1973 年 10 月生，中国国籍，无境外永久居留权，博士研究生学历。1995 年 7 月至 1998 年 9 月，在西安交大开元集团任助理工程师；2004 年 7 月至 2007 年 7 月，在同济大学经济与管理学院任讲师；2007 年 7 月至 2009 年 9 月，在北京大学光华管理学院任博士后；2007 年 7 月至 2010 年 1 月，在长江商学院任研究学者；2010 年 1 月至今，在长江商学院投资中心任研究员；2010 年 1 月至今，同济大学经济与管理学院任教授、博士生导师、会计系主任；2019 年 12 月至今，在公司任独立董事；2020 年 12 月至今，在爱仕达股份有限公司任独立董事。同时兼任上海振华重工（集团）股份有限公司独立董事、上海健麾信息技术股份有限公司独立董事、爱仕达股份有限公司独立董事、同济大学经济与管理学院会计系主任及教授、长江商学院投资中心研究员等。其担任公司独立董事的任期为 2022 年 12 月至 2025 年 12 月。

黄先义，男，1968 年 3 月生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。1987 年 8 月至 1990 年 8 月，在安徽省宣城市宣州区新田乡教委任教师；1990 年 9 月至 1994 年 8 月，在安徽省宣城市宣州区黄渡初中任教师；1997 年 8 月至 1998 年 8 月，在浙江医科大学任教师；1998 年 9 月至 2000 年 8 月，在浙江大学人文学院任教师；2000 年 9 月至今，在浙江大学城市学院任教师。2019 年 12 月至今，任公司独立董事。其担任公司独立董事的任期为 2022 年 12 月至 2025 年 12 月。

李洪忠，男，1976 年 10 月生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。2000 年至今，在上海师范大学美术学院任教师；2008 年至 2010 年，在韩国又松大学设计学院任教师；2017 年至 2018 年，在上海达易标识设计有限公司任设计总监；2019 年 12 月至今，任公司独立董事。其担任公司独立董事的任期为 2022 年 12 月至 2025 年 12 月。

（二）监事会成员

公司本届监事会共有 3 名监事，公司监事基本情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	本届任职期限
1	茆菲菲	监事会主席、审计部经理	监事会	2022 年 12 月至 2025 年 12 月
2	郭天龙	监事、品质保障中心经理	监事会	2022 年 12 月至 2025 年 12 月
3	蔡京定	职工代表监事、生产调度中心经理	职工代表大会	2022 年 12 月至 2025 年 12 月

公司监事简历如下：

茆菲菲，女，1982 年 2 月生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2007 年 4 月至 2012 年 10 月，在上海蓝钻铝箔制品有限公司任财务主管；2012 年 10 月至 2014 年 1 月，在上海金标实业有限公司任财务主管；2014 年 1 月至 2015 年 3 月，在上海艾微厨具用品有限公司任财务经理；2015 年 3 月至 2019 年 12 月，在福贝有限任财务经理；2019 年 12 月至今，在公司任监事会主席。其担任公司监事的任期为 2022 年 12 月至 2025 年 12 月。

郭天龙，男，1988 年 11 月生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。2013 年 6 月至 2015 年 3 月，在上海福贝宠物用品有限公司任研发主管；2015 年 3 月至 2019 年 12 月，在福贝有限任品质保障中心经理；2019 年 12 月至今，在公司任监事、品质保障中心经理。其担任公司监事的任期为 2022 年 12 月至 2025 年 12 月。

蔡京定，男，1993 年 2 月生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2015 年 7 月 2016 年 9 月，在福贝有限任品质保障中心化验员；2016 年 10 月至 2019 年 12 月，在上海福贝宠物用品有限公司任生产经理；2019 年 12 月至今，在公司任监事、生产调度中心经理。其担任公司监事的任期为 2022 年 12 月至

2025 年 12 月。

（三）高级管理人员

公司高级管理人员包括总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书，公司现有 5 名高级管理人员，基本情况如下：

序号	姓名	职务	本届任职期限
1	汪迎春	董事长、总经理	2022 年 12 月至 2025 年 12 月
2	黄莉	董事、副总经理	2022 年 12 月至 2025 年 12 月
3	郑珍	董事、副总经理	2022 年 12 月至 2025 年 12 月
5	关辰禹	副总经理	2022 年 12 月至 2025 年 12 月
6	程业	副总经理、财务负责人、董事会秘书	2022 年 12 月至 2025 年 12 月

公司高级管理人员简历如下：

汪迎春，公司总经理，简历详见“（一）董事会成员”之相关内容。

黄莉，公司副总经理，简历详见“（一）董事会成员”之相关内容。

郑珍，公司副总经理，简历详见“（一）董事会成员”之相关内容。

关辰禹，男，1983 年 1 月生，中国国籍，无境外永久居留权，博士研究生学历。2012 年至 2014 年，在国兴联合资本控股有限公司任投资主管；2014 年至 2016 年，在中城创展集团有限公司、中国城市发展研究会任副总经理、主任；2015 年至 2018 年，在卓立国城建设发展有限公司、国际绿色经济协会任总经理、副秘书长；2018 年至今，在福贝有限及公司任副总经理。

程业，男，1983 年 7 月生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。2008 年 6 月至 2015 年 7 月，在国信证券股份有限公司投资银行事业部任业务总监；2015 年 8 月至 2019 年 7 月，在恒通物流股份有限公司任董事会秘书、副总经理；2019 年 8 月至今，在福贝有限及公司任董事会秘书、副总经理、财务总监。

（四）其他核心人员

截至本招股说明书签署日，公司其他核心人员有汪迎春、任阳、潘晓影，其简历情况如下：

汪迎春，简历详见“（一）董事会成员”之相关内容。

任阳，女，1986年3月生，中国国籍，无境外永久居留权，博士研究生学历。曾先后任职于广州英赛特生物技术有限公司、天邦食品股份有限公司、福贝有限。现任公司技术研发中心研究院院长。

潘晓影，女，1979年8月生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。曾先后任职于上海三维饲料添加剂有限公司、上海诺瑞宠物用品有限公司、福贝有限。现任公司技术研发中心技术部经理。

（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员兼职情况

1、截至2022年6月30日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员兼职情况

姓名	职务	其他单位兼职情况	兼职职务	备注
汪迎春	董事长、总经理	福益（上海）企业管理有限公司	执行董事、总经理	公司全资子公司
		宣城市福贝宠物食品有限公司	执行董事、总经理	公司控股子公司
		上海福智宠物食品有限公司	执行董事、总经理	公司全资子公司
		宣城福毅志企业管理中心（有限合伙）	执行事务合伙人	公司股东
		宣城福贝生物科技有限公司	执行董事、总经理	公司全资子公司
		宣城福新宠物食品有限公司	执行董事、总经理	公司全资子公司
黄莉	董事、副总经理	福益（上海）企业管理有限公司	监事	公司全资子公司
		上海亦麦企业管理咨询有限公司	执行董事	-
		宣城福贝生物科技有限公司	监事	公司全资子公司
		宣城福新宠物食品有限公司	监事	公司全资子公司
汪春来	董事、采购供应中心主管	未在其他单位任职		
郑珍	董事、副总经理			
史云中	董事	南京毅达投资管理有限公司	监事	-
		江苏一鸣生物股份有限公司	董事	-
		安徽环球药业股份有限公司	监事	-
		南京格亚医药科技有限公司	董事	-

姓名	职务	其他单位兼职情况	兼职职务	备注
		博纳西亚（合肥）医药科技有限公司	董事	-
		苏州长光华医生物医学工程有限公司	董事	-
		江苏艾迪药业股份有限公司	董事	-
张均宇	董事	武汉荟达亚投资管理有限责任公司	总经理、执行董事	-
		立芯科技股份有限公司	董事	-
		湖南金旺铋业股份有限公司	董事	-
		海富产业投资基金管理有限公司	总经理	-
白云霞	独立董事	同济大学经济与管理学院会计系	主任、教授	
		长江商学院投资中心	研究员	
		上海振华重工（集团）股份有限公司	独立董事	-
		上海健麾信息技术股份有限公司	独立董事	-
		爱仕达股份有限公司	独立董事	-
黄先义	独立董事	浙江大学城市学院	教师	
李洪忠	独立董事	上海师范大学美术学院	教师	-
		上海饰点艺术装饰设计有限公司	执行董事	-
苒菲菲	监事会主席、审计部经理	未在其他单位任职		
蔡京定	监事、生产调度中心经理			
郭天龙	监事			
关辰禹	副总经理			
程业	副总经理、财务负责人、董事会秘书	渤海恒通轮渡有限公司	监事长	-
任阳	技术研发中心研究院院长	未在其他单位任职		
潘晓影	技术研发中心技术部经理			

注：上海亦麦企业管理咨询有限公司已于 2022 年 8 月 4 日注销。

2、公司实际控制人及部分高管曾任职企业的简要情况

公司实际控制人、总经理汪迎春曾在上海福寿泰企业有限公司（现更名为上海松江统一企业有限公司）（任职期限：1995 年 2 月-2001 年 5 月）、上海上食饲料有限公司（任职期限：2001 年 5 月-2001 年 9 月）、上海诺瑞宠物用品有限公司（任职期限：2001 年 10 月-2004 年 12 月）等公司任职。

发行人副总经理黄莉曾在上海诺瑞宠物用品有限公司任职（任职期限：2004年6月-2004年12月）；采购供应中心主管汪春来曾在上海诺瑞宠物用品有限公司任职（任职期限：2002年10月-2005年5月）；其他核心人员潘晓影曾在上海诺瑞宠物用品有限公司任职（任职期限：2008年5月-2008年11月）。

上述企业简要情况如下表所示：

（1）上海福寿泰企业有限公司（现更名为上海松江统一企业有限公司）

公司名称	上海松江统一企业有限公司		
统一社会信用代码	91310000607266622L		
注册地址	上海市松江区民益路 22 号		
法定代表人	郑景生		
注册资本	1900 万美元		
公司类型	有限责任公司（外国法人独资）		
成立日期	1993-12-30		
营业范围	许可项目：饲料生产；食品生产；货物进出口；技术进出口。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：饲料科技、食品科技领域内的技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广，畜牧渔业饲料销售，国内贸易代理，普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目），非居住房地产租赁。（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）		
股权结构	股东名称	出资额	出资比例（%）
	统一企业食粮（BVI）控股有限公司	1900 万美元	100.00

（2）上海上食饲料有限公司

公司名称	上海上食饲料有限公司		
注册号	3101141013933		
注册地址	上海市嘉定区黄渡镇曹安路 4908 号		
法定代表人	周祥伦		
注册资本	2000 万元		
公司类型	有限责任公司（国内合资）		
成立日期	2000-01-11		
营业范围	饲料制造、加工；饲料添加剂、禽、畜、水产品及其制品的批售		
股权结构	股东名称	出资额	出资比例（%）
	上海上食肉类有限公司	800 万元	40.00

	上海源泰食品有限公司	600 万元	30.00
	上海稳得福食品有限公司	600 万元	30.00
穿透后实际控制人	上海市国有资产管理委员会		100.00

注：上海上食饲料有限公司目前为吊销状态。

（3）上海诺瑞宠物用品有限公司

公司名称	上海诺瑞宠物用品有限公司		
统一社会信用代码	91310000736208701G		
注册地址	上海市青浦区华新镇凤星路 1588 号 2 幢 2 层 G 区 225 室		
法定代表人	JIU XU		
注册资本	51 万美元		
公司类型	有限责任公司（中外合资）		
成立日期	2002-03-01		
营业范围	一般项目：宠物食品及用品零售。（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）		
股权结构	股东名称	出资额	出资比例（%）
	上海骅欣工贸有限公司	35 万美元	68.63%
	PRO TRADING XU	16 万美元	31.37%

上海松江统一企业有限公司、上海诺瑞宠物用品有限公司均不属于国有或集体企业。

上海上食饲料有限公司吊销前穿透至最终的实际控制人为上海市国有资产管理委员会（持股比例 100%），因此，上海上食饲料有限公司属于国有企业。

3、曾在上述企业任职的董事、高级管理人员、其他核心人员不存在竞业禁止协议的情形

根据《劳动合同法》第二十四条规定，“竞业限制的人员限于用人单位的高级管理人员、高级技术人员和其他负有保密义务的人员。竞业限制的范围、地域、期限由用人单位与劳动者约定，竞业限制的约定不得违反法律、法规的规定。在解除或者终止劳动合同后，前款规定的人员到与本单位生产或者经营同类产品、从事同类业务的有竞争关系的其他用人单位，或者自己开业生产或者经营同类产品、从事同类业务的竞业限制期限，不得超过二年。”汪迎春、黄莉、汪春来、潘晓影均出具确认函，未曾与上述企业签订竞业禁止协议。同时，汪迎春、黄莉、汪春来、潘晓影等四人均离职上述企业超过 10 年以上。

此外，经查询中国裁判文书网、全国法院被执行人信息查询系统等平台，汪迎春、黄莉、汪春来、潘晓影不存在与原单位存在竞业禁止、商业秘密等方面的纠纷、仲裁的情形。

（六）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间存在的亲属关系

截至报告期末，公司董事中汪迎春与汪春来为兄弟关系，除此之外，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员之间不存在亲属关系。

（七）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在重大违法行为

公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员最近三年均不涉及行政处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况。

（八）报告期内董事、监事、高级管理人员任职资格情况

1、报告期内董事、监事、高级管理人员具备任职资格

公司现有 9 名董事（其中独立董事 3 名）、3 名监事（其中职工代表监事 1 名）、5 名高级管理人员（其中总经理 1 名，副总经理 3 名，副总经理兼财务负责人兼董事会秘书 1 名）。

董事、监事、高级管理人员的人员构成及任职期限如下：

序号	姓名	职务	任职期限
1	汪迎春	董事长、总经理	2022 年 12 月至 2025 年 12 月
2	黄莉	董事、副总经理	2022 年 12 月至 2025 年 12 月
3	汪春来	董事、采购供应中心主管	2022 年 12 月至 2025 年 12 月
4	郑珍	董事、副总经理	2022 年 12 月至 2025 年 12 月
5	史云中	董事	2022 年 12 月至 2025 年 12 月
6	张均宇	董事	2022 年 12 月至 2025 年 12 月
7	白云霞	独立董事	2022 年 12 月至 2025 年 12 月
8	黄先义	独立董事	2022 年 12 月至 2025 年 12 月
9	李洪忠	独立董事	2022 年 12 月至 2025 年 12 月
10	茆菲菲	监事会主席、审计部经理	2022 年 12 月至 2025 年 12 月
11	郭天龙	监事、品质保障中心经理	2022 年 12 月至 2025 年 12 月
12	蔡京定	监事、生产调度中心经理	2022 年 12 月至 2025 年 12 月

序号	姓名	职务	任职期限
13	关辰禹	副总经理	2022 年 12 月至 2025 年 12 月
14	程业	副总经理、财务负责人、董事会秘书	2022 年 12 月至 2025 年 12 月

发行人的上述董事、非职工代表监事均经股东大会有效决议选举产生，独立董事人数不少于董事总人数的三分之一；职工监事由公司职工代表大会选举产生，人数不少于监事总人数的三分之一；总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员的聘任均由董事会决议通过；发行人的 9 名董事中有 3 名兼任高级管理人员，未违反《公司章程（草案）》中关于董事兼任高级管理人员不超过董事人数二分之一的规定。

根据上述董事、监事、高级管理人员出具的承诺，上述人员的任职资格符合《公司法》有关股份有限公司董事、监事和高级管理人员任职资格的规定，不存在《公司法》第一百四十六条所示的“不得担任公司的董事、监事、高级管理人员”的情形，且符合《首次公开发行股票注册管理办法》中规定的“董事、监事和高级管理人员不存在最近三年内受到中国证监会行政处罚，或者因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查且尚未有明确结论意见等情形”。

综上所述，发行人董事、监事及高级管理人员的选举和任命程序符合法律、法规及《公司章程》的规定，发行人董事、监事及高级管理人员符合《公司法》和《首次公开发行股票注册管理办法》有关任职资格的相关规定，均具备任职资格。

2、独立董事符合《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》等相关规定

根据中共中央组织部下发的《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》（中组发[2013]18 号）的相关规定：“现职和不担任现职但未办理退（离）休手续的党政领导干部不得在企业兼职（任职）”。

就党政领导干部范围而言，根据《党政领导干部选拔任用工作条例》，关于党政领导干部的范围包括：中共中央、全国人大常委会、国务院、全国政协、中央纪律检查委员会工作部门领导成员或者机关内设机构担任领导职务的人员，国

家监察委员会、最高人民法院、最高人民检察院领导成员（不含正职）和内设机构担任领导职务的人员；县级以上地方各级党委、人大常委会、政府、政协、纪委监委、法院、检察院及其工作部门领导成员或者机关内设机构担任领导职务的人员；上列工作部门内设机构担任领导职务的人员。

截至本招股说明书签署日，白云霞、黄先义和李洪忠均未担任党政领导干部。

（1）黄先义、李洪忠

根据独立董事黄先义、李洪忠出具的《确认函》：“本人及本人任职情况不属于《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》（中组发[2013]18号）、《党政领导干部选拔任用工作条例》等相关法律法规及规范性文件中所述的“党政领导干部”的情形”，确认其未担任党政领导干部。

（2）白云霞

根据独立董事白云霞出具的《确认函》：“本人及本人任职情况不属于《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》（中组发[2013]18号）、《党政领导干部选拔任用工作条例》等相关法律法规及规范性文件中所述的“党政领导干部”的情形”，确认其未担任党政领导干部。

根据同济大学经济与管理学院出具的《证明》：“白云霞同志系同济大学经济与管理学院教师，现任会计系主任。系主任不属于党政领导干部，因此，该同志不存在违反《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》《关于开展党政领导干部在企业兼职情况专项检查的通知》的情形”，确认白云霞不属于党政领导干部。

根据白云霞填写的调查表，并经保荐机构、发行人律师登录同济大学网站查询“现任领导”名单、同济大学经济与管理学院网站查询“中共同济大学经济与管理学院委员会”名单，白云霞未担任相关党政领导干部职务。

综上，独立董事任职符合《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》等相关规定的要求。

3、报告期内白云霞任职独立董事符合《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》等相关规定

（1）独立董事白云霞在公司的任职情况

公司于2019年12月5日召开了创立大会暨第一次股东大会，审议通过了《关于选举股份公司第一届董事会董事并确定董事报酬的议案》，选举白云霞为公司第一届董事会独立董事。

截至本招股说明书签署日，白云霞在公司担任独立董事，任职期限为2022年12月至2025年12月。

（2）独立董事白云霞在其他单位的兼职/任职情况

根据白云霞填写的调查表，并经保荐机构、发行人律师网络核查，除在公司任职外，白云霞在其他单位的兼职/任职情况如下：

序号	兼职/任职单位名称	兼任/任职单位性质	职务
1	振华重工（600320.SH）	企业	独立董事
2	健麾信息（605186.SH）	企业	独立董事
3	爱仕达（002403.SZ）	企业	独立董事
4	同济大学	教育部直属高校	经济与管理学院会计系主任、教授
5	长江商学院	民办非企业单位	投资中心研究员

（3）白云霞任职公司独立董事符合《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》等相关规定

根据独立董事白云霞出具的《确认函》：“本人及本人任职情况不属于《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》（中组发[2013]18号）、《党政领导干部选拔任用工作条例》等相关法律法规及规范性文件中所述的“党政领导干部”的情形”，确认其未担任党政领导干部。

根据同济大学经济与管理学院出具的《证明》：“白云霞同志系同济大学经济与管理学院教师，现任会计系主任。系主任不属于党政领导干部，因此，该同志不存在违反《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》《关于开展党政领导干部在企业兼职情况专项检查的通知》的情形”，确认白云霞不属于党政领导干部。

根据白云霞填写的调查表，并经保荐机构、发行人律师登录同济大学网站查询“现任领导”名单、同济大学经济与管理学院网站查询“中共同济大学经济与管理学院委员会”名单，白云霞未担任相关党政领导干部职务。

综上，报告期内白云霞任职公司独立董事符合《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》等相关规定的要求。

十、公司与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签订的协议及履行情况

公司与各董事签订了《聘任合同》，并与在公司任职的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签订了《劳动合同》及《保密协议》。

截至报告期末，该等协议均有效履行，不存在违约情形。

十一、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其配偶、父母、配偶的父母、子女、子女的配偶持股情况

（一）直接持有公司股份情况

报告期各期末，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接持有公司股份情况如下：

姓名	职务或关联关系	直接持股比例			
		2022年 6月30日	2021年 12月31日	2020年 12月31日	2019年 12月31日
汪迎春	董事长、总经理	53.66%	53.66%	53.66%	53.66%
黄莉	董事、副总经理	5.83%	5.83%	5.83%	5.83%
汪春来	董事、采购供应中心主管	4.99%	4.99%	4.99%	4.99%

截至报告期末，上述董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属所直接持有的公司股权不存在质押或冻结的情况。

（二）间接持有公司股份情况

报告期各期末，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属间接持有公司股份情况如下：

姓名	职务或关联关系	间接持股比例			
		2022年6月末	2021年末	2020年末	2019年末
汪迎春	董事长、总经理	0.51%	0.51%	0.51%	0.83%
黄莉	董事、副总经理	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%
汪春来	董事、采购供应中心主管	-	-	-	-
郑珍	董事、副总经理	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%
史云中	董事	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%
张均宇	董事	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%
白云霞	独立董事	-	-	-	-
黄先义	独立董事	-	-	-	-
李洪忠	独立董事	-	-	-	-
茆菲菲	监事会主席、审计部经理	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%
郭天龙	监事、品质保障中心经理	0.05%	0.05%	0.05%	-
蔡京定	监事、生产调度中心经理	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%
关辰禹	副总经理	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%
程业	副总经理、财务负责人、董事会秘书	0.27%	0.27%	0.27%	-
任阳	技术研发中心研究院院长	0.05%	0.05%	0.05%	0.05%
潘晓影	技术研发中心技术部经理	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%
汪念泗	实际控制人的哥哥	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%
汪玉满	实际控制人的姐姐	0.03%	0.03%	0.03%	0.03%

（三）所持股份质押或冻结情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其配偶、父母、配偶的父母、子女、子女的配偶所持有的公司股份不存在质押、冻结或发生诉讼纠纷的情况。

十二、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员近三年的变动情况

近三年以来，公司董事、高级管理人员的变动情况及原因如下表所示：

职务	2019 年初	第一次变动 (2019 年 12 月 5 日)	第一次变动原因
董事会成员	汪迎春、黄莉、汪春来、史云中	汪迎春、黄莉、汪春来、郑珍、史云中、张均宇、白云霞、黄先义、李洪忠	优化公司治理结构，新增外部董事及独立董事，符合股份制公司治理结构的要求
总经理	汪迎春	未变动	-
副总经理	-	黄莉、郑珍、关辰禹、程业	加强经营管理团队力量需求
财务负责人	茆菲菲	程业	内部职务调动，茆菲菲转为担任公司审计部经理
董事会秘书	-	程业	加强经营管理团队力量需求

（一）董事会成员变动情况

2019 年初，发行人前身福贝有限设有董事会，其成员为汪迎春、黄莉、汪春来及史云中。

2019 年 12 月 5 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举汪迎春、黄莉、汪春来、郑珍、史云中、张均宇、白云霞、黄先义及李洪忠等 9 人，组成公司第一届董事会。

2022 年 12 月 14 日，公司召开 2022 年第五次临时股东大会，选举汪迎春、黄莉、汪春来、郑珍、史云中、张均宇、白云霞、黄先义及李洪忠等 9 人，组成公司第二届董事会。

（二）监事会成员变动情况

2019 年初，福贝有限设有监事会，其监事为汪淑敏。

2019 年 12 月 5 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举茆菲菲、郭天龙为公司第一届监事会监事，与由公司职工代表大会选举产生的监事蔡京定共同组成公司第一届监事会。

2022 年 12 月 14 日，公司召开 2022 年第五次临时股东大会，选举茆菲菲、郭天龙为公司第二届监事会监事，与由公司职工代表大会选举产生的监事蔡京定共同组成公司第二届监事会。

（三）高级管理人员变动情况

2019 年初，发行人前身福贝有限的总经理为汪迎春，财务负责人为茆菲菲。

2019年12月5日，公司召开第一届董事会第一次会议，聘任汪迎春为公司总经理，聘任黄莉、郑珍、关辰禹、程业为公司副总经理，聘任程业为公司财务负责人、董事会秘书。

2022年12月14日，公司召开第二届董事会第一次会议，聘任汪迎春为公司总经理，聘任黄莉、郑珍、关辰禹、程业为公司副总经理，聘任程业为公司财务负责人、董事会秘书。

（四）其他核心人员变动

最近三年，公司其他核心人员未发生变动。

（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员近三年变化对公司的影响

公司最近3年内董事、高级管理人员及其他核心人员变动主要出于优化公司治理结构、符合股份制公司治理结构的需要，相关人员的调整符合法律和《公司章程》规定的程序，公司的核心管理层始终保持稳定，未给公司的正常经营、管理造成不利影响。

综上，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员近三年未发生重大不利变化。

十三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的对外投资情况

截至2022年6月30日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在与公司及其业务相关的其他对外投资情况。除直接持有公司股份外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况如下：

姓名	职务	对外投资单位名称	出资额 (万元)	持股比例
汪迎春	董事长、总经理	苏州轻松学文化传播有限公司	42.00	21.00%
		宣城福毅志企业管理中心（有限合伙）	367.20	15.30%
		马鞍山盛皖景瑞投资管理中心（有限合伙）	500.00	2.77%
黄莉	董事、副总经理	宣城福毅志企业管理中心（有限合伙）	72.00	3.00%
汪春来	董事、采购供应中心主管	三明久登投资合伙企业（有限合伙）	10.00	4.00%
郑珍	董事、副总经理	宣城福毅志企业管理中心（有限合伙）	216.00	9.00%
史云中	董事	江苏维鑫创业投资管理有限公司	59.40	33.00%

姓名	职务	对外投资单位名称	出资额 (万元)	持股 比例
		南京毅达资本管理企业（有限合伙）	200.00	15.15%
		南京毅达投资管理有限公司	4.00	15.51%
		南京毅达汇员健康成果创新创业贰号基金合伙企业（有限合伙）	90.00	4.50%
		南京毅达工投汇员股权投资合伙企业（有限合伙）	50.00	7.94%
		南京毅达汇员鼎祺创业投资合伙企业（有限合伙）	50.00	2.50%
		南京毅达汇员化新创业投资合伙企业（有限合伙）	30.00	6.00%
张均宇	董事	武汉荟达亚投资管理有限责任公司	128.41	12.33%
		武汉欣达亚投资管理合伙企业（有限合伙）	393.68	12.61%
		上海荟知创投资管理合伙企业（有限合伙）	9.60	12.00%
		上海辉福投资管理合伙企业（有限合伙）	7.20	12.00%
白云霞	独立董事	北京西木金鼎投资中心（有限合伙）	2.00	0.05%
黄先义	独立董事	无对外投资		
李洪忠	独立董事	上海饰点艺术装饰设计有限公司	6.00	60.00%
裴菲菲	监事会主席、审计部经理	宣城福毅志企业管理中心（有限合伙）	72.00	3.00%
郭天龙	监事、品质保障中心经理	宣城福毅志企业管理中心（有限合伙）	36.00	1.50%
蔡京定	监事、生产调度中心经理	宣城福毅志企业管理中心（有限合伙）	72.00	3.00%
关辰禹	副总经理	宣城福毅志企业管理中心（有限合伙）	72.00	3.00%
程业	副总经理、财务负责人、董事会秘书	宣城福毅志企业管理中心（有限合伙）	192.00	8.00%
任阳	技术研发中心研究院院长	宣城福毅志企业管理中心（有限合伙）	36.00	1.50%
潘晓影	技术研发中心技术部经理	宣城福毅志企业管理中心（有限合伙）	72.00	3.00%

除上述情况外，公司其他董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均不存在其他对外投资情形。公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的上述对外投资行为与公司均不存在利益冲突。

十四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况

（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬组成、确定依据及所履行程序

在公司担任具体生产经营职务的公司董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬由基本工资和绩效工资组成，基本工资主要根据岗位、同行业工资水平、任职人员资历等因素，结合公司目前的盈利状况确定区间范围；绩效工资是根据公司当年业绩完成情况和个人工作完成情况确定。独立董事领取固定津贴。公司成立了薪酬考核委员会，负责拟定公司董事、高级管理人员的考核标准并进行考核，负责制定、审查公司董事、高级管理人员薪酬政策与方案。

（二）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬总额占各期利润总额的比重

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬总额占利润总额的比重情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
薪酬总额（万元）	304.44	635.04	654.67	361.44
利润总额（万元）	11,694.08	27,773.52	17,850.10	8,623.88
薪酬总额/利润总额	2.60%	2.29%	3.67%	4.19%

（三）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近一年从公司领取收入的情况

2021 年度，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在公司（包括控股子公司）实际领取的薪酬情况如下：

姓名	职务	2021 年度薪酬（万元）
汪迎春	董事长、总经理	122.58
黄莉	董事、副总经理	74.58
汪春来	董事、采购供应中心主管	58.23
郑珍	董事、副总经理	75.21
史云中	董事	-

姓名	职务	2021 年度薪酬（万元）
张均宇	董事	-
白云霞	独立董事	8.00
黄先义	独立董事	8.00
李洪忠	独立董事	8.00
茆菲菲	监事会主席、审计部经理	26.25
蔡京定	监事、生产调度中心经理	22.14
郭天龙	监事、品质保障中心经理	22.35
关辰禹	副总经理	61.63
程业	副总经理、财务负责人、董事会秘书	61.05
任阳	技术研发中心研究院院长	62.39
潘晓影	技术研发中心技术部经理	24.63

在公司任职并领取薪酬的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员，公司按照国家和地方的有关规定，依法为其办理养老、医疗等社会保险和公积金（退休人员除外），除此之外，上述人员未在公司享受其他待遇和退休金计划。

十五、发行人已制定或实施的股权激励及相关安排

发行人本次公开发行申报前已经实施员工持股计划，未制定期权激励及相关安排，具体情况如下：

（一）员工持股平台股权激励情况

宣城福毅志系公司员工持股平台，出资人均为公司员工。宣城福毅志基本情况如下：

企业名称	宣城福毅志企业管理中心（有限合伙）	成立时间	2019 年 3 月 11 日	
出资额	2,400 万元			
执行事务合伙人	汪迎春			
主要经营场所	安徽省宣城经济技术开发区青弋江西大道宣城科技园B19-1幢311室			
主营业务	该合伙企业系发行人的员工持股平台。			
出资信息	序号	出资人	出资人性质	出资比例
	1	汪迎春	普通合伙人	15.30%
	2	郑珍	有限合伙人	9.00%
	3	程业	有限合伙人	8.00%

	4	罗德永	有限合伙人	7.50%
	5	陈勇军	有限合伙人	3.50%
	6	黄莉	有限合伙人	3.00%
	7	管仁国	有限合伙人	3.00%
	8	黄元子	有限合伙人	3.00%
	9	蔡京定	有限合伙人	3.00%
	10	王傲	有限合伙人	3.00%
	11	茆菲菲	有限合伙人	3.00%
	12	关辰禹	有限合伙人	3.00%
	13	汪念泗	有限合伙人	3.00%
	14	潘晓影	有限合伙人	3.00%
	15	丁萍	有限合伙人	2.20%
	16	罗凤利	有限合伙人	2.00%
	17	顾红霞	有限合伙人	2.00%
	18	汪淑敏	有限合伙人	2.00%
	19	鲁晓红	有限合伙人	2.00%
	20	郭天龙	有限合伙人	1.50%
	21	任阳	有限合伙人	1.50%
	22	曾建平	有限合伙人	1.50%
	23	刘冯	有限合伙人	1.50%
	24	杜鹏	有限合伙人	1.50%
	25	徐北飞	有限合伙人	1.50%
	26	吴结琴	有限合伙人	1.50%
	27	汪玉满	有限合伙人	1.00%
	28	李琨	有限合伙人	1.00%
	29	许银燕	有限合伙人	1.00%
	30	汪光海	有限合伙人	1.00%
	31	吴忠文	有限合伙人	1.00%
	32	罗顺	有限合伙人	1.00%
	33	陈云香	有限合伙人	1.00%
	34	丁超	有限合伙人	1.00%
	35	黄小娜	有限合伙人	1.00%
	合计			100.00%
主要财务数据	2021 年 12 月 31 日		2022 年 6 月 30 日	

(单位：万元，未经审计)	总资产	2,771.00	总资产	2,773.69
	净资产	2,771.00	净资产	2,773.69
	2021 年度		2022 年 1-6 月	
	净利润	371.00	净利润	2.69

根据《宣城福毅志企业管理中心（有限合伙）合伙协议》等相关文件，合伙人向合伙人以外的人转让其在合伙企业中的全部或部分财产份额时，应当通知其他合伙人并经其他合伙人一致同意。在同等条件下，其他合伙人有优先购买权。如其他合伙人不同意财产份额转让给他人，不同意转让的合伙人应以同等条件购买该转让的财产份额，不购买的，视为同意转让。

合伙人向其他合伙人转让其在合伙企业中的全部或部分财产份额时，应当通知其他合伙人，并获得执行事务合伙人的同意。如执行事务合伙人不同意财产份额转让给其他合伙人的，应由执行事务合伙人或其指定的第三方按同等条件购买拟转让的财产份额。

根据宣城福毅志出具的承诺，自公司股票上市之日起 36 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的公司首次公开发行上市前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

除上述情况外，截至本招股说明书签署日，公司不存在其他正在执行的股权激励（如员工持股计划、限制性股票、股票期权）及其他制度安排。

（二）股权激励对发行人经营状况、财务状况、控制权变化等方面的影响

1、股权激励对发行人经营状况的影响

通过实施股权激励，公司建立、健全了激励机制，充分调动了公司中高层管理人员及骨干员工的工作积极性。

2、股权激励对发行人财务状况的影响

为公允地反映股权激励对公司财务状况的影响，公司就上述股权激励确认了股份支付。报告期内，2019 年度和 2020 年度公司分别确认了股份支付金额 60.00 万元和 189.08 万元，分别占同期营业收入的比例为 0.15%和 0.28%，未对公司财务状况造成重大影响。

3、股权激励对发行人控制权变化方面的影响

股权激励实施前后，公司控股股东、实际控制人汪迎春所持表决权比例未发生变化，因此股权激励未对公司控制权造成影响。

十六、发行人员工情况

（一）员工人数和构成

1、员工人数及变化情况

截至 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日及 2022 年 6 月 30 日，公司员工人数分别为 292 人、367 人、467 人和 536 人。

截至 2022 年 6 月 30 日，公司员工人数为 536 人，其岗位分布、受教育程度和年龄分布如下：

2、员工岗位分布情况

岗位情况	人数	占员工总数比例
管理人员	136	25.37%
销售人员	204	38.06%
技术人员	32	5.97%
生产及其他人员	164	30.60%
合 计	536	100.00%

3、员工受教育程度

学历情况	人数	占员工总数比例
本科及以上学历	113	21.08%
大专	158	29.48%
大专以下	265	49.44%
合 计	536	100.00%

4、员工年龄分布

年龄区间	人数	占员工总数比例
50 岁及以上	98	18.28%
40~49 岁	106	19.78%
30~39 岁	202	37.69%

年龄区间	人数	占员工总数比例
30 岁以下	130	24.25%
合 计	536	100.00%

（二）公司执行社会保障制度、住房公积金制度及医疗保险制度情况

公司与员工按照《中华人民共和国劳动法》有关规定签订劳动合同，员工根据劳动合同承担义务和享受权利。截至本招股说明书签署日，公司已按照国家有关政策规定，执行社会保障制度、住房公积金制度与医疗保险制度，为员工办理并缴纳了养老保险、失业保险、医疗保险、工伤保险、生育保险及住房公积金。

1、社会保险和住房公积金缴纳情况

报告期各期末，公司及其子公司为员工缴纳社保和住房公积金总体情况如下：

项目		2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
一、在职员工总人数		536	467	367	292
其中：退休返聘员工人数		26	19	19	15
二、应缴纳社保和住房公积金人数		510	448	348	277
社保缴纳 情况	已缴纳一个或多个险种社保人数	472	421	321	248
	其中：社保覆盖比例	92.55%	93.97%	92.24%	89.53%
	社保全部险种参保比例	92.55%	93.97%	92.24%	81.59%
公积金缴 纳情况	已参缴住房公积金人数	426	393	305	216
	其中：住房公积金覆盖比例	83.53%	87.72%	87.64%	77.98%

因退休返聘员工无须缴纳社保和住房公积金，2019 年末至 2022 年 6 月末，公司应缴纳社保和住房公积金的人数分别为 277 人、348 人、448 人和 510 人，其中，公司为员工缴纳社保部分险种的覆盖比例分别为 89.53%、92.24%、93.97% 和 92.55%，缴纳社保全部险种的覆盖比例分别为 81.59%、92.24%、93.97% 和 92.55%；公司为员工缴纳住房公积金的覆盖比例分别为 77.98%、87.64%、87.72% 和 83.53%。

报告期各期末，公司为员工缴纳社保和住房公积金的覆盖比例具体情况如下：

项目	险种	2022 年 6 月末		2021 年末		2020 年末		2019 年末	
		已缴	占比	已缴	占比	已缴	占比	已缴	占比
社保	养老保险	472	92.55%	421	93.97%	321	92.24%	243	87.73%
	医疗保险	472	92.55%	421	93.97%	321	92.24%	243	87.73%
	失业保险	472	92.55%	421	93.97%	321	92.24%	241	87.00%
	工伤保险	472	92.55%	421	93.97%	321	92.24%	248	89.53%
	生育保险	472	92.55%	421	93.97%	321	92.24%	228	82.31%
住房公积金		426	83.53%	393	87.72%	305	87.64%	216	77.98%

报告期内，公司部分员工未缴纳社会保险及住房公积金的主要原因为：①部分员工为新入职员工，公司暂未为其办理社会保险及住房公积金手续；②部分员工在当月缴纳社保、公积金前申请离职，办理完成社保、公积金转出手续后，因交接等原因离职手续尚未办结；③部分员工为农村户籍，已缴纳新型农村社会养老保险及新型农村合作医疗而未缴纳社会保险；④部分员工已有住房或对使用住房公积金的现实需求与可能性较低，选择自愿放弃缴纳住房公积金。

2、公司为异地员工委托代缴情况

因业务需要，公司部分员工需在公司注册办公地以外的其他城市长期工作，主要为推广自主品牌的全国各地销售人员。因公司客户分布城市数量较多、单个城市员工人数较少，公司未在相应城市设立分支机构，因此无法以自有账户为该等员工在其工作地缴纳社会保险及住房公积金。为保障员工享有社会保险及住房公积金的待遇，并尊重员工在其实际工作地缴纳社会保险及住房公积金的意愿，公司以委托第三方机构代缴的方式为相关员工在其实际工作地缴纳了社会保险及住房公积金。报告期内截至各期末代缴人数及比例情况如下：

项目		2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
社保	代缴人数	67	59	56	51
	代缴比例	12.50%	12.63%	15.26%	17.47%
公积金	代缴人数	67	59	56	51
	代缴比例	12.50%	12.63%	15.26%	17.47%

注：代缴比例=期末代缴人数/期末在册员工数

公司已实际为异地员工履行缴纳社会保险和住房公积金义务，充分保障了员工的合法权益，报告期内存在的住房公积金缴纳差异及委托代缴社会保险和住房

公积金情形，不会对公司本次发行并上市造成重大影响。

3、社会保险和住房公积金应缴未缴的情形

（1）公司社会保险和住房公积金应缴未缴情形、具体情况、形成原因

报告期各期末，公司及子公司为员工缴纳社会保险费的情况列示如下：

项目	2022年 6月末	2021年末	2020年末	2019年末
一、在职员工总人数 ①	536	467	367	292
其中：退休返聘人数 ②	26	19	19	15
二、应缴纳社保人数 ③=①-②	510	448	348	277
三、已缴纳一个或多个险种社保人数 ④	472	421	321	248
其中：社保覆盖比例 ⑤=④/③	92.55%	93.97%	92.24%	89.53%
四、已缴纳全部险种社保人数 ⑥	472	421	321	226
其中：全部险种参保比例 ⑦	92.55%	93.97%	92.24%	81.59%
五、未缴齐社保人数 ⑧	38	27	27	51
其中：新入职员工	20	25	26	20
当月离职员工	17	0	0	4
因已缴纳新农合等原因自愿不缴或自行缴纳社保的员工	1	1	1	25
因其它原因（非中国籍、退役军人）未缴齐社保员工	0	1	0	2

报告期各期末，公司及子公司为员工缴纳住房公积金的情况列示如下：

项目		2022年 6月末	2021年末	2020年末	2019年末
一、在职员工总人数 ①		536	467	367	292
其中：退休返聘人数 ②		26	19	19	15
二、应缴纳公积金人数 ③=①-②		510	448	348	277
三、已缴纳公积金人数 ④		426	393	305	216
其中：公积金覆盖比例 ⑤=④/③		83.53%	87.72%	87.64%	77.98%
未缴纳公 积金原因	新入职	23	18	17	21
	当月离职	22	4	0	4
	因购房需求及意愿较低等 原因自愿放弃或自行缴纳	39	32	26	33
	其它原因（退役军人、境外 人士）	0	1	0	3
	合计	84	55	43	61

报告期内公司未为部分员工缴纳社会保险及住房公积金的主要原因系：①部分员工为退休返聘人员，不属于缴纳社会保险及住房公积金的对象；②部分新入职员工在当月缴纳社保及公积金申请后入职或未及时提供相关文件，公司暂未为其办理社会保险及住房公积金手续，并在之后月份补缴；③部分员工在当月缴纳社保、公积金前申请离职，办理完成社保、公积金转出手续后，因交接等原因离职手续尚未办结；④部分员工为农村户籍，已缴纳新型农村社会养老保险及新型农村合作医疗而未缴纳社会保险；⑤部分员工已有住房或对使用住房公积金的现实需求与可能性较低，选择自愿放弃或自行缴纳住房公积金。

（2）足额缴纳对经营业绩的影响

报告期内，按同期在册员工的社保公积金缴纳比例测算，公司若补缴社会保险和住房公积金，其金额占公司各年度净利润的比例如下：

单位：万元

项目/期间	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
社会保险①	19.66	9.68	5.09	22.56
住房公积金②	8.33	5.83	16.14	15.33
合计③=①+②	27.99	15.51	21.23	37.89
利润总额④	11,694.08	27,773.52	17,850.10	8,623.88
假定补缴社保公积金占利润总额的比例⑤=③/④	0.24%	0.06%	0.12%	0.44%

注 1：欠缴金额是以公司各期末应缴未缴社会保险与住房公积金的总额进行测算；

注 2：各期欠缴总额=各期末应缴未缴社会保险与住房公积金的总额*12 或*6。

报告期内，公司测算的可能补缴金额分别为 37.89 万元、21.23 万元、15.51 万元和 27.99 万元，占各期利润总额的比例分别为 0.44%、0.12%、0.06%和 0.24%，各期测算金额占净利润的比例均较小并呈现整体下降趋势，因此补缴或足额缴纳社会保险与住房公积金不会对公司经营业绩产生重大影响。

（3）相关风险、披露应对方案

社会保险及住房公积金主管部门已向公司及其子公司出具合规证明，确认公司及下属子公司未因违反相关法律法规而受到行政处罚；控股股东与实际控制人已承诺对应缴未缴社会保险及住房公积金造成的后果承担全部责任。

针对报告期内公司存在因社保和公积金未足额缴纳而被要求补缴与受到主

管部门处罚的风险，公司应对方案如下：

①获取主管部门关于社会保险与住房公积金缴纳情况的证明

公司及其子公司已取得所在地保险主管部门出具的证明。报告期内，公司及其子公司不存在违反社会保险方面法律法规的行为，未因违反社会保险方面的法律法规而受到相应行政处罚。

公司及其子公司已取得所在地住房公积金管理中心出具的证明。报告期内，公司及其子公司未因违反住房公积金管理条例受到相应行政处罚。

②公司控股股东、实际控制人就公司及其下属子公司社会保险及住房公积金缴纳情况承诺如下：

“公司及其子公司将来如因公司首次公开发行股票前存在不合规情况而被任何有权机构要求补缴社会保险费用、住房公积金，或因此受到任何处罚或损失，本人将代其承担全部费用，或在其必须先行支付该等费用的情况下，及时给予全额补偿，以确保不会给公司及其子公司造成额外支出及遭受经济损失，不会对其生产经营、财务状况和盈利能力产生重大不利影响。”

（4）不存在因违反社会保险、住房公积金相关法律法规而受到处罚的情形，不构成重大违法行为

报告期内，公司不存在因违反国家劳动及社会保障、住房公积金等方面的法律、法规而被相关部门追缴或行政处罚的情形。根据上海市松江区人力资源和社会保障局、上海市公积金管理中心、宣城市人力资源和社会保障局及宣城市住房公积金管理中心出具的证明，公司及其子公司在报告期内不存在因违反劳动、社会保险法律、法规或规章被行政处罚的记录。同时，公司控股股东、实际控制人汪迎春就员工社会保险及住房公积金缴纳事宜作出了相关承诺。

鉴于：①公司报告期内社会保险和住房公积金应缴未缴金额占当期利润总额比例较小，对公司的经营业绩影响较小；②公司及其子公司报告期内不存在因社会保险或住房公积金缴存事宜受到主管部门处罚的情形；③公司控股股东、实际控制人汪迎春已就本次发行及上市前可能发生的补缴或追缴事宜出具专项承诺。因此，公司报告期内存在的未足额缴纳社会保险及住房公积金的情形，不构成重大违法行为。

第五节 业务与技术

一、公司主营业务、主要产品的基本情况

（一）主营业务情况

公司是国内综合优势领先的宠物食品供应商，致力于为宠物提供健康、安全的优质宠物食品和科学喂养方案。公司的主营业务为宠物食品的研发、生产与销售，现阶段主营产品主要包括犬粮、猫粮等宠物干粮类主粮。

公司是经上海市科学技术委员会、上海市财政局、国家税务总局上海市税务局联合认定的高新技术企业。公司被认定为上海市松江区企业技术中心、松江区专利工作试点企业，并经上海市院士专家工作站指导办公室等批准建立宠物食品研究领域的首个上海市专家工作站。公司积极开展宠物食品配方设计和生产工艺的基础性研究与应用创新工作，通过不断积累宠物生命周期的生长曲线及营养需求等方面的试验数据，公司不断完善相关的宠物营养数据库，为配方设计提供科学的数据支撑，并形成多项技术转化成果及专利技术。截至 2022 年 6 月 30 日，公司及其子公司拥有已授权专利 54 项，其中发明专利 9 项、实用新型专利 32 项、外观设计专利 13 项。公司研发的“一种宠物被毛、羽毛、鱼鳞亮艳粉剂及其制备方法”发明专利荣获上海市发明创新二等奖。

公司始终坚持“质量就是生命”的生产经营理念，高度重视产品质量安全。公司通过了 ISO22000: 2018 食品安全管理体系认证，具备良好的质量控制体系，并与中国优质农产品开发服务协会牵头制定宠物食品行业团体标准《宠物配合饲料（全价宠物食品）标准综合体团体规范》，参与起草《宠物零食标准综合体团体规范》等标准性文件。公司在日常生产经营活动中严格按照国家标准、行业标准，在产品的研发设计、生产制造和服务等过程中严格实施质量管控措施，同时根据公司实际情况制定了较为完善的企业标准和相关制度。

凭借技术研发、生产工艺和产品质量等方面的综合优势，公司在宠物食品生产制造领域拥有较高的市场知名度，与“网易严选”等综合性知名品牌商以及诸多国内知名的宠物食品品牌客户均建立了稳定的合作关系。公司重视自主品牌的发展，旗下“比乐”、“爱倍”和“品卓”等品牌矩阵实现了对不同消费人群、不同产品需求和不同消费场景的全覆盖。公司凭借已积累的市场竞争力与品牌影

响力，成为国产知名品牌的代表之一。



（二）主要产品及其应用

公司主营业务为宠物食品的研发、生产及销售。根据使用主体的不同，公司主要产品可分为犬粮、猫粮等宠物干粮类主粮。

宠物主粮在宠物食品中占据主导地位，是宠物消费中的刚需产品。宠物主粮是专门针对宠物营养需求设计的专业产品，用于替代自制宠食或剩饭剩菜喂养，单独使用即可满足宠物全面营养需要。为满足宠物的个性化需求，根据宠物品种、宠物年龄、宠物成长环境等因素，公司对宠物食品的食材配方、加工工艺等进行设计，开发出适应不同年龄段、不同品种宠物以及实现消化吸收、强健骨骼、肠胃健康、美毛护肤等多种功能的数百种产品品类。

（三）主营业务收入的构成

报告期内，公司主营业务收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
犬粮	23,166.75	44.14%	44,272.26	45.40%	34,007.34	51.23%	24,915.16	61.76%
猫粮	28,694.04	54.68%	52,177.29	53.51%	31,598.16	47.60%	14,895.37	36.92%
其他产品	618.11	1.18%	1,057.47	1.08%	778.98	1.17%	533.68	1.32%
主营业务收入	52,478.90	100.00%	97,507.02	100.00%	66,384.48	100.00%	40,344.21	100.00%

二、公司主要经营模式

（一）采购模式

公司设有独立的采购供应中心，负责执行原辅料市场调研，参与原辅料质量标准的研究、整理及制订，负责采购价格、交货期、付款条件等其他商业条款的确定，供应商筛选、订单跟踪等采购管理职能。公司已建立起《采购管理制度》《供应商管理制度》等一系列较为完善的采购管理体系。

生产部门根据订单情况制定生产计划并形成相应的物料需求，采购供应中心根据物料需求向供应商下达采购订单。公司生产所需的原材料主要包括动物蛋白类、油脂、碳水化合物类等原材料。公司采购的具体实施步骤如下：

1、在首次采购前，由采购供应中心对供应商进行市场调查，重点考察供应商的生产资质、产品质量、交货能力、技术能力、价格、服务能力等情况，依据考察情况，由采购供应中心确定合格供应商名录。公司会定期对供应商进行考核与评估，对于不合格的供应商会及时淘汰。

2、日常采购中，对于常规性大宗农产品，由采购供应中心根据农产品市场价格波动情况进行批量采购；对于其他生产所需原辅料，由采购供应中心根据物料需求计划按照询价比价程序从合格供应商名录中综合评估确定意向供应商，下达采购订单后实施采购。

3、采购订单下达后，采购供应中心对订单执行状态进行动态跟踪，物料送达后由品质保障中心的质检人员对物料进行抽检，并将抽检结果纳入供应商考核体系；物料检验合格后交由各生产仓储部门后进入仓库。

（二）生产模式

公司生产模式包括自主生产及外协加工。公司拥有位于上海及安徽宣城的两处生产基地用于公司主要产品的生产。此外，公司将部分生产标准化程度高、便于品质管控的产品委托外部厂商完成。

1、自主生产模式

对于 ODM/OEM 业务产品，公司主要采用“按订单生产”的模式，由公司销售部门根据订单向生产部门发出生产通知，生产部门编制生产计划组织生产；

对于自主品牌产品，主要由生产部门根据销售部门的市场需求反馈，并结合公司产能和产品销售周期动态安排生产计划。

生产部门的整体生产计划形成后，根据各工厂的产能情况将生产任务分解至各生产车间进行具体的生产工作；各车间根据生产计划领取所需的物料并按产品质量控制的标准进行生产；生产完成后经品质保障部门质量检测合格后进行包装和入库。

2、外协加工模式

由于宠物食品市场需求规模快速增长，公司自有产能扩充需要一定的时间，公司将部分生产标准化程度高、便于品质管控的产品委托外部厂商完成。

该等模式下，在原材料采购环节，外协厂商生产所需的原材料均由公司采购提供；在生产环节，外协厂商根据公司生产部门制定的生产计划进行生产，在生产过程中需严格执行公司的质量控制制度，同时公司相关生产技术品控人员对外协厂商的生产加工全过程进行监督管理；生产完成的产品经质量检测合格后进行包装和入库。

（1）采用外协生产的原因及合理性、符合行业惯例

①采用外协生产的原因及合理性

报告期内，公司采用外协生产的主要原因具体如下：

近年来，我国居民饲养宠物数量快速增长，宠物食品行业呈现爆发式增长。凭借突出的研发创新能力、优越稳定的产品品质以及较为完善的销售渠道，公司产品品牌知名度和市场影响力逐步提高，市场需求旺盛。

在此背景下，公司自有产能相对不足，为此公司积极着手筹划产能扩充建设，但自有产能扩充需要耗费较长时间，包括获取外部融资、取得用于产能建设的土地使用权、进行扩产项目备案、取得环评批复等审批手续以及进行项目建设等，通常需要 2-3 年的时间。

基于此，为充分抓住宠物食品行业快速发展的黄金时期，进一步提升公司产品市场占有率，公司选择将部分生产标准化程度高、便于品质管控的产品委托外部厂商完成，在短期内缓解公司产能相对不足的境况。

公司采用外协生产的合理性主要体现在如下几个方面：

A.外协加工不涉及公司核心技术环节，对公司经营影响较小

公司宠物食品研制过程主要包括宠物食品的配方设计和生产加工，其中宠物食品配方设计关系到宠物的生命健康，是宠物食品研制的基础与核心。在配方设计环节，公司经过多年的技术研发掌握的各类原材料宠物营养指标、宠物食品配方等核心技术均归属于公司，公司建立了一系列保密制度与措施保护该等技术保密信息，此外，在对宠物食品配方具有决定作用的原材料采购环节，外协厂商生产所需的原材料均由公司采购提供。在生产加工环节，宠物干粮产品主要采用宠物食品生产中发展较为成熟的膨化工艺技术，该等工艺技术公司已成熟完整掌握，相应生产过程中各类技术指标均由公司掌握，并建立了一系列较为完善的生产管理制度与质量管控措施，外协厂商需按照公司的质量标准进行产品加工，保证产品品质。

因此，公司将部分生产标准化程度高、便于品质管控的产品委托外部厂商完成，不涉及公司的核心技术环节，对公司经营影响较小。

B.外协加工具备一定的经济效益

公司将部分生产标准化程度高、便于品质管控的产品委托外部厂商完成，相关产品生产工艺标准化程度较高，技术难度较低，公司采用外协加工方式生产可以进一步提升生产效率和经济效益。

C.外协加工可使公司更专注于高附加值的核心环节

随着宠物行业的快速发展，消费者对宠物食品的需求愈加多元化，公司将部分生产标准化程度高、便于品质管控的产品委托外部厂商完成，有利于公司进一步专注于对市场需求的判断分析、对宠物食品配方设计的严密论证、对生产工艺的精进优化，在核心技术研发、质量控制、品牌形象塑造等高附加值环节进一步提升公司的竞争力。

综上，公司综合考虑产能保障、提升经济效益和生产效率等多种因素，将部分生产标准化程度高、便于品质管控的产品委托外部厂商生产，具有必要性和商业合理性。

②公司采用外协加工符合行业惯例

经查阅公开资料，公司同行业可比公司也存在采取外协加工的生产方式：

公司名称	主营业务	外协加工相关内容
乖宝宠物	宠物食品的研发、生产与销售	公司的生产模式以自主加工为主，委托加工业务为辅。公司向外协供应商指定原材料供应商，并对外协供应商预付主要原材料的采购费，由外协供应商使用采购费购买主要原材料进行生产加工，公司对其提供的半成品支付加工费用，并在对其半成品检验合格后进行辐照处理再最终对外销售。由于外协供应商采购原材料后须严格按照公司要求的产品配方、工艺流程和质量标准进行生产，且外协供应商本身不承担原材料价格波动的风险，因此上述生产模式属于委托加工。
上海耐威克宠物用品有限公司	宠物食品、用品的研发、生产与销售	中宠股份（002891）为提高生产宠物干粮设备的利用率，2016年4月与上海耐威克宠物用品有限公司签署《委托加工协议》，为其代理加工宠物干粮。
中宠股份（002891）	宠物食品、用品的研发、生产与销售	公司参股了国内大型宠物主粮生产商山东帅克宠物用品有限公司，可以保障干粮产品的生产供应。
佩蒂股份（300673）	宠物食品的研发、生产与销售	2015年末，公司委托加工物资余额增加713.23万元，而在产品、库存商品分别减少402.87万元、232.85万元，主要是由于2015年底温州顺通的辐照设备出现故障，公司将部分产品送至其他公司进行辐照杀菌加工所致。

注：上海耐威克宠物用品有限公司外协加工内容来自发行人同行业可比公司中宠股份（002891）的债券募集说明书等公开资料。

综上可知，公司采用外协加工方式具有商业合理性，同行业企业也存在采用该种加工形式的情形，具有一定的行业普遍性，符合行业惯例。

（2）公司外协厂商的基本情况、生产经营资质及合作历史

①公司外协厂商的基本情况

报告期内，公司主要委托嘉兴市天力生物技术股份有限公司（以下简称“天力生物”）进行外协加工，该等外协厂商的基本情况如下表所示：

公司名称	嘉兴市天力生物技术股份有限公司	成立时间	2000年2月
注册资本	1,736.60万元		
住所	嘉兴市秀洲区新塍镇八字万丰桥		
主营业务	生物技术开发，配合饲料的生产。		

股权结构	股东名称	股权比例
	潘海龙	60.58%
	王雪妹	39.13%
	沈水明	0.29%
	合计	100.00%
董监高成员	董事长兼总经理：潘海龙；董事：沈国英、潘毅峰、王雪妹、王雪芬； 监事：沈水明、王兴福、黄贤福	

报告期内，外协厂商天力生物与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系、非交易性资金往来关系。

②公司外协厂商的生产经营资质

报告期内，天力生物已严格按照相关规定履行生产经营所需备案审批手续，取得了与生产经营相关的资质，报告期内天力生物取得的生产许可证具体情况如下：

序号	资质证书	所属主体	许可范围	发证机关	证书编号	有效期
1	饲料生产许可证	天力生物	产品类别：配合饲料 产品品种：配合饲料（水产、宠物）	浙江省农业农村厅	浙饲证（2019）06203	2019.05.08-2024.05.07
2	饲料生产许可证	天力生物	产品类别：配合饲料 产品品种：配合饲料（水产、宠物）	浙江省农业农村厅	浙饲证（2014）06026	2014.05.17-2019.05.16

③公司与外协厂商的合作历史

伴随着宠物食品行业的快速发展，我国宠物食品需求持续增长，公司经过多年的经营发展，凭借在产品配方设计、生产工艺技术、产品品质等方面的优势获取了较高的市场知名度，公司产品需求量不断提升，而自有产能扩充需要一定时间。在下游产品需求提升与自有产能不足的矛盾日益凸显的背景下，公司积极寻求可以提供宠物干粮食品加工的外协厂商以缓解自有产能不足的境况。

天力生物地处浙江省嘉兴市，自 2000 年成立起主要从事水产饲料的研发、生产与销售。在水产饲料行业竞争日益激烈等背景下，天力生物产能未能满负荷生产，在此背景下，天力生物积极寻求业务转型。在了解到宠物食品需求量持续增长，以及宠物饲料与水产等饲料均采用相似的膨化生产工艺后，天力生物开始谋划宠物食品的生产以拓宽产品结构，并将一条饲料生产线进行改造用于宠物食

品生产。

2017 年，天力生物经同行介绍获知发行人在寻求宠物食品的外协厂商后，向发行人提供了外协加工报价，后经双方在关于产能供应、产品质量控制、委托加工费、供货及服务等方面的谈判协商后，天力生物将改造后的宠物食品生产线用于生产发行人的宠物干粮产品，双方就此建立合作关系。

（3）外协生产工序及公司对委外加工商不存在重大依赖

报告期内，外协厂商主要采用宠物干粮食品最主要的挤压膨化的宠物食品制备工艺。截止目前，挤压膨化的制备工艺已发展较为成熟，生产工序的标准化和自动化程度较高，外协生产具体生产工序包括配料、混合、粉碎、膨化、烘干等环节。

报告期内，公司主要委托天力生物进行外协加工，公司对天力生物不存在重大依赖，具体情况分析如下：

①公司在配方设计层面不存在对天力生物的重大依赖

宠物食品配方设计关系到宠物的生命健康与营养均衡，是研制宠物食品的基础与核心技术，也是宠物食品生产企业在市场竞争中的关键竞争要素。公司经过多年的技术研发掌握的各类原材料宠物营养指标、宠物食品配方等核心技术均归属于公司，公司建立了一系列保密制度与措施保护该等技术保密信息。

报告期内，公司将部分生产标准化程度高、便于品质管控的产品委托外部厂商生产，该等模式下，在对宠物食品配方具有决定作用的原材料采购环节，外协厂商生产所需的原材料均由公司采购提供；生产产品涉及的宠物食品配方技术均来源并归属于公司，外协厂商仅提供加工服务，因此，公司在配方设计层面不存在对外协厂商的重大依赖。

②公司在生产加工层面不存在对天力生物的重大依赖

报告期内，公司将部分生产标准化程度高、便于品质管控的产品委托外部厂商生产，该等产品主要采用宠物食品生产中发展较为成熟的膨化工艺技术，该等工艺技术公司已成熟完整掌握，并建立了一系列较为完善的生产管理制度与质量管控措施。公司与外协厂商在协议中明确约定天力生物在为公司生产加工过程中

的所有工序必须严格按照行业标准及公司标准进行生产，公司派驻特定品控人员对外协加工的各道工序情况进行跟踪监督，确保在整个生产过程外协厂商严格执行质量标准及公司制定的各项生产工艺规程和生产操作标准。由于宠物食品市场需求规模快速增长，公司自有产能扩充需要一定的时间，为充分发挥公司在中高端宠物食品领域的比较优势，公司将部分产品委托外部厂商生产，具有业务合理性，公司在生产加工层面不存在对天力生物的重大依赖。

③公司在销售渠道层面不存在对天力生物的重大依赖

报告期内，公司产品销售包括向国内宠物食品品牌商客户提供 ODM/OEM 服务，以及通过经销模式及网络销售渠道相结合的方式销售自主品牌产品。对于 ODM/OEM 业务，公司根据掌握的行业前沿信息及产品最新技术动态，能够及时、精准把握、响应客户需求，凭借公司在产品开发能力、产品质量把控等方面的优势，对客户提供的技术支持和售后服务；对于自主品牌业务，公司的经销渠道和网络销售渠道均由公司的销售团队开发和维护，因此，公司对产品的销售渠道拥有完整的把控能力。公司仅在产品生产环节将部分产品委托外协厂商生产，公司在销售渠道层面不存在对天力生物的重大依赖。

④外协加工过程附加值较低，可替代性较强

报告期内，公司委托加工费的金额及占公司当期主营业务成本的比例情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
外协加工费	779.86	2.35%	1,719.17	2.91%	1,472.27	3.83%	1,174.12	5.09%
主营业务成本	33,159.90	100.00%	59,037.17	100.00%	38,412.76	100.00%	23,058.38	100.00%

报告期内，公司委托加工费分别为 1,174.12 万元、1,472.27 万元、1,719.17 万元和 779.86 万元，占当期主营业务成本的比重分别为 5.09%、3.83%、2.91% 和 2.35%，占比较低，外协加工过程附加值较低，不涉及公司的核心技术工艺，市场可替代性较强。由于宠物食品属于直接面向消费者销售的快消产品，对产品质量稳定性和市场反应速度要求较高，鉴于天力生物地处浙江省嘉兴市，与公司

所处的上海松江区较近，地理位置便利，便于公司委派相关技术人员至外协厂商进行产品质量管控和现场技术指导，具有方便高效的优势。

综上，公司主要委托天力生物进行外协加工是基于产能补充、产品质量稳定性、快捷高效、经营惯性等因素，因此形成天力生物为公司唯一外协厂商的局面，但公司在核心技术、生产工艺、销售渠道等方面均不存在对天力生物的重大依赖。

（4）与外协厂商的合作模式、双方权利义务关系、风险责任承担等

外协加工模式下，在原材料采购环节，外协厂商生产所需的原材料均由公司采购提供；在生产环节，外协厂商根据公司生产部门制定的生产计划进行生产，在生产过程中需严格执行公司的质量控制制度，同时公司相关生产技术品控人员对外协厂商的生产加工全过程进行监督管理；生产完成的产品经质量检测合格后进行包装和入库。具体合作模式如下表所示：

相关环节	公司	外协厂商
产品设计环节	外协加工涉及的产品设计方案全部由公司提供	根据公司提供的产品设计方案进行外协加工
生产标准制定	公司制定了一系列较为完善的生产管理制度与质量管控措施	严格按照公司要求的生产标准与管控措施进行生产
原材料的提供	生产所需的全部原材料由公司提供	使用公司提供的原材料及包装材料进行加工生产
生产加工环节	公司派驻相关生产技术品控人员对外协厂商的生产加工及质量监测全过程进行监督管理	按照宠物干粮食品的加工工序进行自动化生产加工
产品质量检测		加工完成后进行质量监测并在公司委派的现场品控人员验收确认后发可发货

公司与外协厂商就双方权利义务关系、风险责任承担的相关约定内容如下：

项目	主要内容
委托事项	1、公司委托外协厂商加工犬粮、猫粮产品，公司向外协厂商提供原材料及包装袋，外协厂商按照公司下达的生产计划加工。 2、外协厂商受托使用公司提供的原材料及包材，按照公司要求加工产品，发送至公司指定地点。
委托加工过程管理	1、公司向外协厂商提供原材料及包装材料，由公司委派的现场品控人员和外协厂商指定人员验收确定后，由外协厂商接收。 2、外协厂商应尽责保管公司提供的原材料及包装材料，保证其符合使用标准。 3、外协厂商在为公司生产加工过程中的所有工序必须严格按照国家颁布实施的相关法律法规及行业标准进行生产。外协厂商应严格按照公司提供产品物料清单加工，确保产品各指标符合公司要求。外协厂商在生产加工过程接受公司委派现场品控人员的监督。 4、外协厂商必须对加工产品的质量负责，在加工产品前，应保证加

项目	主要内容
	工场地及工作人员符合生产、卫生等标准。如因外协厂商原因导致产品的质量不合格而造成的损失由外协厂商承担，并向公司赔偿相应的经济损失。 5、加工产品完成后，由公司委派的现场品控人员验收确认符合产品规格及质量要求。经确认后，外协厂商加工产品符合出厂条件并可发货。
验收条款	1、外协厂商交货时，需自行承担货物发运至公司指定仓库的费用。 2、公司在接受货物时对加工产品的质量、规格、数量以及外包装等进行验收，对不符合验收标准的加工产品，公司有权拒收。验收完毕后，由双方共同签字确认，双方凭验收单进行加工费结算。
知识产权及保密	1、由公司提供的商标、专利、技术秘密等知识产权的全部权利归属于公司或原授权方。未经公司书面同意，外协厂商不得擅自使用公司或原授权方的商标、专利、技术秘密等知识产权或向任何第三方泄露知识产权的具体内容。 2、外协厂商保证对于公司提供的产品核心配方予以保密，且外协厂商不得对于产品核心配方进行反向检测。未经公司书面同意，外协厂商不得向任何第三方披露、泄露、传递，不得复制、转让、遗失核心配方的全部或部分内容，且不得将该产品核心配方进行与双方合作无关的经营活动。 3、若外协厂商违反上述义务，造成公司损失的，公司有权要求外协厂商对此承担违约责任，外协厂商应按公司核定的公司所遭受经济损失的十倍的标准向公司支付违约金（但违约金不少于人民币 100 万元）。公司还有权向外协厂商追偿由于泄密而造成的任何直接的、间接的名誉损害，且公司有权单方面解除本协议。

（5）报告期内委外加工的内容、外协生产比例、外协生产费用及占采购总额的比例

报告期内，公司主要委托外协厂商对犬粮、猫粮等宠物干粮类产品进行加工，公司外协产量、外协生产费用的金额及占比情况如下表所示：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
外协产量（吨）	10,007.61	22,080.36	18,814.57	15,082.63
外协生产比例	26.76%	31.08%	36.29%	40.10%
外协加工费（万元）	779.86	1,719.17	1,472.27	1,174.12
占总采购额的比例	2.62%	2.92%	3.98%	5.15%

报告期内，外协加工费占总采购额的比例分别为 5.15%、3.98%、2.92%和 2.62%，占比较小。外协生产产量比例分别为 40.10%、36.29%、31.08%和 26.76%，2019 年外协生产比例较高，主要原因系 2019 年宣城工厂因能源切换、产品结构调整等因素进行产线技改，因此公司在根据生产订单进行工厂排产时，将之前自主生产的部分生产标准化程度高的大包装产品切换至外协厂商生产，引致外协加

工产品产量相对有所上升。

（6）外协生产费用与产量的配比关系

根据公司与外协加工厂商签署的委托加工协议，双方关于委托加工费的约定具体为：产品规格<5kg/包的，加工费为 1,000 元/吨；产品规格≥5kg/包的，加工费为 870 元/吨；产品规格为牛皮纸包装袋的，加工费为 920 元/吨。

报告期内，发行人外协加工产量分别为 15,082.63 吨、18,814.57 吨、22,080.36 吨和 10,007.61 吨；发行人外协加工费金额分别为 1,174.12 万元、1,472.27 万元、1,719.17 万元和 779.86 万元。报告期内，发行人与外协厂商结算的委托加工产品规格、产量、结算金额的数据匹配情况具体如下表所示：

2022 年 1-6 月				
产品包装及规格	产量（吨）	含税单价（元/吨）	含税金额（万元）	不含税金额（万元）
普通包装≥5kg/包	9,194.08	870	799.88	707.86
普通包装<5kg/包	813.53	1,000	81.35	71.99
合计	10,007.61	-	881.24	779.86
2021 年度				
产品包装及规格	产量（吨）	含税单价（元/吨）	含税金额（万元）	不含税金额（万元）
普通包装≥5kg/包	20,413.44	870	1,775.97	1,571.65
普通包装<5kg/包	1,666.91	1,000	166.69	147.51
合计	22,080.36	-	1,942.66	1,719.17
2020 年度				
产品包装及规格	产量（吨）	含税单价（元/吨）	含税金额（万元）	不含税金额（万元）
普通包装≥5kg/包	16,478.70	870	1,433.65	1,268.82
普通包装<5kg/包	1,874.68	1,000	187.47	165.90
牛皮纸包装产品	461.19	920	42.43	37.55
合计	18,814.57	-	1,663.55	1,472.27
2019 年度				
产品包装及规格	产量（吨）	含税单价（元/吨）	含税金额（万元）	不含税金额（万元）
普通包装≥5kg/包	13,446.88	870	1,169.88	1,030.07
普通包装<5kg/包	1,635.75	1,000	163.57	144.04
合计	15,082.63	-	1,333.45	1,174.12

注：报告期初外协加工费采取 16%的税率计缴增值税，后续增值税率调整为 13%。

由上表数据可知，报告期内发行人与外协厂商严格按照合同约定的采购单价执行，产品产量、委托加工费金额的数据匹配。

（7）自主生产销售与外协生产销售毛利率的对比情况

报告期各期，公司自主生产销售与外协生产销售毛利率情况如下：

单位：万元

生产模式	业务分类	财务指标	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
外协生产	自主品牌	收入	11,683.38	23,548.28	20,175.40	9,140.76
		收入占比	82.50%	75.36%	80.38%	65.87%
		毛利率	55.06%	55.78%	56.67%	56.95%
	ODM/OEM	收入	2,477.91	7,698.18	4,924.91	4,735.54
		收入占比	17.50%	24.64%	19.62%	34.13%
		毛利率	22.70%	30.19%	29.93%	26.16%
	小计	收入	14,161.29	31,246.46	25,100.31	13,876.30
		收入占比	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
		毛利率	49.39%	49.47%	51.42%	46.44%
自主生产	自主品牌	收入	8,506.92	14,562.91	8,014.22	8,672.95
		收入占比	22.20%	21.98%	19.41%	32.77%
		毛利率	47.81%	49.79%	56.56%	54.29%
	ODM/OEM	收入	29,810.68	51,697.65	33,269.95	17,794.96
		收入占比	77.80%	78.02%	80.59%	67.23%
		毛利率	31.24%	34.01%	36.54%	34.46%
	小计	收入	38,317.61	66,260.56	41,284.17	26,467.91
		收入占比	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
		毛利率	34.92%	37.48%	40.42%	40.96%

报告期内，公司在收到客户订单时，会根据自有产能利用率情况安排由自有工厂生产或交由外协厂商生产。一般而言，从产品品质一致性、原材料采购等方面出发，公司不会将单一订单拆由自有工厂和外协厂商共同生产，因此自有工厂和外协厂商生产的产品并不完全一致。

报告期内，公司主营业务毛利率按产品生产方式区分，外协生产产品毛利率分别为 46.44%、51.42%、49.47%和 49.39%，自主生产产品毛利率分别为 40.96%、

40.42%、37.48%和 34.92%，外协生产产品毛利率高于自主生产产品毛利率，主要系外协生产产品以自主品牌产品为主，自主品牌产品毛利率相对更高。报告期内，外协生产产品中，自主品牌产品收入占比分别为 65.87%、80.38%、75.36%和 82.50%，自主生产产品中，自主品牌产品收入占比分别为 32.77%、19.41%、21.98%和 22.20%，产品结构不同使得外协生产产品毛利率更高。

①ODM/OEM 产品在外协模式下和自产模式下毛利率对比情况

就 ODM/OEM 产品而言，报告期内公司自主生产产品毛利率分别为 34.46%、36.54%、34.01%和 31.24%，外协生产产品毛利率分别为 26.16%、29.93%、30.19%和 22.70%。自主生产产品毛利率高于外协生产产品，主要系公司仅将部分中端、中低端 ODM/OEM 客户产品交由外协生产，该等产品毛利率相对较低。毛利率相对较高的中高端宠物食品品牌商网易严选、广州麦和、上海宠幸、深圳豆柴等 ODM 客户产品均为自主生产。

②自主品牌产品在外协模式下和自产模式下毛利率对比情况

就自主品牌产品而言，报告期内公司自主生产产品毛利率分别为 54.29%、56.56%、49.79%和 47.81%，外协生产产品毛利率分别为 56.95%、56.67%、55.78%和 55.06%。

2021 年-2022 年 1-6 月，公司自主生产产品毛利率低于外协生产产品，主要系：A.销售端细分产品毛利率差异。公司根据市场需求、自有工厂及外协工厂产能利用情况灵活调整个别产品的生产计划，引致毛利率有所波动。以 2021 年销量第一大自主品牌产品 BL0102031 为例，该产品主要在经销模式下销售，经销模式销售占比为 86.75%，较线上 B2C 模式及电商入仓模式而言，经销模式毛利率相对较低，该产品市场需求旺盛，公司将该产品的生产方式调整为自主生产，引致自主生产产品毛利率有所下降，低于外协生产产品。B.成本差异。2021 年-2022 年 1-6 月，公司自主生产的自主品牌产品主要由上海松江工厂和上海金山工厂（上海福智）进行生产，基于制造费用、人均薪酬等因素影响，上海松江工厂、上海金山工厂的单位自产成本整体高于单位委托加工成本，尤其是自 2021 年上海金山工厂投入使用，且其主要生产自主品牌产品，由于产能利用率尚未完全达产，其制造费用金额较大，单位成本较高，2021 年上海金山工厂生产的自

主品牌产品毛利率为 35.21%，引致 2021 年自主生产产品毛利率低于外协生产产品，同期，其他自有工厂自主品牌产品毛利率为 51.79%。

2019 年-2020 年，自主生产产品毛利率与外协生产产品差异相对较小。

就自主生产与外协生产差异而言，自主生产、外协生产所需原材料均由公司提供，且公司产品成本结构中主要由原材料组成，报告期内，公司主营业务成本中直接材料占比分别为 87.53%、90.23%、90.36%及 88.34%，制造费用、直接人工以及委托加工费等成本构成相对较低。除上海金山工厂投产初期阶段性影响较大以外，公司采用自主生产或外协生产主要影响制造费用、直接人工以及委托加工费等成本，对产品成本影响相对较小。由于不同销售模式（如经销模式、线上 B2C 模式等）产品销售毛利率存在一定差异，因此自主生产销售与外协生产销售毛利率主要受产品定位、产品结构、销售渠道等影响。相同销售模式下，同一产品自主生产销售与外协生产销售毛利率差异较小。

（三）销售模式

公司建立了多样化立体式营销网络体系，包括向国内宠物食品品牌商客户提供 ODM/OEM 服务，以及通过经销模式及网络销售渠道相结合的方式销售自主品牌产品。

报告期内，公司主营业务收入按销售模式分类情况如下：

单位：万元

项目		2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		收入	比例	收入	比例	收入	比例	收入	比例
ODM/OEM 业务收入小计		32,288.59	61.53%	59,395.83	60.91%	38,194.86	57.54%	22,530.50	55.85%
自主品牌业务	经销	12,856.74	24.50%	24,160.22	24.78%	16,897.74	25.45%	11,199.51	27.76%
	线上 B2C	5,165.19	9.84%	10,476.05	10.74%	8,325.43	12.54%	4,254.52	10.55%
	电商平台入仓	1,062.26	2.02%	1,851.56	1.90%	1,806.93	2.72%	1,395.70	3.46%
	其他模式	1,106.12	2.11%	1,623.36	1.66%	1,159.52	1.75%	963.98	2.39%
	小计	20,190.30	38.47%	38,111.19	39.09%	28,189.62	42.46%	17,813.71	44.15%
合计		52,478.90	100.00%	97,507.02	100.00%	66,384.48	100.00%	40,344.21	100.00%

由上表可知，报告期内，公司向国内宠物食品品牌商客户提供代工服务的 ODM/OEM 模式，以及自主品牌业务下的经销模式、线上 B2C 模式以及电商平

台入仓模式等销售模式收入占比在 97%以上，为公司主要的销售模式。其他销售模式收入不足 3%，占比较低。

公司主要销售模式情况如下：

1、ODM/OEM 业务

公司多年来专注于宠物食品领域，凭借先进的生产工艺技术、良好的产品质量及较高的市场知名度，与国内多家知名宠物品牌商建立了稳定的合作关系。该等宠物品牌商在消费者需求分析、品牌运营及市场推广、销售渠道建设等方面具有独特的竞争优势。公司在配方设计、生产产能、产品品质等方面为其提供产品及供应链支持，发挥各自的比较优势，实现共同快速发展。

（1）ODM、OEM 方式分别实现的销售情况

报告期内，公司与宠物食品品牌商客户采取 ODM、OEM 的合作模式，并以 ODM 模式为主。ODM 模式中，由宠物食品品牌商客户基于终端消费者体验反馈信息向公司提出产品需求，由公司根据客户需求或产品规划自主进行产品配方设计形成产品设计方案，方案经双方认可后由公司按照双方约定的方案组织生产。OEM 模式中，由宠物食品品牌商客户自行提供产品配方设计方案及核心配方涉及的原辅料等生产资料，公司根据合同约定提供生产加工服务。

报告期内，公司与上海佰派宠物用品有限公司的合作模式属于 OEM 模式，公司与其他客户的合作模式均属于 ODM 模式。报告期内，公司 ODM、OEM 模式各自的收入及占比情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月			2021 年度		
	销售收入	占 ODM/OEM 业务比例	占主营业务收入比例	销售收入	占 ODM/OEM 业务比例	占主营业务收入比例
ODM 模式	32,288.59	100.00%	61.53%	59,395.83	100.00%	60.91%
OEM 模式	-	-	-	-	-	-
ODM/OEM 业务合计	32,288.59	100.00%	61.53%	59,395.83	100.00%	60.91%

项目	2020 年度			2019 年度		
	销售收入	占 ODM/OEM 业务比例	占主营业务收入比例	销售收入	占 ODM/OEM 业务比例	占主营业务收入比例
ODM 模式	37,902.86	99.24%	57.10%	21,133.26	93.80%	52.38%
OEM 模式	292.00	0.76%	0.44%	1,397.24	6.20%	3.46%
ODM/OEM 业务合计	38,194.86	100.00%	57.54%	22,530.50	100.00%	55.85%

由上表可知，2021 年至 2022 年 1-6 月，公司与宠物食品品牌商客户均采用 ODM 业务模式，2019 年-2020 年，OEM 模式销售收入金额总体较小，占 ODM/OEM 业务收入、主营业务收入比例均较低，对公司整体业绩影响较小。报告期内，公司 ODM 模式下客户的采购量逐年提升，中高端产品的需求量不断扩大，为充分发挥公司在中高端宠物食品领域的比较优势，在公司现有产能相对有限的情况，公司将产能主要投入到与公司产品定位较为契合的 ODM 等业务中，逐步降低了与该 OEM 客户的合作。

报告期内，公司与主要 ODM 客户、OEM 客户在产品研发设计、产品质量等方面的具体约定如下表所示：

项目	ODM 模式	OEM 模式
产品研发、设计	①合同项下产品带有 ODM 客户所有的标识或设计方案等内容由双方通过《采购订单》或邮件形式确认； ②公司保证其向 ODM 客户提供的产品符合经双方确认的设计方案及《采购订单》约定的要求； ③公司授权 ODM 客户可以使用因委托制作合同项下产品所使用的公司现有的或第三方授权给公司的技术、设计等所包含的全部公司知识产权。 ④公司保证合同项下产品中所涉及公司所有设计、技术、方案等知识产权均不存在侵犯第三方知识产权的情况； ⑤如双方就公司提供的产品设计、技术等达成独家使用合意，公司须确保仅供 ODM 客户使用且不得使用在自有品牌及或其他任何第三方品牌产品上。	①OEM 客户委托公司作为生产供货商，OEM 客户提供涉及产品核心配方的原材料； ②OEM 客户中途变更定做物规格、质量或设计等，应当于下单前以书面形式告知公司，否则按照上次订单规定标准生产。
产品质量	①公司保证向 ODM 客户提供的产品的质量及运输符合国家相关法律法规，符合所适用的标准； ②在协议履行期间或协议到期后或在协议期限内任何原因引起的协议终止或中止的，公司应按照协议约定为自身存在质	①公司保证所提供产品的安全和优良品质，如在保质期内产品出现品质问题，经公司确认属于生产制造原因的，由公司负责退换货处理； ②OEM 客户提供的包装或原辅料质量应符合国家或行业相关质量标

项目	ODM 模式	OEM 模式
	量问题的产品在质保期内向 ODM 客户提供退换货服务。	准，因 OEM 客户提供的包装或原辅料原因导致产品出现任何质量问题由 OEM 客户自行承担。

由上表可知，ODM 模式下，该等客户基于终端消费者体验反馈信息向公司提出产品需求，由公司根据客户需求或产品规划自主进行产品配方设计形成产品设计开发方案，经双方认可后进行定制化生产。OEM 模式下，产品配方设计方案、核心配方涉及的原辅料均由 OEM 客户自行提供，公司主要提供生产加工，附加值相对较低。

（2）报告期各期前五大 ODM/OEM 客户基本情况

①前五大 ODM/OEM 客户交易金额及占比情况

报告期内，公司 ODM/OEM 业务下前五大客户的交易金额及占比具体如下表所示：

单位：万元

2022 年 1-6 月			
序号	客户名称	金额	占当期 ODM/OEM 收入的比例
1	杭州网易严选贸易有限公司	9,821.87	30.42%
2	陕西席域宠物食品有限公司	3,867.46	11.98%
3	上海宠幸宠物用品有限公司	3,401.14	10.53%
4	深圳市豆柴宠物用品有限公司	3,111.49	9.64%
5	绍兴小淘气宠物用品有限公司	2,447.71	7.58%
小计		22,649.67	70.15%
2021 年度			
序号	客户名称	金额	占当期 ODM/OEM 收入的比例
1	杭州网易严选贸易有限公司	15,087.44	25.40%
2	上海宠幸宠物用品有限公司	12,426.96	20.92%
3	陕西席域宠物食品有限公司	6,735.72	11.34%
4	深圳市豆柴宠物用品有限公司	5,025.90	8.46%
5	杭州帕特诺尔宠物有限公司	2,420.11	4.07%
小计		41,696.12	70.20%

2020 年度			
序号	客户名称	金额	占当期 ODM/OEM 收入的比例
1	杭州网易严选贸易有限公司	9,845.23	25.78%
2	席域进出口贸易（西安）有限公司	4,303.29	11.27%
3	上海宠幸宠物用品有限公司	2,893.52	7.58%
4	深圳市豆柴宠物用品有限公司	2,700.92	7.07%
5	麦和（广州）实业有限公司	2,248.47	5.89%
小计		21,991.42	57.58%
2019 年度			
序号	客户名称	金额	占当期 ODM/OEM 收入的比例
1	杭州网易严选贸易有限公司	3,264.78	14.49%
2	席域进出口贸易（西安）有限公司	1,999.70	8.88%
3	上海莲萌宠物用品有限公司	1,835.11	8.15%
4	艾斯克（南京）生物科技有限公司	1,527.00	6.78%
5	华宠（上海）企业管理股份有限公司	1,408.93	6.25%
小计		10,035.52	44.54%

注 1：上述前五名客户的销售统计，已对客户同一控制下企业的销售金额进行了合并计算。

注 2：“陕西席域宠物食品有限公司”与“席域进出口贸易（西安）有限公司”属于同一控制。

报告期内，公司前五名 ODM/OEM 客户销售收入占当期 ODM/OEM 业务收入的比例分别为 44.54%、57.58%、70.20%和 70.15%，占比较高。截至报告期末，上述 ODM/OEM 客户的成立时间、注册资本、股权结构、主营业务、合作历史、结算方式等基本情况具体如下所示：

序号	客户名称	成立时间	注册资本	主营业务	股权结构	合作历史	结算方式
1	杭州网易严选贸易有限公司	2016.04	1,700 万美元	电商平台运营	Yanxuan (Hong Kong) Limited 持股 100.00%	2017 年至今	银行转账
2	上海宠幸宠物用品有限公司	2004.08	54,803.12 万元	宠物营养品等宠物食品、宠物用品的研发、生产与销售	Chowsing Limited 持股 49.81%、Euro Cute Limited(欧之幸有限公司) 持股 18.25%、Megrez Delta Limited 持股 12.77%、Cathay Advance Software Limited 持股 8.36%、Glory Jupiter Limited 持股 6.13%、Glory Kind Limited 持股 4.31%、吕少华、芜湖厚兴昌投资合伙企业（有限合伙）、广西腾讯创业投资有限公司等 14 名股东合计持股 0.37%	2015 年至今	银行转账
3	陕西席域宠物食品有限公司	2019.07	300.00 万元	宠物食品品牌运营及市场推广、宠物食品、用品的销售	韩凯持股 51.00% 刘超见持股 49.00%	2017 年至今	银行转账
	席域进出口贸易(西安)有限公司	2018.06	500.00 万元		王爱华（与韩凯系母子关系）持股 51.00%、刘超见持股 49.00%		
	席域进出口贸易(上海)有限公司	2016.05	200.00 万元		韩凯持股 100.00%		
4	深圳市豆柴宠物用品有限公司	2016.11	147.12 万元	宠物食品品牌运营及市场推广、宠物食品、用品的销售	姜博文持股 52.77%、深圳市小豆宠物合伙企业（有限合伙）持股 16.03%、宿迁中宠汇英资产管理合伙企业（有限合伙）持股 14.40%、深圳市小柴宠物合伙企业（有限合伙）持股 9.80%、共青城金瑞股权投资合伙企业（有限合伙）持股 4.90%、宿迁拓博资产管理合伙企业（有限合伙）持股 2.10%	2015 年至今	银行转账
	深圳市爱宠之家贸易有限公司	2014.06	100.00 万元		姜博文持股 77.00%、李晓林持股 20.00%、魏晓晴持股 3.00%		
5	麦和（广州）实业有限公司	2018.12	1,000.00 万元	宠物食品品牌运营及市场推广、宠物食品、用品的销售	广州后米商务投资有限公司持股 41.71%、广州小美商务投资有限公司持股 36.99%、郑泽鹏持股 11.29%、张淼淼持股 10.01%	2017 年至今	银行转账
	广州麦和日用品有	2016.01	300.00 万元		麦和（广州）实业有限公司持股 100.00%		

序号	客户名称	成立时间	注册资本	主营业务	股权结构	合作历史	结算方式
	限公司						
6	上海莲萌宠物用品有限公司(现更名为徐州蓝色麦田宠物用品有限公司)	2012.09	100.00 万元	宠物食品品牌运营及市场推广、宠物食品、用品的销售	蓝色麦田科技（北京）有限公司持股 100.00%	2015 年至 2019 年	银行转账
7	艾斯克（南京）生物科技有限公司	2010.09	50.00 万美元	宠物食品品牌运营及市场推广、宠物食品、用品的销售	FORTUNE UNICORN LIMITED 持股 100.00%	2013 年至今	银行转账
8	华宠（上海）企业管理股份有限公司	2016.12	1,688.00 万元	宠物食品品牌运营及市场推广、宠物食品、用品的销售	朱文锋持股 42.91%、胡华持股 6.89%、周春香持股 6.89%、邓招营等其他 37 位自然人合计持股 43.31%	2017 年至今	银行转账
9	杭州帕特诺尔宠物有限公司	2016.07	445.40 万元	宠物食品品牌运营及市场推广、宠物食品、用品的销售	乔晓光持股 35.90%、宿迁中宠汇英资产管理合伙企业（有限合伙）持股 24.87%、乔治持股 13.47%、Matrix Partners China VI Hong Kong Limited 持股 10.98%、宁波因万企业管理合伙企业（有限合伙）持股 4.90%、厦门挑战者双鱼号股权投资合伙企业（有限合伙）持股 4.12%、苏州维阿特企业管理中心（有限合伙）持股 2.62%、宁波梅山保税港区申铭远畅投资管理合伙企业（有限合伙）持股 2.00%、邹立军持股 1.15%	2016 年至今	银行转账
10	绍兴小淘气宠物用品有限公司	2018.05	100.00 万元	宠物食品品牌运营及市场推广、宠物食品、用品的销售	蒋帅持股 51.00%、喻胜江持股 49.00%	2015 年至今	银行转账
	浙江吉宠商贸有限公司	2015.08	1,000.00 万元		喻胜江持股 51.00%、蒋帅持股 49.00%		

注 1：报告期内存在同一客户以同一控制的不同主体与发行人进行交易的情况，该等客户的销售金额已进行合并计算；

注 2：席域进出口贸易（西安）有限公司、席域进出口贸易（上海）有限公司、深圳市爱宠之家贸易有限公司均已注销。

对于 ODM/OEM 业务模式，公司主要通过参加宠物行业相关展会、广告投放、业务员拜访等推广方式拓展客户。随着公司行业知名度的不断提升，部分具有 ODM/OEM 业务需求的客户也主动寻求与公司的业务合作机会。

经核查，报告期内，上述发行人主要 ODM、OEM 客户与发行人及其关联方之间不存在关联关系、亲属关系。

②报告期各期前五大 ODM/OEM 客户变动原因

公司与主要 ODM/OEM 客户建立了稳定的合作关系，对主要客户销售业绩稳定良好，报告期内公司前五名 ODM/OEM 客户变化的情况及具体原因如下：

时间	事项	客户名称	变化原因
2022 年 1-6 月	2022 年 1-6 月较 2021 年前五名客户中新增客户的情况	绍兴小淘气宠物用品有限公司	公司与该客户于 2015 年建立合作关系，近几年双方合作良好、合作关系稳定。2022 年 1-6 月该客户成为公司前五名 ODM/OEM 客户的主要原因系该客户旗下宠物食品品牌“江小傲”近年来市场知名度不断提升，该品牌入围互联网周刊发布的 2021 宠物行业分类排行榜单“2021 猫粮品牌 TOP50”，在 2022 年“618”期间，根据数字零售服务商 Nint 任拓提供数据显示，在 2022 年 618 活动中，“江小傲”品牌获得 500%以上的同比增长，成为国内新兴网红宠物食品品牌，具有一定的市场影响力。下游消费需求推动了该客户采购量的增长。
	2022 年 1-6 月较 2021 年前五名客户中减少客户的情况	杭州帕特诺尔宠物有限公司	公司与该客户于 2016 年建立合作关系，近几年双方合作良好、合作关系稳定。2019-2022 年 1-6 月其采购金额分别为 493.13 万元、1,237.62 万元、2,420.11 万元和 1,557.46 万元，排名分别为第 10 名、第 9 名、第 5 名和第 6 名。2022 年 1-6 月该客户不再是公司前五大客户主要系公司其他客户当年增长速度较快，其相对排名有所下降所致。
2021 年	2021 年较 2020 年前五名客户中新增客户的情况	杭州帕特诺尔宠物有限公司	公司与该客户于 2016 年建立合作关系，近几年双方合作良好、合作关系稳定。2021 年该客户成为公司前五名 ODM/OEM 客户的主要原因系该客户旗下宠物食品品牌“帕特诺尔”近年来市场知名度不断提升，在第 21 届亚宠展（2018）中荣获“年度黑马 Top5”，同时该客户线上销售渠道的逐步完善推动了该客户采购量的增长。
	2021 年较 2020 年前五名客户中	麦和（广州）实业有限公司	公司与该客户于 2017 年建立合作关系，近几年双方合作良好、合作关系稳定。

时间	事项	客户名称	变化原因
	减少客户情况		2019-2021年其采购金额分别为1,194.44万元、2,248.47万元和1,882.47万元，排名分别为第8名、第5名和第7名。 2021年该客户不再是公司前五大客户主要系公司其他客户当年增长速度较快，其相对排名有所下降所致。
2020年	2020年较2019年前五名客户中新增客户的情况	上海宠幸宠物用品有限公司	公司与该客户于2015年建立合作关系，近几年双方合作良好、合作关系稳定。 2020年该客户成为公司前五名ODM/OEM客户的主要原因系该客户旗下品牌“卫仕”是国内宠物营养品的领军品牌，具备深厚的宠物行业客户基础以及完善的营销体系。近年来，凭借“卫仕”品牌的市场知名度，该客户积极开拓宠物主粮板块业务，宠物主粮业务迅速发展，推动了向公司采购量的增长。
		深圳市豆柴宠物用品有限公司	公司与该客户于2015年建立合作关系，近几年双方合作良好、合作关系稳定。 2020年该客户成为公司前五名ODM/OEM客户的主要原因系该客户旗下宠物食品品牌“豆柴”近年来市场知名度不断提升，在2019第五届深圳国际宠物用品展成功跻身“年度十大黑马品牌”第一名，同时该客户线下销售渠道的逐步完善推动了该客户采购量的增长。
		麦和（广州）实业有限公司	公司与该客户于2017年建立合作关系，近几年双方合作良好、合作关系稳定。 2020年该客户成为公司前五名ODM/OEM客户的主要原因系该客户旗下品牌“LORDE（里兜）”为市场知名度较高的猫粮品牌，近年来养猫热潮的兴起刺激了猫粮产品的销售，消费需求的增长推动了该客户采购量的增长。
	2020年较2019年前五名客户中减少客户情况	上海莲萌宠物用品有限公司	2020年该客户不再是公司前五名ODM/OEM客户的主要原因系该客户经营战略调整，之前主要由公司代工生产的旗下品牌“蓝氏”于2019年被徐州苏宠宠物用品有限公司收购，因此与公司暂停合作。 2020年起公司与徐州苏宠宠物用品有限公司建立合作关系继续代工生产“蓝氏”品牌产品，2020年-2021年，徐州苏宠宠物用品有限公司采购金额分别为1,385.52万元、477.97万元，排名分别为第8名、第13名。
		艾斯克（南京）生物科技有限公司	公司与该客户于2013年建立合作关系，近几年双方合作良好、合作关系稳定。 2019-2021年其采购金额分别为1,527.00万元、1,783.38万元及1,552.12万元，排名

时间	事项	客户名称	变化原因
			分别为第 4 名、第 6 名和第 8 名。 2020 年该客户不再是公司前五大客户主要系公司其他客户当年增长速度较快，其相对排名有所下降所致。
		华宠（上海）企业管理股份有限公司	公司与该客户于 2017 年建立合作关系，近几年双方合作良好、合作关系稳定。 2019-2021 年其采购金额分别为 1,408.93 万元、1,471.31 万元及 1,093.04 万元，排名分别为第 5 名、第 7 名和第 10 名。 2020 年该客户不再是公司前五大客户主要系公司其他客户当年增长速度较快，其相对排名有所下降所致。

（3）公司生产存在委外加工同时销售以 ODM、OEM 为主的业务模式的合理性

报告期内，公司生产存在委外加工同时销售以 ODM、OEM 为主的业务模式具有一定的商业合理性，具体分析如下：

①公司生产存在委外加工属于补充产能的临时性措施

报告期内，公司存在将部分产品委托外协厂商生产的情形，主要系公司为应对因下游市场需求迅速增长引致短期产能不足采取的临时措施。公司仅在产品生产环节将部分产品委托外协厂商生产，不存在将宠物食品研制过程中的核心环节宠物食品配方设计委托外协厂商的情形，并与外协厂商在协议中明确约定在为公司生产加工过程中的所有工序必须严格按照行业标准及公司标准进行生产，公司派驻特定品控人员对外协加工的各道工序情况进行跟踪监督，确保在整个生产过程外协厂商严格执行质量标准及公司制定的各项生产工艺规程和生产操作标准。

②ODM/OEM 客户与公司建立合作的商业背景

ODM/OEM 客户与公司的合作，主要系看好公司在宠物食品配方设计能力、产品质量控制能力、供应链管理等方面的优势，公司在配方设计、产品品质、售后服务等方面为 ODM/OEM 客户提供定制化产品及供应链支持。凭借公司优异的产品配方设计能力、良好的产品质量及较高的市场知名度，目前国内多家知名宠物食品品牌商客户如网易严选、豆柴等在宠物干粮领域均与公司建立了稳定的合作关系，体现了公司在宠物干粮领域的竞争优势。

③公司存在委外加工未违反公司与 ODM/OEM 客户的合同约定

公司与 ODM/OEM 客户约定产品的生产主要由公司进行组织，不存在关于委托外协厂商进行生产的限制性约定，如产品产生质量问题，由公司全权负责处理退换货等问题。因此，公司委托外协厂商生产 ODM/OEM 客户产品未违反公司与 ODM/OEM 客户的合同约定，公司亦未隐瞒委托外协厂商生产的情形。此外，公司对外协厂商的生产过程及产品品质进行控制监督，确保外协厂商生产的产品品质符合公司及客户要求。

综上，公司销售以 ODM/OEM 为主的业务模式仍采取委托加工生产具有商业合理性。

经查阅公开资料，同行业可比公司采用 ODM/OEM 模式或为客户定制化生产的同时，也存在委托加工的生产形式：

公司名称	主营业务	销售及生产模式相关内容
乖宝宠物	宠物食品的研发、生产与销售	销售模式：公司业务板块分为自有品牌业务、OEM/ODM 业务和国外品牌代理业务。 生产模式：公司的生产模式以自主加工为主，委托加工业务为辅。
中宠股份（002891）	宠物食品的研发、生产与销售	销售模式：在国外市场中，公司主要是按照客户订单生产 OEM/ODM 产品。 生产模式：公司参股了国内大型宠物主粮生产商山东帅克宠物用品有限公司，可以保障干粮产品的生产供应。
佩蒂股份（300673）	宠物食品的研发、生产与销售	销售模式：在国外市场，公司主要采用 ODM 模式。 生产模式：2015 年末，公司委托加工物资余额增加 713.23 万元，而在产品、库存商品分别减少 402.87 万元、232.85 万元，主要是由于 2015 年底温州顺通的辐照设备出现故障，公司将部分产品送至其他公司进行辐照杀菌加工所致。

注：上述内容均来源于相关上市公司或拟上市公司的公开资料显示。

综上所述，公司销售以 ODM/OEM 为主的业务模式仍采取委托加工生产具有业务合理性。同行业企业也存在采用该种加工形式的情形，符合行业惯例。

2、自主品牌销售

公司持续深耕于宠物食品领域，较早规划自主品牌发展策略，凭借领先的研发创新能力、卓越的产品品质 and 专业的服务水平，公司自主品牌在国内宠物食品市场拥有较高的知名度与美誉度。目前针对自主品牌销售，公司实施了多渠道布局，实现了对全国零售市场的全面覆盖。根据销售模式的不同，公司自主品牌销售可分为经销模式、线上 B2C 模式、电商平台入仓模式和其他销售模式。

（1）销售模式划分的依据和合理性

报告期内，公司自主品牌销售主要根据销售对象、货物流转方式、结算方式、退换货方式等情况划分销售模式，具体情况如下：

销售模式	销售对象	货物流转方式	结算方式	退换货方式
经销模式	经销商	公司根据经销商需求发货至经销商指定仓库，由经销商向宠物门店等零售终端或消费者发货	买断式销售，经销商确认收货后公司确认收入	经销商直接向零售终端或消费者提供退换货服务
线上 B2C 模式	终端消费者	公司根据消费者订单直接发货给消费者	消费者确认收货后，公司确认收入	公司直接向消费者提供退换货服务
电商平台入仓模式	各电商平台	公司发货至电商平台指定的仓库，由电商平台向消费者发货	公司与主要电商平台采取定期结算机制，按照销售结算单进行最终结算	电商平台直接向消费者提供退换货服务
其他销售模式	宠物门店等零售终端、零星消费者	公司根据宠物门店的订单直接发货给宠物门店或销售给工厂附近的零星客户	宠物门店或零星客户确认收货后，公司确认收入	公司直接向宠物门店或零星消费者提供退换货服务

公司自主品牌业务销售模式的划分与同行业上市公司相比不存在重大差异，具体如下表如下：

公司名称	关于销售渠道/销售模式的描述	对应公司销售模式
中宠股份 (002891)	①直销的主要销售渠道是公司在京东、天猫开设的网络直营店及烟台工厂店。	线上 B2C 模式、其他销售模式中的工厂直销
	②电商渠道，如京东、亚马逊、E 宠商城、1 号店、波奇网等电商网站，或在淘宝等电商平台开设店铺销售产品的客户如金多乐等，其采购公司产品后通过网络销售产品给终端消费者；	电商平台入仓模式
	③商超渠道，如沃尔玛、大润发、欧尚、华润万家等连锁商超，其采购公司产品后直接销售给终端消费者；	公司不存在该种模式
	④专业渠道，专业渠道指面向各地宠物专门店、宠物医院的销售渠道，各地宠物食品用品经销商向公司采购产品，然后向所在地宠物专门店、宠物医院销售。对于部分有意向与公司长期合作的专业渠道客户，公司与其签订《经销商合同》，纳入经销商管理体系，提供销售支持，并向其下达销售任务；对于其他专业渠道客户，公司仅根据其订单向其销售产品，不签订《经销商合同》，不作为经销商管理。	经销模式
佩蒂股份 (300673)	①在线上渠道，公司已在天猫、京东、拼多多等电商平台开设线上品牌旗舰店或专营店，与 E 宠商城等专业电商签订深度合作协议。	线上 B2C 模式

公司名称	关于销售渠道/销售模式的描述	对应公司销售模式
	②线下销售方面，公司已与全国主要省市的区域代理商和批发商建立紧密合作关系，采取分渠道、结构扁平化的经销商策略，将产品辐射至各终端门店；同时与宠物连锁医院或宠物超市建立了独立直供合作。此外，公司已在京沪杭等地实施直营与代理商并行的线下经销模式。	经销模式、其他销售模式中直接销售给宠物门店等零售终端
乖宝宠物	①直销模式，直销模式下，公司直接面向终端消费者销售，消费者通过公司在电商平台的自营店铺下单，向电商平台或其指定的第三方支付机构支付货款，公司根据订单信息直接向消费者发货，在消费者确认收货后确认收入。	线上 B2C 模式
	②线下经销模式，公司线下经销模式为以买断式销售的方式合作区域经销商为主。	经销模式
	③线上入仓模式，公司该模式为面向京东自营销售的模式，公司向京东自营平台发货，由京东自营进行对外销售；线上寄售模式，公司该模式为面向天猫超市销售的模式，公司向天猫超市发货，由天猫超市进行对外销售。	电商平台入仓模式

综上，报告期内公司主要根据销售渠道、销售对象、货物流转方式、退换货方式以及结算方式等情况划分销售模式，具备合理性；与同行业可比公司相比，公司现有销售模式的划分不存在重大差异，符合行业惯例。

（2）经销模式

经销模式中，公司建立了扁平化经销体系，对经销商实行买断式销售。

公司建立了覆盖全国 31 个省、直辖市及自治区的全国性销售网络。公司根据经济发展、市场竞争、客户需求等因素确定销售区域及渠道，综合评估经销商资金实力、渠道控制力、仓储和物流配送能力、市场营销能力、风险管控能力等方面与经销商建立合作关系。经销商从公司买断式购入产品，并在协议约定的地域或者网络平台内将产品销售给当地宠物门店、宠物医院等零售终端或者终端消费者。公司一方面能够充分发挥经销商覆盖面更广的优势，借助经销商的渠道资源更有效地开拓和巩固市场，提升品牌知名度；另一方面能够简化公司管理，降低公司对终端渠道和网点的管理复杂度。

①公司经销商管理制度

公司已建立了成熟完善的经销商管理制度，公司向经销商提供定期培训、终端销售指导和各类促销支持等管理及营销手段，确保销售终端的运营效率和管理水平，制定了《经销商管理制度》等制度，建立健全了经销商的管理模式，具体

如下：

项目	制度内容
经销商开发与准入	公司的销售区域经理根据公司年度市场规划开发新的经销商，对经销商的发展规划、合作意愿、资金实力、渠道控制力、仓储和物流配送能力、市场营销能力、风险管控能力等进行综合评估，并将评估结果提交至销售总监审核。由销售总监审定通过的经销商，将与公司签订销售合同，成为公司的正式经销商。
销售价格管理	公司制定了产品价格体系，对不同品牌、系列、渠道的产品均规定了产品供货价格和建议零售指导价格。公司按照规定的产品供货价格向经销商供货，零售终端在面向终端消费者销售时，应执行公司规定的建议零售指导价。
结算方式及信用政策管理	线下经销渠道中，公司对经销商采取先款后货的结算方式，公司销售部门接受订单并确认订单信息后通知经销商付款，经销商预付全部货款后公司方组织发货。针对专注于线上经销渠道的经销商，公司与部分经销商约定了信用账期，经销商在合同约定的信用账期内向公司支付货款。经销商须通过本单位或本人账户，以银行汇款、电汇、转账等形式，将货款支付至公司指定银行账户。
质量保证约定	公司与经销商在经销协议中约定了质量保证相关条款，公司需要根据协议约定提供符合企业质量标准的合格产品。
退换货管理	公司对经销商的销售模式为买断式销售，公司仅承担因物流破损以及产品质量等原因造成的产品退换货。经销商应当在收到货物时当面检查货物是否外观良好且数量无误。如发现外包装破损等异常情况，应当向公司提出退换货申请，经公司确认为物流破损问题后，进行退换货处理，并由公司承担往返运费。因产品质量问题的退换货申请，按照公司的质量保证约定执行。
品牌使用规定	公司与经销商在合同中约定品牌授权内容，经销商在协议约定期限、授权区域内享有非排他性使用公司标识的权利。经销商承认公司标识所有权及其上任何权益、权利归属公司所有，经销商不得以公司向经销商发出的书面授权以外的方式使用公司标识。
销售返利政策	为鼓励经销商对公司产品加大市场开发力度，公司对完成销售目标的经销商给予相应的返利作为奖励。公司按考核周期、营销活动对经销商进行考核（考核周期通常为季度和年度），若经销商完成当期销售任务，公司则以经销商当期提货额的一定比例对其进行销售返利。
经销商市场推广管理	经销商只能在协议约定的授权经销范围内销售合同约定产品，经销商只能向其所在经销区域及渠道的终端门店客户报价和交易，以避免影响到其他经销商的合理利益或者扰乱当地的市场价格体系。
经销商支持政策管理	公司采取多项措施支持经销商市场推广及产品宣传，为经销商提供品牌定位、产品特征、市场营销等专业培训；邀请经销商一同参与行业展会等活动，对公司产品和技术进行推广和宣传。
经销商退出管理	公司销售区域经理根据每年度经销商的综合考评记录，结合经销商的业绩完成情况、市场营销能力、资金实力、风险管控能力、商业信誉等进行综合评估，并将评估结果提交至销售总监审核，经销售总监审定严重不合格的经销商，公司将与该经销商终止经销关系；若经销商提出终止经销关系，经销售总监批准，公司将与该经销商终止经销关系。

②报告期各期前五大经销客户基本情况

报告期内，公司前五大经销商客户的交易金额及占比具体如下表所示：

单位：万元

2022 年 1-6 月			
序号	经销商客户名称	金额	占当期经销收入的比例
1	义乌市卡捷电子商务商行	823.35	6.40%
2	天津瑞杰宠物用品有限公司	754.40	5.87%
3	郑州市惠济区合创宠物用品商行	478.36	3.72%
4	温州市鹿城区萌伸宠物用品店	473.36	3.68%
5	上海丰永商贸有限公司	404.11	3.14%
小计		2,933.57	22.82%
2021 年度			
序号	经销商客户名称	金额	占当期经销收入的比例
1	义乌市卡捷电子商务商行	1,301.72	5.39%
2	天津瑞杰宠物用品有限公司	1,233.65	5.11%
3	南和县兴宇宠物用品店	958.41	3.97%
4	上海家宠贸易有限公司	813.86	3.37%
5	郑州市惠济区合创宠物用品商行	762.87	3.16%
小计		5,070.51	20.99%
2020 年度			
序号	经销商客户名称	金额	占当期经销收入的比例
1	义乌市卡捷电子商务商行	1,406.09	8.32%
2	天津瑞杰宠物用品有限公司	1,000.01	5.92%
3	怀化市兴宠贸易有限公司	606.01	3.59%
4	南和县兴宇宠物用品店	585.90	3.47%
5	郑州市惠济区合创宠物用品商行	533.14	3.15%
小计		4,131.15	24.45%
2019 年度			
序号	经销商客户名称	金额	占当期经销收入的比例
1	义乌市卡捷电子商务商行	736.66	6.58%
2	海际（重庆）信息技术有限公司	438.07	3.91%
3	济南壹伴宠物文化传播有限公司	387.46	3.46%
4	天津市滨海新区爱心宠宠物用品经营部	316.43	2.83%
5	龙泉驿区西河镇博胜宠物用品经营部	312.85	2.79%
小计		2,191.46	19.57%

报告期内，公司前五名经销客户销售收入占当期经销模式收入的比例分别为

19.57%、24.45%、20.99%和 22.82%，公司对单个经销商的收入占比较为分散，主要原因系宠物食品行业终端销售客户主要为规模较小、分布较为分散的宠物门店等终端零售网点，因此公司经销商数量较多，且销售渠道及地域较为分散，公司能够充分发挥经销商渠道覆盖的优势，借助经销商的渠道资源更有效地开拓和巩固市场。

上述经销商客户的成立时间、注册资本、股权结构、主营业务、合作历史、结算方式、业务拓展方式等基本情况具体如下所示：

序号	客户名称	成立时间	注册资本 (万元)	主营业务	股权结构	合作历史	结算方式
1	义乌市卡捷电子商务商行	2019.02	-	宠物食品的批发销售	经营者孟泽龙	2018 年至今，合作之初以个人身份合作，林开元与孟泽龙系合作伙伴关系共同经营义乌卡捷	银行转账
	林开元			-			
2	天津瑞杰宠物用品有限公司	2020.07	100.00	宠物食品的批发销售	上海比瑞吉宠物用品股份有限公司持股 51.00%、朱砚杰持股 49.00%	2009 年至今，合作之初以朱砚杰个人身份合作	银行转账
	天津市滨海新区爱心宠宠物用品经营部	2019.03	-		经营者张杰（与朱砚杰系夫妻关系）		
	天津天诺宠物用品销售有限公司	2013.11	2,080.00		朱砚杰持股 96.15%、张杰持股 3.85%		
3	郑州市惠济区合创宠物用品商行	2017.10	-	宠物食品的批发销售	经营者闫世锋	2017 年至今	银行转账
4	南和县兴字宠物用品店	2018.12	-	宠物食品的批发销售	经营者鹿丁	2017 年至今，合作之初以鹿丁个人身份合作	银行转账
5	上海家宠贸易有限公司	2012.09	200.00	宠物食品的批发销售	高权威持股 90%、李素持股 10%	2019 年至今	银行转账
6	怀化市兴宠贸易有限公司	2011.04	100.00	宠物食品的批发销售	舒恒昭持股 66.67%、刘美清持股 33.33%	2019 年至今	银行转账
7	海际（重庆）信息技术有限公司	2018.09	5,000.00	宠物行业电商平台运营、宠物食品的批发、零售	重庆易宠科技有限公司持股 70.00%、丁宗梅持股 30.00%	2019 年至 2020 年	银行转账
8	济南壹伴宠物文化传播有限公司	2017.09	100.00	宠物食品的批发销售	王艾锋持股 52.00%、吴锐持股 40.00%、罗娟持股 8.00%	2016 年至今	银行转账
	济南悠贝宠物网络科技有限公司	2014.03	10.00	宠物食品的批发销售	王艾锋持股 50.00%、吴锐持股 50.00%		
9	龙泉驿区西河镇博胜宠物用品经营部	2016.09	-	宠物食品的批发销售	经营者罗平	2009 年至今，合作之初以罗平个人身份合作	银行转账
10	温州市鹿城区萌伸宠物用品店	2021.04	-	宠物食品的批发销售	经营者郑京来	2021 年至今，系经营者郑京来和吕天一共同设立经营。吕天一与公司在 2017 年建立合作开始经销公司自主品牌产品，曾以天台程宠物用品经营部、温	银行转账

序号	客户名称	成立时间	注册资本 (万元)	主营业务	股权结构	合作历史	结算 方式
						州市瓯海茶山禾呈宠物用品批发部等主体与公司合作。	
11	上海丰永商贸有限公司	2011.04	100.00	宠物食品的批发销售	唐传玉持股 99.00%、罗元军持股 1.00%	2019 年至今	银行转账

注：报告期内存在同一客户以同一控制的不同主体与发行人进行交易的情况，该等客户的销售金额已进行合并计算。

由上表可知，报告期内，公司主要经销商客户或其主要经营人员与公司合作历史相对较长，合作关系相对较为稳定。

对于上述经销商，公司主要通过业务员拜访、参加宠物行业相关展会、同行介绍等推广方式开拓经销客户，并借助经销商的渠道资源进一步开拓和巩固市场。

③报告期各期前五大经销客户变动原因

公司与主要经销商客户建立了稳定的合作关系，对主要客户销售业绩稳定良好，报告期内公司前五名经销商客户变化的情况及具体原因如下：

时间	事项	客户名称	变化原因
2022 年 1-6 月	2022 年 1-6 月较 2021 年前五名客户中新增客户的情况	温州市鹿城区蒯伸宠物用品店	2022 年 1-6 月，该客户成为公司前五名经销客户的主要原因系该客户主要面向拼多多等新型社交电商平台销售，受益于电商红利的爆发，消费者在电商平台的消费额逐年增长，推动了该客户采购量的增长。
		上海丰永商贸有限公司	2022 年 1-6 月，该客户成为公司前五名经销客户的主要原因系该客户为公司的线上经销商，一方面受益于电商红利的爆发，消费者在电商平台的消费额逐年增长，另一方面，该客户不断开拓电商渠道，旗下“丰永贝贝”品牌为各大电商平台的宠物用品知名畅销品牌。下游消费需求及完善的营销渠道推动了该客户采购量的增长。
	2022 年 1-6 月较 2021 年前五名客户中减少客户的情况	南和县兴宇宠物用品店	公司与该客户于 2017 年建立合作关系，近几年双方合作良好、合作关系稳定。2022 年 1-6 月其采购金额为 341.50 万元，排名第 6。2022 年 1-6 月该客户不再是公司前五名经销客户主要系公司其他经销商当年增长速度较快，其相对排名有所下降所致。
		上海家宠贸易有限公司	公司与该客户于 2019 年建立合作关系，近几年双方合作良好、合作关系稳定。

时间	事项	客户名称	变化原因
			2022 年 1-6 月其采购金额为 334.75 万元，排名第 7。 2022 年 1-6 月该客户不再是公司前五名经销客户主要系公司其他经销商当年增长速度较快，其相对排名有所下降所致。
2021 年	2021 年较 2020 年前五名客户中新增客户的情况	上海家宠贸易有限公司	2021 年该客户成为公司前五名经销客户的主要原因系该客户为公司的线上经销商，受益于电商红利的爆发，消费者在电商平台的消费额逐年增长，推动了该客户采购量的增长。
	2021 年较 2020 年前五名客户中减少客户情况	怀化市兴宠贸易有限公司	公司与该客户于 2019 年建立合作关系，近几年双方合作良好、合作关系稳定。 2019-2021 年其采购金额分别为 122.14 万元、606.01 万元及 634.14 万元，采购额保持稳定增长。 2020 年该客户不再是公司前五名经销客户主要系公司其他经销商当年增长速度较快，其相对排名有所下降所致。
2020 年	2020 年较 2019 年前五名客户中新增客户的情况	怀化市兴宠贸易有限公司	2020 年该客户成为公司前五名经销客户的主要原因系该客户为公司的线上经销商，受益于电商红利的爆发，消费者在电商平台的消费额逐年增长，推动了该客户采购量的增长。
		南和县兴宇宠物用品店	2020 年该客户成为公司前五名经销客户的主要原因系该客户既面向线下宠物门店销售又通过电商平台直接销售给消费者，受益于电商红利的爆发以及当地线下宠物门店的持续开发，推动了该客户采购量的增长。
		郑州市惠济区合创宠物用品商行	2020 年该客户成为公司前五名经销客户的主要原因系该客户为具有一定渠道资源和客户基础的经销商，同时在 2019 年承接原经销商郑州市金水区鹏宇宠物用品商行的渠道，推动了该客户采购量的增长。
	2020 年较 2019 年前五名客户中减少客户情况	海际（重庆）信息技术有限公司	2020 年该客户不再是公司前五名经销客户的主要原因系该客户为公司报告期内控股子公司思玛酷的经销商客户，2020 年公司转让思玛酷后不再属于公司客户。
		济南壹伴宠物文化传播有限公司	公司与该客户于 2016 年建立合作关系，近几年双方合作良好、合作关系稳定。 2019-2021 年其采购金额分别为 387.46 万元、398.14 万元及 389.98 万元，采购额整体保持稳定。 2020 年该客户不再是公司前五名经销客户主要系公司其他经销商当年增长速度较快，其相对排名有所下降所致。
		龙泉驿区西河镇博胜宠物用品经	公司与该客户于 2009 年建立合作关系，近几年双方合作良好、合作关系稳定。

时间	事项	客户名称	变化原因
		营部	2019-2021 年其采购金额分别为 312.85 万元、430.93 万元及 567.53 万元，采购额保持稳定增长。 2020 年该客户不再是公司前五名经销客户主要系公司其他经销商当年增长速度较快，其相对排名有所下降所致。

报告期内，上述经销商与发行人及其相关方不存在关联关系、亲属关系，不存在前员工成为发行人主要经销商的情形。

④发行人同行业可比上市公司采用经销商模式的情况

公司名称	采用经销模式情况
中宠股份	境内销售中，将直接对终端消费者的销售界定为直销，将不直接面对终端消费者的销售界定为经销。经销的主要销售渠道包括：电商渠道（如京东、亚马逊、1 号店、波奇网等电商网站，或在淘宝等电商平台开设店铺销售产品的客户如金多乐等，其采购公司产品后通过网络销售产品给终端消费者）、商超渠道（如大润发、欧尚、华润万家等连锁商超，其采购公司产品后直接销售给终端消费者）、专业渠道（指面向各地宠物专门店、宠物医院的销售渠道，各地宠物食品用品经销商向公司采购产品，然后向所在地宠物专门店、宠物医院销售）。
佩蒂股份	在国内市场主要销售自主品牌的产品，通过线上或线下渠道以自营或授权代理商方式进行批发或零售业务。
乖宝宠物	公司线下经销模式为以买断式销售的方式合作区域经销商为主。公司在收到线下经销商订单后将货品发至线下经销商指定仓库，一旦经销商确认收货，售出商品所有权由公司转移至经销商，
福贝宠物	公司自主品牌销售可分为经销模式、线上 B2C 模式、电商平台入仓模式和其他销售模式。

⑤经销商是否专门销售发行人产品

报告期内公司主要经销商不存在专门销售公司产品的情形，公司主要经销商除销售公司的产品外，亦销售其他公司的产品。

⑥经销商的终端销售及期末存货情况

报告期内，公司主要经销客户销售公司产品的终端销售流向主要包括宠物门店、宠物医院、电商平台消费者等。由于宠物食品属于典型的快消品，且公司与大部分经销商约定了先款后货的信用政策且非质量问题不允许退换货，经销商一般按需采购，库存周转相对较快。

⑦报告期内经销商分布情况及各期平均交易规模情况

报告期内，公司经销商各期数量分别为 405 家、295 家、309 家和 256 家。

其中，规模以上经销商（指三年一期合计销售额 50 万元以上）各期数量分别为 92 家、111 家、137 家和 121 家，合计销售收入占经销收入比例分别为 84.63%、95.46%、95.31%和 92.25%，占比较高。

其他经销商（指三年一期合计销售额 50 万元以下）各期数量分别为 313 家、184 家、172 家和 135 家，合计销售收入占经销收入比例分别为 15.37%、4.54%、4.69%和 7.75%，占比较低。

报告期内，经销商当期交易规模区间分布、经销商数量及平均交易规模情况具体如下：

单位：家，万元，%

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
规模以上经销商收入（a）	11,859.99	23,026.94	16,130.38	9,478.42
规模以上经销商家数（b）	121	137	111	92
规模以上经销商平均交易规模（a/b）	98.02	168.08	145.32	103.03
占当期经销收入的比例	92.25%	95.31%	95.46%	84.63%
其中：1）当期销售额 100 万元以上				
经销商收入	10,777.98	19,460.76	13,564.57	7,053.14
经销商家数	63	59	47	37
平均交易规模	171.08	329.84	288.61	190.63
占当期经销收入的比例	83.83%	80.55%	80.27%	62.98%
2）当期销售额 50-100 万元				
经销商收入	655.99	2,428.60	1,661.31	1,384.50
经销商家数	18	33	25	19
平均交易规模	36.44	73.59	66.45	72.87
占当期经销收入的比例	5.10%	10.05%	9.83%	12.36%
3）当期销售额 50 万元以下				
经销商收入	426.02	1,137.58	904.50	1,040.78
经销商家数	40	45	39	36
平均交易规模	10.65	25.28	23.19	28.91
占当期经销收入的比例	3.31%	4.71%	5.35%	9.29%
其他经销商收入	996.75	1,133.28	767.36	1,721.08
其他经销商家数	135	172	184	313
其他经销商平均交易规模	7.38	6.59	4.17	5.50

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
占当期经销收入的比例	7.75%	4.69%	4.54%	15.37%

注：2022 年 1-6 月规模以上经销商按照收入区间的分布家数已进行年化处理。

报告期内，公司规模以上经销商各期数量分别为 92 家、111 家、137 家和 121 家，2019 年-2021 年，公司规模以上经销商数量呈逐年上升趋势，2022 年 1-6 月，公司规模以上经销商数量较 2021 年略有下降，主要原因系公司淘汰部分未满足公司考核要求的经销商以及部分经销商因自身经营情况与公司终止合作，对经销收入影响较小。从规模以上经销商的收入区间来看，报告期内，当期收入在 100 万元以上的规模以上经销商家数分别为 37 家、47 家、59 家和 63 家，公司销售规模较大的经销商数量呈现逐年上升的趋势，公司经销商结构得到持续优化，公司充分利用该等经销商在客户资源、营销渠道等方面的优势，助力公司业务的发展。

报告期内，公司其他经销商各期数量分别为 313 家、184 家、172 家和 135 家。2019 年公司其他经销商数量较多，一方面系 2019 年公司控股子公司思玛酷业务发展中拓展较多中小经销商客户，2019 年思玛酷其他经销商数量共计 61 家，2020 年 2 月公司转让持有思玛酷股权后，该等经销商不再为公司直接客户；另一方面，公司 2019 年对自有品牌爱倍进行战略调整，推出多款新品系列，并淘汰部分产品系列，在产品升级替换的过程中，部分原有的爱倍品牌经销商因无法及时调整自身经营以适应品牌升级，与公司终止合作。同时，公司积极开发新的经销商，该等新增经销商在品牌推广初期采购金额较小，引致 2019 年公司其他经销商数量有所增加。

2020 年至 2022 年 1-6 月，公司其他经销商数量有所下降，主要系：在疫情以及原材料价格波动等因素影响下，公司加强巩固维护具有一定规模的优质经销商、培育并增强核心经销商的粘性，其他规模较小经销商因其自身经营原因或与公司经销商管理要求存在差距，双方合作逐步减少。

⑧报告期内经销商新增与退出情况

公司的经销收入主要由规模以上经销商贡献，为公司经销收入的主要来源。

报告期内，公司规模以上经销商数量增减变动的情况具体如下：

项目		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
当期新增合作的规模以上经销商销售情况	新增合作的规模以上经销商家数（家）	7	33	22	-
	新增合作的规模以上经销商当期收入（万元）	677.78	3,429.96	1,149.43	
	占当期经销收入比例	5.27%	14.20%	6.80%	
当期退出合作的规模以上经销商销售情况	退出合作的规模以上经销商家数（家）	-	23	7	3
	退出合作的规模以上经销商当期收入（万元）		1,471.52	306.86	433.85
	占当期经销收入比例		6.09%	1.82%	3.87%
规模以上经销商总体销售	当期规模以上经销商家数（家）	121	137	111	92
	当期规模以上经销商收入（万元）	11,859.99	23,026.94	16,130.38	9,478.42
	占当期经销收入比例	92.25%	95.31%	95.46%	84.63%
	当期经销收入（万元）	12,856.74	24,160.22	16,897.74	11,199.51

注 1：当期交易经销商数量=上期交易经销商数量-上期退出合作经销商+当期新增合作经销商。

注 2：经销商新增、退出数不包含同一控制下的经销商采购经营主体变更。

由上表可知，2020 年至 2022 年 1-6 月，公司新增合作的规模以上经销商家数分别为 22 家、33 家和 7 家，主要系：A.随着公司自主品牌产品品类的扩大和加强新市场的开发拓展，通过亚宠展等年度大型展览会等方式引入新的优质经销商；B.随着公司对宠物主粮消费重点区域如江浙沪地区进行销售区域的进一步细分和下沉，划分的经销区域单元更加细化，从而引致公司经销商数量增加；C.公司亦顺应电子商务的发展趋势，加大了线上经销商渠道的开拓。2020 年至 2022 年 1-6 月，规模以上的新增合作经销商销售收入占当期经销收入的比例分别为 6.80%、14.20%和 5.27%，公司对规模以上的新增合作经销商不存在重大依赖性。

报告期内，公司亦存在经销商退出合作的情况，主要系：A.部分原经销商因未满足公司考核要求或开发终端零售门店进度缓慢等原因而终止合作；B.部分原经销商因自身业务发展情况等自身经营原因选择与公司终止合作，在原有区域或渠道的老经销商终止合作后，公司选定新经销商；C.2020 年公司退出思玛酷持股，引致部分思玛酷规模以上经销商退出与公司合作关系。2019 年至 2021 年，公司规模以上的退出经销商销售收入占当期经销收入的比例分别为 3.87%、1.82%和 6.09%，占比较小，对公司经销收入的影响较为有限。

综上，报告期内，公司规模以上的经销商较为稳定，不存在大量新增和退出的情况。规模以上的经销商存续性强，是公司经销收入最主要的来源，收入占比在 80%以上，公司经销商布局合理。

⑨经销商是否存在大量个人等非法人实体

报告期内，公司经销商中的个人客户销售情况具体如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	占比	金额	占比
经销商个人客户收入	13.65	0.11%	26.23	0.11%	60.05	0.36%	252.80	2.26%
经销收入	12,856.74	100.00%	24,160.22	100.00%	16,897.74	100.00%	11,199.51	100.00%

注：上表统计口径不包括个人客户报告期内新设立个人工商户或者法人主体的情况。

报告期内，公司与经销商个人客户的交易金额分别为 252.80 万元、60.05 万元、26.23 万元和 13.65 万元，占经销收入的比重分别为 2.26%、0.36%、0.11% 和 0.11%，个人客户交易金额及其占经销收入的比例均呈下降趋势，公司对客户的管理规范性不断提升。

⑩经销商回款是否存在大量现金和第三方回款

报告期内，公司经销商回款不存在大量现金回款的情形，存在部分经销商客户由其公司法人、经营者近亲属等回款等第三方回款情形，具体情况详见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“八、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”。

（3）网络销售渠道

公司顺应互联网营销的发展浪潮，抓住电商消费普及的行业发展机遇，与天猫、京东等主流电商平台均建立了合作关系，并依托该等主流电商平台直接面向终端消费者推广自主品牌，进一步提升了公司自主品牌的影响力。报告期内，公司选择的主要合作的电商平台如下表所示：

销售模式	主要电商平台
线上 B2C 模式	 
电商平台入仓模式	 

①线上 B2C 模式

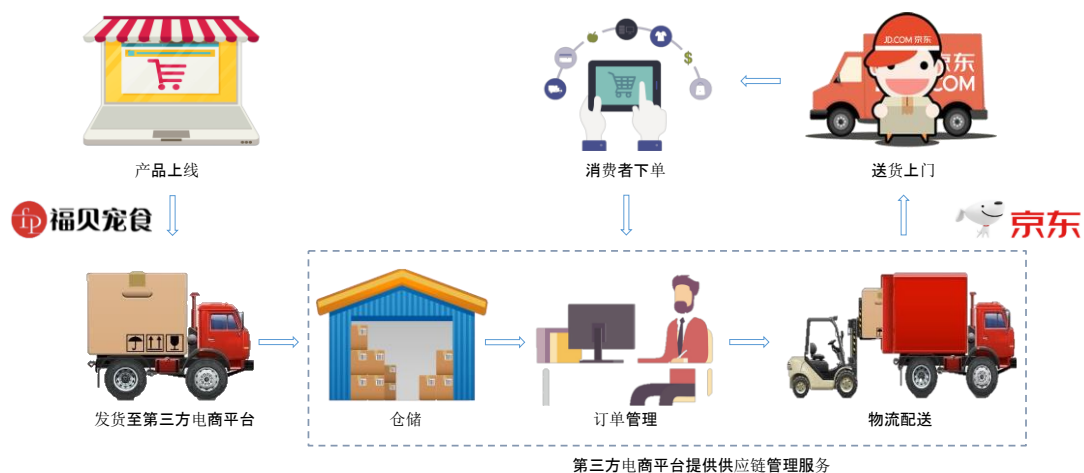
报告期内，公司主要通过第三方电商平台开展 B2C 模式的产品销售，并实现了对天猫、京东等主流电商平台的覆盖。公司主要通过入驻开设自主品牌旗舰店的模式与第三方平台开展合作，先后在天猫、京东开设了“比乐宠物用品旗舰店”、“比乐官方旗舰店”等自营旗舰店。在该等模式下，天猫、京东等第三方电商平台负责在线商城整体的推广和用户引流，公司则通过平台为消费者提供更具针对性的产品和优质的服务。公司通过第三方 B2C 平台进行产品销售的主要流程具体如下：

流程环节	主要业务内容
开设店铺	在天猫商城、京东等电商平台入驻，设立旗舰店并上线商品。
引入访客	公司电商营销中心通过推广流量、占据搜索资源位、品牌传播、官方活动等为店铺引入访客。
促进成交	电商营销中心通过品牌营销活动、客服推荐、接受消费者线上咨询等方式促进消费者下单，消费者通过向电商平台下单并付款确认购买行为。
ERP 系统处理	公司 ERP 系统对接前端旗舰店或专营店的消费者订单。
发货	公司物流部门结合订单信息委托第三方物流直接向消费者发货。
收货/售后环节	消费者收到货物后对货物及服务作出评价；如有售后问题，进入售后处理环节，按照退货或换货等方式进行处理。

②电商平台入仓模式

在电商平台入仓模式下，公司直接向电商平台仓储系统发出商品，后续由电商平台负责向终端消费者进行产品销售、发货及收取货款。报告期内公司与京东、考拉海购、天猫超市等电商平台的合作属于电商平台入仓模式。

在电商平台入仓模式下，公司开设的“福贝宠物食品官方旗舰店”、“比乐京东自营旗舰店”等店铺作为销售平台，公司负责产品的推广宣传及促销事宜，销售平台产生的全部订单由电商平台提供供应链管理服务。具体合作方式为公司委托第三方物流将产品发往电商平台的仓库，由电商平台负责仓储、订单管理及后续的物流配送。消费者直接向电商平台下单并付款，平台在收到消费者款项后通过其自有物流或第三方物流向消费者直接发货。该等模式下，公司产品主要的销售流程及实物流转情况具体如下：



报告期内，公司前五大入仓模式客户的交易金额及占比等具体如下表所示：

单位：万元

2022 年 1-6 月			
序号	客户名称	金额	占当期入仓模式收入的比例
1	上海晟达元信息技术有限公司	658.50	61.99%
2	北京京东世纪贸易有限公司	340.93	32.10%
3	杭州优买科技有限公司	62.82	5.91%
小计		1,062.26	100.00%
2021 年度			
序号	客户名称	金额	占当期入仓模式收入的比例
1	上海晟达元信息技术有限公司	1,499.90	81.01%
2	杭州优买科技有限公司	324.61	17.53%
3	北京京东世纪贸易有限公司	27.04	1.46%
小计		1,851.56	100.00%
2020 年度			
序号	客户名称	金额	占当期入仓模式收入的比例
1	上海晟达元信息技术有限公司	1,478.55	81.83%
2	杭州优买科技有限公司	313.74	17.36%
3	浙江天猫供应链管理有限公司	9.61	0.53%
4	有品信息科技有限公司	5.02	0.28%
小计		1,806.93	100.00%

2019 年度			
序号	客户名称	金额	占当期入仓模式收入的比例
1	上海晟达元信息技术有限公司	1,172.29	83.99%
2	杭州优买科技有限公司	208.37	14.93%
3	有品信息科技有限公司	15.04	1.08%
小计		1,395.70	100.00%

报告期内，公司与京东、考拉海购、天猫超市、小米有品等主流电商平台的合作属于电商平台入仓模式。

上述入仓模式客户的成立时间、注册资本、股权结构、主营业务、合作历史、结算方式、业务拓展方式等基本情况具体如下所示：

序号	客户名称	成立时间	注册资本	主营业务	股权结构	合作历史	结算方式
1	上海晟达元信息技术有限公司（京东平台）	2011.04	5,000.00 万美元	电商平台运营管理	京东商城香港商贸有限公司持股 100.00%	2011 年至今	与电商平台按照合同约定定期结算，公司在收到结算清单确认无误后开具发票，电商平台在收到发票后根据合同约定时间以银行转账等形式付款。
2	杭州优买科技有限公司（考拉海购）	2014.11	600.00 万美元	电商平台运营管理	天猫进出口环球购有限公司持股 100.00%	2018 年至今	
3	浙江天猫供应链管理有限公司（天猫超市）	2011.08	80,000.00 万元	电商平台运营管理	浙江天猫技术有限公司持股 100.00%	2020 年至 2021 年	
4	有品信息科技有限公司（小米有品）	2018.04	5,000.00 万元	电商平台运营管理	雷军持股 70.00%、黎万强持股 10.00%、洪锋持股 10.00%、刘德持股 10.00%	2019 年至 2020 年	
5	北京京东世纪贸易有限公司（京东平台）	2007.04	139,798.56 万美元	电商平台运营管理	京东香港国际有限公司持股 100.00%	2021 年至今	

上述入仓模式客户主要系国内主流的电商平台，公司通过品牌入驻的形式开设自主品牌旗舰店与电商平台开展合作，并通过使用第三方平台内标准化推广引流工具（如直通车、钻石展位、京准通等）进行推广拓展，获取终端消费者用户。

报告期内，公司与主要入仓模式客户京东等电商平台建立了稳定的合作关系，对主要客户销售业绩稳定良好。报告期内，公司与有品信息科技有限公司、浙江天猫供应链管理有限公司逐步减少合作，主要系公司基于品牌战略调整、产品销售情况等综合因素与该等客户减少合作。

③网络销售渠道中收入相关的内控流程

线上 B2C 模式、电商平台入仓模式下，公司基于淘宝、天猫、京东 FBP 等主流平台进行销售，业务模式均根据主流平台制定的政策及规则开展，公司利用专业电商订单管理系统（管易系统）及 ERP 系统等对收入确认、货款结算等进行内部控制，内部控制具有有效性。

线上 B2C 模式、电商平台入仓模式下，业务模式、收入相关内控流程如下：

模式	业务模式	收入相关内部控制
线上 B2C 模式	在天猫商城、京东等电商平台入驻，设立旗舰店并上线商品。公司电商营销中心通过品牌营销活动、客服推荐、接受消费者线上咨询等方式促进消费者下单，消费者通过向电商平台下单并付款确认购买行为。公司物流部门结合订单信息委托第三方物流直接向消费者发货。	公司主要采用专业电商订单管理系统管易系统辅助线上 B2C 的销售订单管理、物流、订单状态及对接用友 T+进行账务处理，月末财务部根据管易系统抓取的当月完成订单数据，并与出纳核对网店钱包资金无误后确认收入。
电商平台入仓模式	在电商平台入仓模式下，公司开设的“福贝宠物食品官方旗舰店”等店铺作为销售平台，公司负责产品的推广宣传及促销事宜，销售平台产生的全部订单由电商平台提供供应链管理服务。具体合作方式为公司委托第三方物流将产品发往电商平台的仓库，由电商平台负责仓储、订单管理及后续的物流配送。消费者直接向电商平台下单并付款，平台在收到消费者款项后通过其自有物流或第三方物流向消费者直接发货。	电商运营部定期登陆电商平台后台，进行结算操作，生成结算清单，财务部核对结算清单及库存数据，核对无误后，根据结算清单确认收入。

(4) 其他销售模式

公司其他销售模式主要包括直接面向宠物门店等零售终端的销售、工厂直销以及线上分销等。报告期内公司以区域为划分依据，上海区域不设立区域经销商，由公司直接面向零售终端进行销售，主要客户群体为宠物门店、宠物医院、小型商店等零售终端，由零售终端自行面向消费者进行销售。上海作为公司所在地的一线发达市场，公司希望将其打造为产品形象展示和销售示范的窗口，因此以上海区域作为新品首发上市、营销新策略试行的试验基地。由于该等零售终端的销售规模与辐射范围相对较小，公司根据该等零售终端的订单向其销售产品，在该等模式下，公司可以更直接迅速的获取终端消费者不断变化的需求，更加快捷地对市场作出反应。工厂直销由公司少量产品直接销售给零星客户。线上分销由公司根据分销商的订单信息将产品直接发送至消费者指定的收货地址。

2019 年至 2022 年 1-6 月，公司其他销售模式收入占主营业务收入比例分别为 2.39%、1.75%、1.69%和 2.11%，占比相对较低。

3、不同销售模式下收入确认的时点、依据和方法

销售模式/渠道		收入确认依据	收入确认的具体流程	收入确认时点
ODM/OEM 业务		销售合同/订单、客户提货委托书、签收单或者由提货人签字的送货单	公司在收到客户的订单后发货，客户收到产品后按照《送货单》检查到货明细，验收无误后签字确认。	根据客户签收或客户验收确认信息后确认收入。
经销模式		销售合同/订单、发货单、送货单、客户签收回单	公司在收到客户的订单后发货，客户收到产品后按照《送货单》检查到货明细，验收无误后签字确认。	根据客户签收或客户验收确认信息后确认收入。
网络渠道销售	线上 B2C 模式	线上平台订单、发货单、客户签收记录及客户确认收货记录	公司通过电商平台实现对外销售，公司在收到消费者订单后委托第三方物流公司发出产品，消费者收到产品后点击确认收货。	根据消费者签收（点击确认收货）或系统默认收货确认收入。
	电商平台入仓模式	销售合同、发货单、电商平台的结算清单	公司委托第三方物流公司将商品发往电商平台的仓库，消费者直接向电商平台下单并付款，电商平台在收到消费者款项后通过其自有物流或第三方物流向消费者直接发货。公司与电商平台采取定期结算机制。	根据合同约定的对账时间，收到电商平台的结算清单核对无误后确认收入。
其他销售模式		销售订单、发货单、送货单或者客户签收回单	公司在收到客户的订单后发货，客户收到产品后按照《送货单》检查到货明细，验收无误后签字确认。	根据客户签收或客户验收确认信息后确认收入。

4、不同销售模式下的交货时点、运费承担、验收程序、质量缺陷赔偿责任、产品三包责任、退货政策及各期退货金额、款项结算条款等

公司主要产品包括犬粮、猫粮等宠物干粮类主粮。报告期各期，公司各类销售模式下的交货时点、运费承担、验收程序、质量缺陷赔偿责任、产品三包责任、退货政策、款项结算条款等情况具体如下：

业务模式		交货时点	运费承担	验收程序	质量缺陷赔偿责任	退货政策	款项结算条款
ODM/OEM 模式		主要采用客户自提方式，公司在产品出库、将销货单交给客户授权提货人并取得提货人签字确认后完成交货；少部分客户由公司送到客户指定地点，在产品出库、送至客户指定地点并取得客户确认的签收单后完成交货	客户自提产品情况下运费由客户承担；公司负责送货的，运费由公司承担	提货方收到产品时，需立即进行验收，如遇数量、规格型号、外观质量有疑问时，应在收货当时告知，如在收货当时未向公司告知，则视为乙方默认产品数量、规格型号、外观质量都合格。	对产品有任何质量异议，需在收到货物的 15 天之内书面提出，公司给予退换货处理，超出 15 天未提出异议的，视同默认产品质量合格，如在保质期内产品出现品质问题，经公司确认属于生产制造原因的，且产品在储存运输过程中未受其他因素影响的，导致的退换货问题，由公司负责退换货处理。	公司对 ODM/OEM 客户的销售为买断式销售，公司仅承担因物流破损以及产品质量等原因造成的产品退换货。	主要采用下单预付 30%-50% 货款后安排生产，余款在产品交货前付清；少量客户公司根据其资信情况和合作年限等情况授予其 30-60 天的信用期限
自主品牌业务	经销模式	公司送货至客户指定地点，客户指定人员在送货单上签字后完成交货	公司承担运费	客户按照公司《送货单》内容和送货物流人员当面检查核对到货产品明细；如发现货物异常、短缺等现象应当场清点后报公司销售人员或客服人员，发现外箱异常的可开箱验收，经与送货方和公司确认签收方案后，应就异常情况在送货单上注明异常问题方可签收。验收无误的客户必须在送货单上签字确	公司产品如属于生产质量问题，经销商需列出具有质量问题的货物清单并由公司负责的销售经理签字确认后，公司审核同意后执行退换货手续。出现保质期内零售商、消费者或用户对产品质量问题投诉，经销商负责在 24 小时内给予退、换货等处理，保证终端顾客满意度，并当天取少量拆包的实物颗粒、包袋、现场照片等 1 包未拆包产品交由公司品管部鉴定。经公司对该产品样本质量鉴定后，确属出厂质量的，	公司对经销商的销售为买断式销售，公司仅承担因物流破损以及产品质量等原因造成的产品退换货。	线下经销渠道中，公司对经销商采取先款后货的结算方式，公司销售部门接受订单并确认订单信息后通知经销商付款，经销商预付全部货款后公司方组织发货。针对线上经销渠道的经销商，公司与部分经销商约定了信用账期和信用额度，按照信用额度和信

业务模式	交货时点	运费承担	验收程序	质量缺陷赔偿责任	退货政策	款项结算条款
			认并签署收货日期，一经签字确认的送货单则视为公司委托的物流方、公司、客户三方就本次送货验收及交付完成，物流方和公司将不再承担关于货物短少、缺失的责任。	公司有义务接受经销商对上述问题的退、换货要求，经销商配合公司物流部指定的运输公司完成退、换货工作；如判定属于经销商及签收后的存储或使用不当等，非出厂质量的问题，由经销商负责给予终端客户（包括消费者）退、换货。		用账期进行款项结算。
线上B2C模式	快递运输，消费者收货并在交易平台中点击确认收货或系统自动确认收货后完成交货	公司承担运费	消费者收到产品，检查产品、数量等方面与订单无误后，在交易平台上点确认收货或系统在规定期限后自动确认收货。	若消费者收货后发现产品、规格等与订单不符或存在包装破损等质量问题，在平台发起退换货申请，公司核实后为客户办理退换货业务，并承担退货风险和费用。	公司产品根据电商平台规定接受7天无理由退货或因质量问题造成的退货。	根据平台交易规则，消费者下单所预付的货款先由第三方支付平台管理，在消费者确认收货后，消费者支付的货款自动进入商家账户
电商平台入仓模式	公司委托第三方物流将产品发往电商平台的仓库，由电商平台负责仓储、订单管理及后续的物流配送。消费者直接向电商平台下单并付款，平台在收到消费者款项后向消费者送货，消费者签	公司承担运费	电商平台验收时，仅对产品类型、规格、数量、外包装等进行外观验收，外观验收不合格不能进入电商平台或其仓储服务商的仓库。	该模式下目前主要有京东和考拉海购两个平台。 京东：如果因公司商品质量问题而导致“京东”产生损失（包括且不仅限于经济或声誉上的损失），“京东”有权要求公司赔偿因此而产生的所有费用，并保留进一步追究公司相应责任的权利。 考拉海购：验收不合格的，有权要求公司更换、退货，如公司拒绝更换、退货的，考拉海	平台向消费者销售后，根据电商平台规定接受消费者7天无理由退货或因质量问题造成的退货，公司与平台货款结算时直接扣减退货产品金额。该模式下，公司发货至平台仓库的商品，平台拥有无条件退货至公司的权利。	京东FBP：公司与京东每10天为一个结算频次，结算金额以实际已向消费者销售产品的数量为依据，京东出具结算清单后，公司向其开具增值税专用发票后支付到公司京东钱包账户。 京东自营：商品销售完成30天，对账、

业务模式		交货时点	运费承担	验收程序	质量缺陷赔偿责任	退货政策	款项结算条款
		收后完成交货。			购有权拒绝安排所有产品上架销售，因更换或退货产生的费用由公司承担，如给考拉海购及其关联公司造成损失的，公司应负责赔偿。		开票后结算，结算单核定付款日起 7 个工作日付款。 考拉海购：公司与考拉海购按自然月结算，每月一次。结算金额以实际已向消费者销售产品的数量为依据，考拉海购出具结算清单后，公司向其开具增值税专用发票后支付到公司账户。
	其他模式	客户自提：公司在产品出库、将销货单交给客户并取得提货人签字确认时为交货时点；公司送货：公司在产品出库、送达客户指定地点并取得客户确认的签收单时为交货时点	客户自提产品情况下运费由客户承担；公司负责送货的，运费由公司承担	提货方收到产品时，需立即进行验收，如遇数量、规格型号、外观质量有疑问时，应在收货当时告知，如在收货当时未向公司告知，则视为乙方默认产品数量、规格型号、外观质量都合格。	对产品有任何质量异议，需在收到货物的 15 天之内书面提出，公司给予退换货处理，超出 15 天未提出异议的，视同默认产品质量合格，如在保质期内产品出现品质问题，经公司确认属于生产制造原因的，且产品在储存运输过程中未受其他因素影响的，导致的退换货问题，由公司负责退换货处理。	因公司产品的质量问 题，公司进行退换货 处理	主要采用先款后货 的结算方式

根据《部分商品修理更换退货责任规定》规定，公司产品不属于《实施三包的部分商品目录》中的商品，公司产品不在国家产品三包责任范畴内。报告期各期，公司各类业务模式下退货金额情况如下：

单位：万元

业务模式	2022 年 1-6 月			2021 年度			2020 年度			2019 年度		
	收入	退货 金额	退货 比例	收入	退货 金额	退货 比例	收入	退货 金额	退货 比例	收入	退货 金额	退货 比例
ODM/OEM 业务	32,288.59	7.37	0.02%	59,395.83	19.82	0.03%	38,194.86	138.72	0.36%	22,530.50	116.20	0.52%
自主品牌业务	20,190.30	67.59	0.33%	38,111.19	96.78	0.25%	28,189.62	54.13	0.19%	17,813.71	85.54	0.48%
合计	32,288.59	74.96	0.14%	97,507.02	116.60	0.12%	66,384.48	192.85	0.29%	40,344.21	201.74	0.50%

报告期各期，公司主营业务销售退货比例分别为 0.50%、0.29%、0.12%和 0.14%，占比较低，公司制定了严格的产品质量控制措施，产品质量稳定。

三、公司成立以来主营业务、主要产品和主要经营模式的演变情况

公司的主营业务为宠物食品的研发、生产与销售，主营产品包括犬粮、猫粮等宠物干粮类主粮。公司自设立以来，主营业务、主要产品和主要经营模式未发生重大变化。公司经历了宠物食品市场的迅速发展，客户数量的快速扩充，业务规模的持续增长，消费者口碑逐渐提升的发展历程。公司自成立以来主营业务发展、主要经营模式的演变情况具体如下：

发展阶段	业务发展过程
第一阶段 (2005 年-2011 年)	发展初期，公司注重宠物食品配方设计及生产工艺技术的积累，在长期研发、生产实践中拥有了较为丰富的技术沉淀与生产经验。作为优质的宠物食品生产企业，多个宠物食品品牌商寻求与公司的合作，公司成为该等品牌商客户的 ODM/OEM 代工企业。 此外，公司在成立之初即规划自主品牌发展策略，于 2006 年推出自主品牌“比乐”，积极布局国内市场。
第二阶段 (2012 年-2016 年)	为进一步发展自主品牌业务，公司实施“产销分离”的经营策略，于 2012 年成立销售公司上海福益，主要负责公司自主品牌的运营及销售。 公司持续加大对研发技术的投入，基于公司长期所积累的产品配方研发优势、生产工艺优势、质量管控优势以及自主品牌营销渠道的拓展，公司自有品牌业务得以迅速发展，自有品牌的口碑及知名度持续提升。
第三阶段 (2017 年-至今)	随着国内宠物食品需求量的持续提升及市场容量的扩张，公司凭借优异的产品研发能力、良好的产品质量及较高的市场知名度与国内中高端宠物食品品牌商进一步增强合作。2017 年公司与网易严选建立合作，成为网易严选宠物食品板块最主要的 ODM 厂商，助力国内自主品牌的发展。 此外，随着公司积极开拓线上和线下销售渠道，快速推陈出新，以自有品牌“比乐”为核心的公司产品在国内市场影响力不断增强。 近年来，公司业务规模持续增长，上海福智高端宠物食品智能制造基地建设并投产，公司核心竞争力进一步增强。目前公司已成为 ODM 业务与自有品牌协同发展的综合性宠物食品企业。

自设立以来，公司聚焦于宠物食品行业，主营业务、主要产品及主要经营模式未发生重大变化。

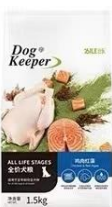
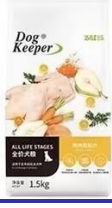
四、公司核心技术产业化及应用情况

（一）公司核心技术的產品应用情况

在宠物食品配方设计方面，公司高度重视自主创新和研发，根据宠物的品种、宠物年龄、宠物成长环境等个体差异因素，不断探索产品配方、产品品类及口味特点，不断追求和提升产品的营养均衡性和功能多元性，推陈出新，以满足不断变化和多元化的消费需求。

凭借对市场需求的精准掌握、配方工艺的严密论证和研发技术的投入，公司

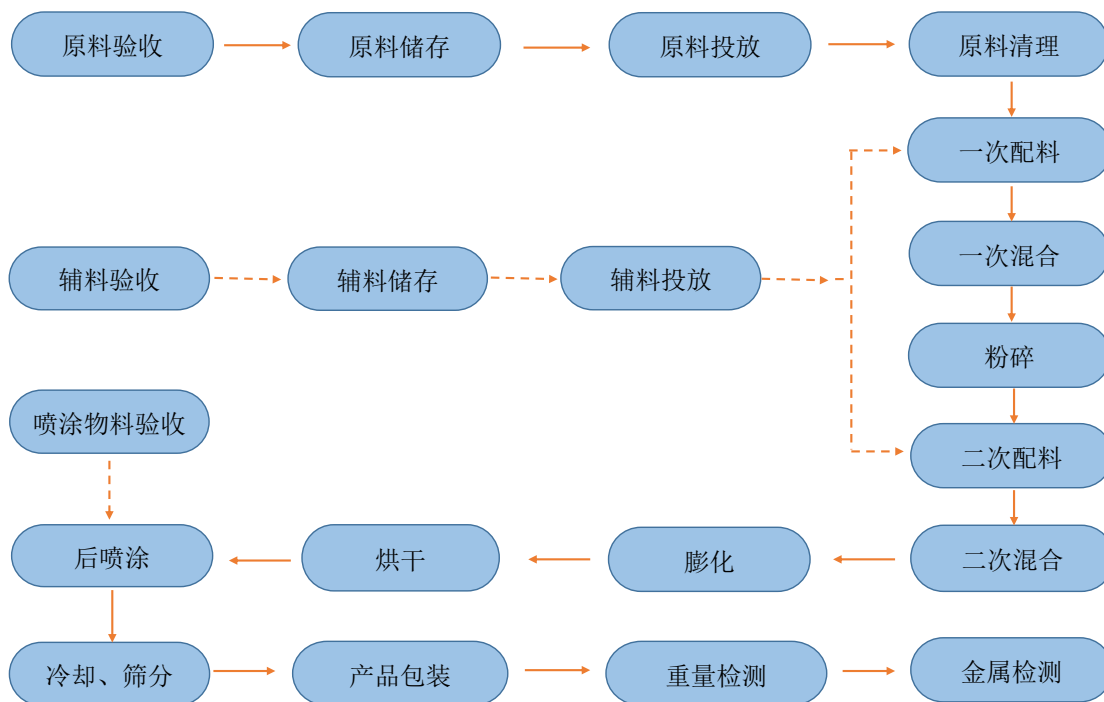
已研发设计并拥有多项宠物食品配方核心技术方案。依托该等核心设计方案，公司已向市场累计投放数百种产品品类，多款创新产品获得市场的高度认可。例如公司推出的以食材新鲜、低敏无谷、高钙高蛋白为设计理念的产品系列，具有营养价值高、适口性强的优点，是公司中高端宠物食品的代表之一；此外，公司还推出了多款在营养均衡的基础上，增加改善肠胃健康、美毛护肤、明目助长等功能特征的功能性产品，获得了良好的市场反应，有效地满足了多元化的宠物食品需求。

比乐产品系列	核心技术方案	产品特点	部分产品图例
比乐原味鲜系列	提高犬猫适口性系统解决方案、高鲜肉宠物食品营养方案	食材新鲜，加入冻干肉类，保留了食材原有的风味和营养，适口性强；添加丰富的果蔬颗粒，维生素矿物质含量高；高钙高蛋白，营养价值较高；适宜的颗粒大小和硬度，符合宠物的采食习惯。	
比乐极速鲜系列	改善宠物粪便质量配方设计方案、改善宠物肠道健康营养方案	主打改善宠物肠胃健康问题。添加果寡糖，能够调节肠道微生态平衡；添加丝兰粉，含丝兰皂苷，减轻便臭；添加西芹，含膳食纤维，利于提高粪便成型度，通肠通便；添加酵母，有利于维持肠道微生物稳态。	
比乐守护者系列	改善毛色配方设计方案	主打改善宠物皮毛问题。添加红藻，含海藻多糖与铜、铁等多种矿物质，利于巩固毛色，靓丽毛发；添加卵磷脂，所含的肌醇和磷脂是皮肤细胞膜的主要组成部分，能够滋养皮肤；添加维生素 E，能够帮助锁住皮肤水分，维护皮肤环境。	
	提高宠物眼部健康的营养方案	主打改善宠物泪痕问题。添加梨干，清润下火，富含维生素 C、多糖与植物纤维，营养丰富、缓解泪痕；添加胡萝卜，富含黄醇与胡萝卜素，满足维持视力营养需求。	

在生产工艺技术方面，公司多年来深耕宠物食品挤压膨化工艺，研发技术人员不断对生产工艺参数进行优化调整，并掌握挤压膨化制备宠物食品技术、真空后喷涂添加技术、冻干工艺技术等技术，该等核心生产工艺技术使得制成的产品熟化度高，营养损失少，质地均匀、性状稳定，同时具有更安全无害、易消化吸收等优点。

（二）公司主要产品的工艺流程图及核心技术的应用

公司主要产品包括犬粮、猫粮等宠物干粮类主粮。犬粮与猫粮两者之间除配方成分等差异外，其主要生产工艺流程相似。公司目前主要采用宠物干粮食品最主要的挤压膨化的宠物食品制备工艺。具体工艺流程如下：



公司部分核心技术在上述工艺流程中的具体使用情况及效果具体如下表：

核心技术类别/名称	对应工艺流程节点	使用情况
宠物食品配方设计方案	原料投放、一次配料、二次配料环节	根据公司设计的不同宠物食品配方方案，把原料按照一定比例进行配料，公司配料环节全部通过系统自动化、机械化完成，降低差异率，确保实现精准配比。
挤压膨化制备宠物食品技术	膨化环节	该技术利用挤压膨化机进行宠物食品的制备，通过特制的螺旋结构有效增加剪切力，与挤压膨化设备的螺杆转速、喂料速度、螺杆温度设置和膨化腔内压力控制等参数配合，针对不同原料配比设置最优工艺参数，使得制成的产品颗粒膨化度高，质地均匀、性状稳定。
粉碎工序参数控制技术	粉碎环节	该技术配合使用普通粉碎和超微粉碎工艺，根据宠物品种、宠物不同生长阶段的消化生理特性、宠物食品中原料的品种和占比，控制最佳粉碎细度。通过对粉碎室温度的精准控制，有效减少由于粉碎过程中高速撞击产生的高温对营养物质造成的损失。
真空后喷涂添加技术	后喷涂环节	油脂和酶制剂等有利于促进宠物进食和营

核心技术类别/名称	对应工艺流程节点	使用情况
		养物质的消化吸收，采用真空后喷涂添加技术绕开高温制粒工序，将油脂或添加剂喷涂到冷却后的成品颗粒饲料表面，能完整地保持酶活，在负压作用下，油脂能够更均匀的分布在颗粒内外，提高宠物食品的新鲜度和保质期。
冻干工艺技术	喷涂物料验收、后喷涂环节	该技术使用真空冻干工艺，将宠物食品在极其低温的环境中脱水，水分从固态直接转化为气态，不需要中间转化为液体状态。在这个过程中产品会保持原来的大小和形状，去除水分防止宠物食品在常温下变质，营养物质能得到最大程度的保留。通过超高压灭菌前处理方式有效控制微生物的滋生，避免后期辐照造成的营养物质流失。

五、公司主要经营数据与业务指标的变动情况

（一）公司业务规模持续增长的原因及合理性分析

报告期内，公司营业收入分别为 40,495.91 万元、66,407.27 万元、97,837.02 万元及 52,490.17 万元，2019-2021 年营业收入的复合增长率达 55.43%，业务规模增长较快。报告期内公司业务规模增长的原因分析如下：

1、国内宠物食品市场需求旺盛，发展前景广阔，市场供求关系良好

公司所处宠物食品行业的下游主要面向终端消费市场，消费者主要为宠物饲养人群，宠物食品行业的市场规模主要受两个因素的影响——宠物数量规模和宠物食品渗透率。一方面，随着我国国民经济的快速发展、人均收入水平的提高，我国居民饲养宠物数量快速增长。根据 Frost & Sullivan 预测，2019 年我国养宠家庭占比约 22.8%，预计到 2024 年，养宠家庭渗透率将达到 29.9%。宠物渗透率的提升将带动包括国内宠物食品在内的宠物行业整体市场容量的增大。另一方面，随着我国消费者科学养宠理念的不断普及，越来越多的宠物主选择购买专业宠物食品喂养宠物。根据中国产业信息网等公开数据显示，我国专业宠物食品的渗透率仅为 22%，距离发达国家 90%以上渗透率仍有较大提升空间。在两个因素的结合下，国内宠物食品行业市场空间仍将保持快速增长趋势。

2、近年来宠物食品的国产替代率快速提升

宠物食品行业最早起源于国外，早期在宠物食品渗透率不高的情况下，选择使用宠物食品喂养的宠物主对产品质量、品牌的要求较高，倾向性选择进口品牌。

随着国内宠物食品生产商通过代工等方式逐步积累配方、工艺，具备了发展自主品牌宠物食品的基础。近年来国内宠物食品品牌通过线上、线下渠道的优势占领市场，国产化率快速提升。根据 2020-2022 年天猫“双十一”大快消数据统计显示，销售额排名前十的宠物食品品牌以国产品牌为主。

3、公司作为市场地位领先的国内宠物食品生产企业，在国产宠物食品快速发展过程中率先受益

公司自成立以来即从事宠物食品的研发、生产与销售，致力于为宠物提供健康、安全的优质宠物食品和科学喂养方案。公司积累了先进的生产工艺与产品配方技术，现已成为国内综合优势领先的宠物食品制造企业，公司在研发技术、产品质量管控、智能化专业化生产制造、品牌口碑、营销服务等方面均具有显著的竞争优势，市场地位突出。公司自成立起即开始布局发展自主品牌，在多年的发展过程中已经建立了完善的销售渠道和良好的消费者口碑，在国产粮替代进口粮的过程中率先受益，市场占有率逐步提升。

除因市场自然增长及先入优势外，公司报告期内业务规模快速增长的原因还包括公司品牌战略的调整及产能的提升，具体分析如下：

1、客户及品牌战略调整

报告期内，公司产品的定价机制整体保持稳定，单一产品的销售价格整体保持稳定，不存在大幅度提高产品销售单价的情形，公司业务规模的快速增长来源于公司主要客户及产品结构的优化调整。报告期内，公司 ODM/OEM 模式下中高端产品的需求量不断提升，优质客户如网易严选等客户的销售占比不断提升。此外，随着公司中高端自主品牌比乐系列市场知名度与品牌口碑度的提升，公司加大了该品牌系列产品的拓展力度，公司比乐系列产品的销售占自主品牌业务收入的比例从 74.59%提升至 92.68%，占比不断提升。

2、公司产能利用率和产销率保持较高水平，带动公司业绩的快速发展

报告期内，公司自有产能利用率分别为 89.41%、112.34%、111.00%及 104.33%，除 2019 年宣城工厂因能源切换、产品结构调整等因素进行产线技改，引致自有产能利用率略有下降外，报告期内公司自有产能利用率均保持较高水平。报告期内，公司产品的产销率分别为 99.72%、97.34%、100.18%及 100.46%，

产销率保持在较高水平。

（二）公司猫粮产品增长较快的原因及合理性分析

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	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
犬粮	23,166.75	44.14%	44,272.26	45.40%	34,007.34	51.23%	24,915.16	61.76%
猫粮	28,694.04	54.68%	52,177.29	53.51%	31,598.16	47.60%	14,895.37	36.92%
其他产品	618.11	1.18%	1,057.47	1.08%	778.98	1.17%	533.68	1.32%
主营业务收入	52,478.90	100.00%	97,507.02	100.00%	66,384.48	100.00%	40,344.21	100.00%

1、养猫数量逐年增长，猫粮市场需求旺盛

近年来随着养猫热潮的兴起，越来越多人将宠物猫作为养宠选择，由于宠物猫相比于宠物犬具有喂养更加便利、相对干净且不需要占用太多时间等优点，宠物主的饲养负担更小，年轻养宠人群对宠物猫的关注度逐步提升，饲养宠物猫的数量呈现高速增长。根据《中国宠物行业白皮书》的相关数据统计显示，2019年至2021年，全国城镇宠物犬数量由5,503万只增长至5,429万只，宠物猫数量由4,412万只增长至5,806万只，宠物猫数量增长超过宠物犬。

根据 Euromonitor 的数据统计，2019年至2021年，我国宠物猫粮市场规模分别为170亿元、216亿元和263亿元，平均增速为27%；2019年至2021年，我国宠物犬粮市场规模分别为185亿元、210亿元和218亿元，平均增速为13%。猫粮的市场规模增速高于犬粮，市场规模于2020年超过犬粮的市场规模。

因此，公司猫粮收入的大幅增长得益于养猫数量的增长以及猫粮旺盛的市场需求，与行业发展状况相匹配。

2、ODM/OEM 模式下客户采购结构变化

报告期内，公司 ODM/OEM 客户对猫粮的需求量持续增长，公司主要 ODM 客户报告期内对猫粮的采购金额及采购占比不断提升。报告期内，公司 ODM/OEM 模式下猫粮收入及占比情况具体如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
ODM/OEM 模式收入	32,288.59	59,395.83	38,194.86	22,530.50
其中猫粮收入	23,746.55	43,148.83	25,035.84	10,710.74
猫粮收入占比	73.54%	72.65%	65.55%	47.54%

由上表可知，公司 ODM/OEM 模式下，猫粮的销售收入占比从 47.54% 提升至 73.54%，公司 ODM/OEM 客户对猫粮的需求量持续增长。

六、公司主要业务符合产业政策和经济发展战略

（一）公司所处行业分析

公司的主营业务为宠物食品的研发、生产与销售。根据国民经济行业分类（GB/T4754-2017），公司所处行业属于“农副食品加工业”中的“宠物饲料加工”（代码：1321）。

（二）公司主要业务符合产业政策和经济发展战略

根据《国务院关于加强培育和发展战略性新兴产业的决定》（国发〔2010〕32 号）的规定，战略性新兴产业是以重大技术突破和重大发展需求为基础，对经济社会全局和长远发展具有重大引领带动作用，知识技术密集、物质资源消耗少、成长潜力大、综合效益好的产业，包括：新一代信息技术产业、高端装备制造产业、新材料产业、生物产业、新能源汽车产业、新能源产业、节能环保产业、数字创意产业、相关服务业等 9 大领域。

《战略性新兴产业分类（2018）》（以下简称“《产业分类》”）以现行《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017）为基础，对其中符合“战略性新兴产业”特征的有关活动进行再分类；并在《重点产品和服务目录》中给出对应的重点产品和服务。根据《产业分类》，公司所处行业“宠物饲料加工”（代码：1321）对应归属于战略性新兴产业分类名称中的“4. 生物产业”之“4.3.4 生物饲料制造”；公司的主营产品宠物食品对应《重点产品和服务目录》中的“宠物生物饲料”。

综上，公司所处行业属于战略性新兴产业中的生物产业领域，公司主营产品属于战略性新兴产业重点支持的产品与服务。

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目

标纲要》提出，发展壮大战略性新兴产业。着眼于抢占未来产业发展先机，培育先导性和支柱性产业，推动战略性新兴产业融合化、集群化、生态化发展，战略性新兴产业增加值占 GDP 比重超过 17%。推动生物技术和信息技术融合创新，加快发展生物医药、生物育种、生物材料、生物能源等产业，做大做强生物经济。

《“十四五”生物经济发展规划》提出，重点围绕生物育种、生物肥料、生物饲料、生物农药等方向，推出一批新一代农业生物产品，建立生物农业示范推广体系，更好保障国家粮食安全、满足居民消费升级和支撑农业可持续发展。

《“十四五”全国畜牧兽医行业发展规划》提出，做强现代饲料工业。加快生物饲料、安全高效饲料添加剂等研发应用，提升饲料产品品质和利用效率。鼓励饲料企业强化技术创新和经营模式创新，实施全产业链、全球化发展战略，打造具有国际影响力的知名品牌和企业。

综上，公司所处行业归属的生物饲料产业属于国家十四五规划战略部署的产业领域，符合国家经济发展战略。

七、公司所处行业的基本情况

（一）行业主管部门、监管体制、主要法律法规及产业政策

1、行业分类

公司的主营业务为宠物食品的研发、生产与销售。根据国民经济行业分类（GB/T4754-2017），公司所处行业属于“农副食品加工业”中的“宠物饲料加工”（代码：1321）。

2、行业主管部门及监管体制

公司所处宠物饲料加工行业的主管部门主要为国家发改委、农业农村部 and 海关总署，行业自律组织主要为中国饲料工业协会、中国优质农产品开发服务协会、中国出入境检验检疫协会和中国礼仪休闲用品工业协会宠物产业分会。

国家发改委主要承担行业发展的宏观管理职能，负责产业政策的研究制定、行业的管理与规划等；农业农村部负责制定行业的相关方针政策和总体规划，拟订行业的部门法规，发布行政规章，组织制定行业的技术政策、技术体制和技术标准等；海关总署主要承担行业相关产品的出入境检验检疫工作。

中国饲料工业协会的主要职能为协助行政主管部门拟定本行业有关的法律法规和政策建议，提供信息咨询服务以及宣传普及饲料工业基本知识；中国优质农产品开发服务协会的主要职能为组织农产品质量方面的行业标准和国家标准的制定与实施；中国出入境检验检疫协会的主要职能为订立出入境检验检疫的法规行约，提供检验检疫技术、方法以及标准的培训和咨询服务；中国礼仪休闲用品工业协会宠物产业分会的主要职能为开展宠物产业领域的国家和行业品牌培育，受政府委托承办或根据市场和行业发展需求，组织企业参加宠物产业领域的全国性专业展览会，组织国际性和行业性重点技术交流和经济贸易活动及会议等。

以上主管部门和行业协会构成了宠物饲料加工行业的管理和自律体系，各宠物饲料加工企业在主管部门的产业宏观调控和行业协会自律规范的约束下，面向市场自主经营，自主承担市场风险。

3、行业主要法律法规及产业政策

（1）主要法律法规

公司所处宠物饲料加工行业生产经营涉及的主要法律、法规具体如下：

序号	法律法规名称	发布单位	颁布时间	相关内容
1	《进出口饲料和饲料添加剂检验检疫监督管理办法》	海关总署	2018.11	该办法按照饲料产品种类分别制定进口饲料的检验检疫要求，有利于规范进出口饲料和饲料添加剂的检验检疫监督管理工作，提高进出口饲料和饲料添加剂安全水平。
2	《宠物饲料管理办法》	农业农村部	2018.04	该等文件对宠物饲料生产企业经营管理进行了较为全面的规范，对饲料生产许可证、饲料添加剂品种及安全使用规范、生产企业的管理制度、产品安全质量检测、产品标签等相关问题进行规范。
3	《宠物饲料生产企业许可条件》			
4	《宠物饲料标签规定》			
5	《宠物饲料卫生规定》			
6	《宠物配合饲料生产许可申报材料要求》			
7	《宠物添加剂预混合饲料生产许可申报材料要求》			
8	《饲料原料目录》	农业农村部	2018.04	该目录规定饲料生产企业所使用的饲料原料均应属于本目录规定的品种，并符合本目录的要求。
9	《饲料和饲料添加剂生产许可管理办法》	农业农村部	2017.11	该条例旨在加强饲料、饲料添加剂生产许可管理，维护饲料、饲料添

序号	法律法规名称	发布单位	颁布时间	相关内容
				加剂生产秩序，保障饲料、饲料添加剂质量安全。
10	《饲料质量安全管理规范》	农业农村部	2017.11	该条例规定饲料质量安全管理的制度，包括原料采购与管理、生产过程控制、产品质量控制、产品投诉与召回和培训等问题。
11	《饲料和饲料添加剂管理条例》	国务院	2017.03	该条例旨在加强对饲料、饲料添加剂的管理，提高饲料、饲料添加剂的质量，保障动物产品质量安全。
12	《中华人民共和国农业法》	全国人民代表大会常务委员会	2012.12	该法律对饲料和饲料添加剂的生产经营活动进行了全局性、原则性的规定。

（2）公司所处行业主要产业政策及行业标准如下：

序号	名称	发布单位	颁布时间	相关内容
主要产业政策				
1	《战略性新兴产业分类（2018）》（国家统计局令第 23 号）	国家统计局	2018.11	该分类以国家战略性新兴产业发展政策为指导，以现行《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017）为基础，在分类中明确宠物饲料加工属于战略性新兴产业。
2	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》	国务院	2021.03	推动生物技术和信息技术融合创新，加快发展生物医药、生物育种、生物材料、生物能源等产业，做大做强生物经济。发展壮大战略性新兴产业。着眼于抢占未来产业发展先机，培育先导性和支柱性产业，推动战略性新兴产业融合化、集群化、生态化发展。
3	《“十四五”生物经济发展规划》	国家发展改革委	2021.12	重点围绕生物育种、生物肥料、生物饲料、生物农药等方向，推出一批新一代农业生物产品，建立生物农业示范推广体系，更好保障国家粮食安全、满足居民消费升级和支撑农业可持续发展
4	《“十四五”全国畜牧兽医行业发展规划》	农业农村部	2021.12	做强现代饲料工业。加快生物饲料、安全高效饲料添加剂等研发应用，提升饲料产品品质和利用效率。鼓励饲料企业强化技术创新和经营模式创新，实施全产业链、全球化发展战略，打造具有国际影响力的知名品牌和企业
5	全国乡村重点产业指导目录（2021 年版）	农业农村部乡村产业发展司	2021.09	为促进乡村产业振兴，制定重点产业指导目录其中包含了宠物饲料加工业。

序号	名称	发布单位	颁布时间	相关内容
6	《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》	国务院	2016.11	提出以产出高效、产品安全、资源安全、环境友好为目标，创制生物农业新品种，创制可替代抗生素的新型绿色生物饲料和高效生物肥料产品。
7	《全国饲料工业“十三五”发展规划》	农业农村部	2016.10	提出饲料工业“十三五”发展的总体目标是饲料产量稳中有增，质量稳定向好，利用效率稳步提高，安全高效环保产品快速推广，饲料企业综合素质明显提高，国际竞争力明显增强。工业饲料总产量预计达到2.2亿吨，其中宠物饲料120万吨。
8	《全国农业现代化规划（2016-2020年）》	国务院	2016.10	提出到2020年全国农业现代化取得明显进展，国家粮食安全得到有效保障，农产品供给体系质量和效率显著提高，发展安全高效环保饲料产品，加快建设现代饲料工业体系。
9	《国务院关于加快培育和发展战略性新兴产业的决定》（国发〔2010〕32号）	国务院	2010.10	要着力培育生物育种产业，积极推广绿色农用生物产品，促进生物农业加快发展。推进生物制造关键技术开发、示范与应用。
主要行业标准				
10	《宠物配合饲料（全价宠物食品）标准综合体团体规范》	中国优质农产品开发服务协会	2019.07	规定宠物配合饲料相关术语和定义、生产许可条件、产品工艺流程、原料和添加剂、产品技术研发、质量控制管理、产品储存运输、环保污染防治、产品营销出口、品牌运营维护、重要保障措施、标准实施管理等。
11	《宠物零食标准综合体团体规范》	中国优质农产品开发服务协会	2019.07	规定宠物零食相关术语和定义、厂区建设要求、产品分类及工艺流程、原料和添加剂、产品技术研发、质量控制管理、产品储存运输、环保污染防治、产品营销出口、品牌运营维护、重要保障措施、标准实施管理等。
12	《中华人民共和国国家标准：全价宠物食品犬粮（GB/T31216-2014）》	国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会	2014.08	规定全价宠物食品犬粮的术语和定义、要求、试验方法、检验规则、标签以及包装、运输、贮存和保质期。
13	《中华人民共和国国家标准：全价宠物食品猫粮（GB/T31217-2014）》	国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会	2014.08	规定全价宠物食品猫粮的术语和定义、要求、试验方法、检验规则、标签以及包装、运输、贮存和保质期。
14	《中华人民共和国国家标准：宠物干粮食品辐	国家质量监督检验检疫	2008.11	规定了辐照宠物干粮食品的辐照前要求、辐照、辐照后技术指标、试

序号	名称	发布单位	颁布时间	相关内容
	照杀菌技术规范 (GB/T22545-2008)》	总局、国家标 准化管理 委员会		验方法、标识和运输、贮存的技术 规范。

4、行业管理体制及行业政策对发行人的影响

国家政策大力支持公司所处的宠物饲料加工行业。农业农村部于 2018 年出台的《宠物饲料管理办法》等 6 大规范性文件是行业监管部门首次正式颁布专门适用于宠物饲料的规范性文件，中国成为世界上为数不多的针对宠物食品制定专门法规的国家之一，具有里程碑式的意义，对行业发展起到规划和监管等宏观调控作用，有助于行业健康有序发展，为公司经营发展提供良好的外部环境。

（二）公司所处行业的基本情况与发展态势

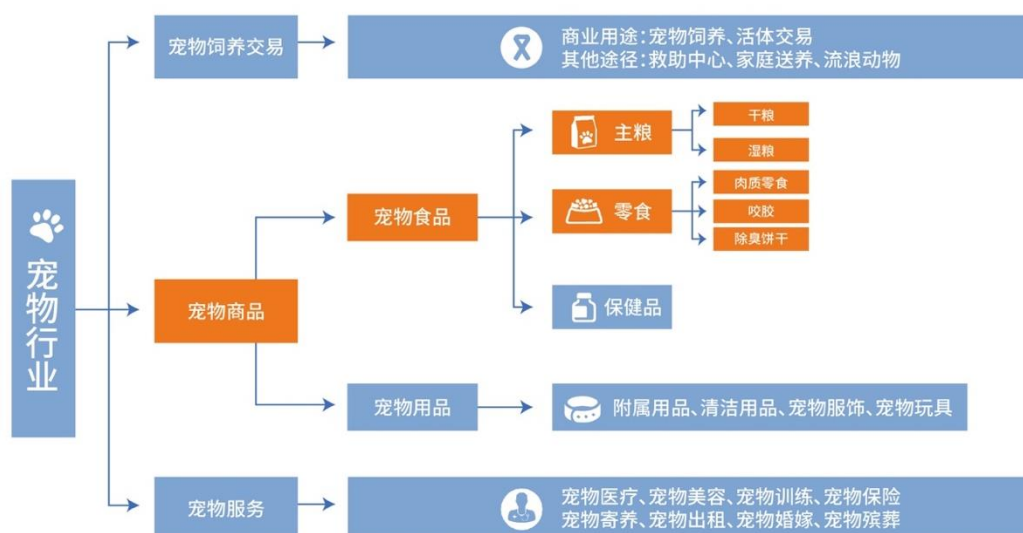
公司主要从事宠物食品的研发、生产与销售。本部分行业基本情况介绍主要围绕宠物行业及宠物食品子行业展开。

1、宠物行业发展概况

（1）宠物行业概况

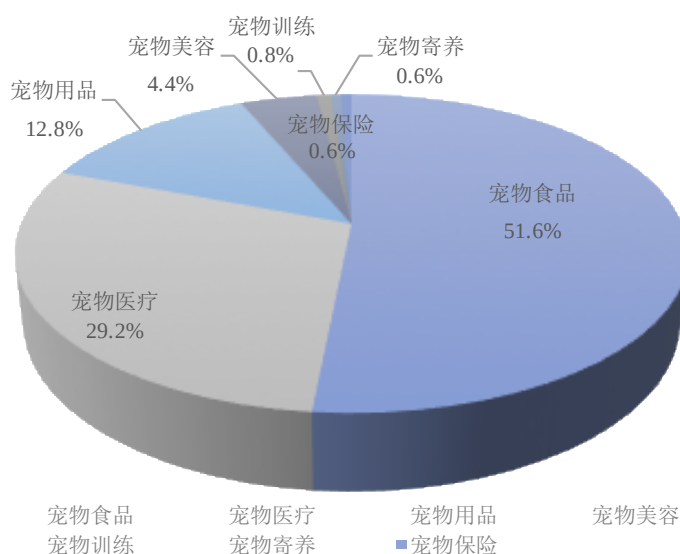
宠物是指凡是人工养殖的非食用的供观赏、娱乐、休闲、陪伴等服务的陆生、水生动物。其中，宠物犬和宠物猫无论是在家庭拥有率、规模还是消费者偏好方面都占据着绝大部分市场。1860 年美国电气工程师 James Spratt 发明了专门的宠物食物，1922 年宠物食品马肉宠物罐头在美国实现工业化生产，标志着宠物行业由最初的零散式状态，进入了工业化生产阶段并实现宠物行业产业化。

随着社会经济发展和城市化进程加速，民众物质生活不断改善，社会老龄化、独生子女家庭普及等客观因素的突出，使得民众开始寻求情感与精神的慰藉与寄托，而宠物具备缓解人类压力、不向人类主动提出诉求等特点，逐步得到大众的青睐。近年来，宠物行业产业链逐渐清晰、完善，子行业种类日益丰富。宠物行业主要包括宠物饲养、宠物交易、宠物食品、宠物用品、宠物医疗、宠物美容、宠物训练、宠物保险以及宠物殡葬等一系列商品和服务链条，各部分具有各自独特的行业特点，已分别发展成独立的子行业。



宠物商品、宠物服务是宠物行业主要的两个子行业。宠物商品是指能够供给市场，被宠物使用和消费，并能满足其某种需求的实体产品。人与宠物间的关系日益浓厚，宠物饲养主已不仅仅满足于保证宠物的基本生命，并演化出宠物营养美容、宠物沟通互动等全方位、多层次的需求，使得宠物相关的商品种类日渐丰富。宠物服务是向宠物主和宠物提供满足其日常生活和心理需求的服务。越来越多的宠物主愿意支付费用为宠物提供类人化的生活方式，同时催生出丰富的个性化服务。随着宠物行业需求的不断延伸及开拓，宠物商品及服务的种类日益丰富，已发展成覆盖宠物生老病死、衣食住行的完整产业链。宠物食品在宠物行业内占主导地位，是行业爆发受益最大的子行业。

2021 年我国宠物市场消费结构



数据来源：《2021 年中国宠物行业白皮书》¹

从贯穿宠物一生的消费角度来看宠物行业，宠物行业中各个子行业在覆盖宠物的生长周期、宠物使用频率等方面均有所不同。宠物饲养交易仅发生在宠物出生到领养时期，时间跨度相对较短；宠物医疗、培训、美容等个性化服务，根据宠物个体差异及宠物主的消费偏好不同而存在差异，发生频次相对较低且个体消费相对参差不齐；宠物医疗集中在宠物幼年 and 老年时期；宠物食品在宠物的一生中使用频次最高且持续、稳定，涵盖宠物全生命周期，属于饲养宠物的刚性需求，是目前宠物行业占比最高的子行业。



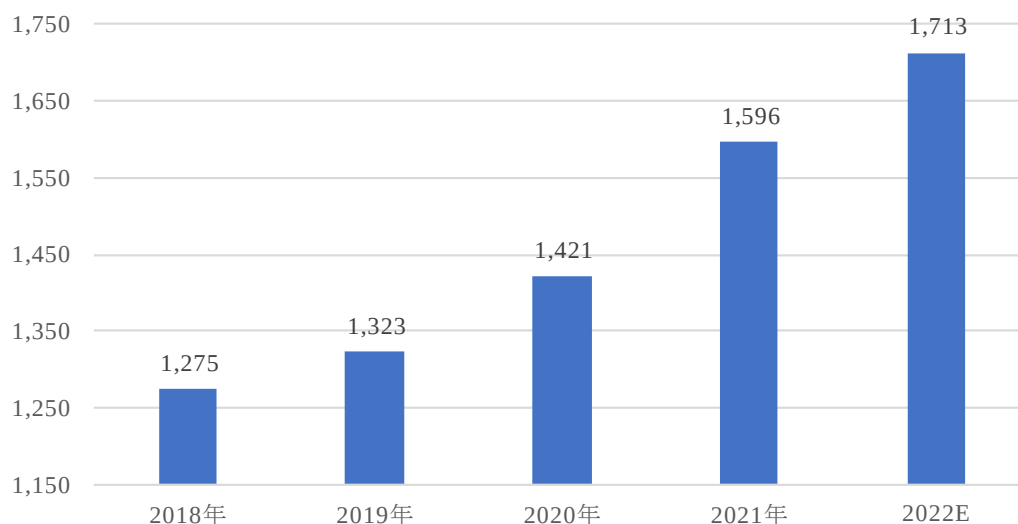
（2）全球宠物行业市场容量及发展前景

宠物产业在发达国家产业体系较为成熟，相关产品及服务已经发展成为民众日常消费的重要组成部分。全球宠物市场近年来进入平稳发展的阶段。根据 Euromonitor 的数据统计，2019 年至 2021 年，全球宠物市场规模分别为 1,323 亿美元、1,421 亿美元和 1,596 亿美元，保持稳中有升，2022 年全球宠物市场规模预计将达 1,713 亿美元。2019 年至 2021 年，全球宠物市场规模的增长率分别为 3.80%、7.41%和 12.29%。

¹ 该第三方数据不是专门为本次发行准备，发行人未为此支付费用或提供帮助，下同。

2018-2022 年全球宠物市场²规模及增长情况

单位：亿美元

数据来源：Euromonitor International³

(3) 国内宠物行业市场容量及发展前景

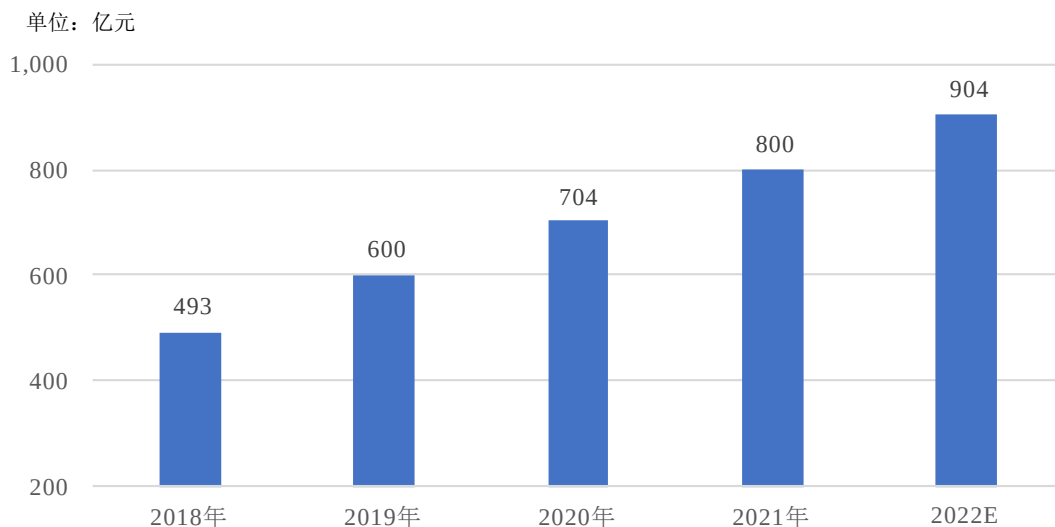
相比于国际宠物市场，国内宠物市场起步较晚，近年来发展较快。20 世纪 90 年代初，随着中国小动物保护协会的成立以及规范养宠的逐步推行，宠物作为伴侣的养宠理念逐步深入国内消费者人群，宠物市场逐渐在国内兴起，如今我国宠物市场正处在快速发展阶段。

近年来，伴随着我国国民经济的快速发展、人均收入水平的提高以及消费理念的升级，我国宠物市场实现了快速发展。根据 Euromonitor 的数据统计，2019 年至 2021 年，我国宠物市场规模分别为 600 亿元、704 亿元和 800 亿元。2019 年至 2021 年，我国宠物市场规模的增长率分别为 21.76%、17.18%和 13.71%，预计 2022 年我国宠物市场规模将达到 904 亿元。我国宠物行业规模增速高于全球平均水平。

² 该统计数据涵盖宠物食品、宠物用品、宠物医疗等宠物子行业，下同。

³ 该第三方数据不是专门为本次发行准备，发行人未为此支付费用或提供帮助，下同。

2018-2022 年我国宠物市场规模及增长情况



数据来源：Euromonitor International

我国宠物行业虽然在近年来保持了较快的增长趋势，但我国宠物行业总体规模与美国、欧洲等宠物行业发展较早的国家仍存在较大的差距，宠物行业的渗透率相对较低，行业发展潜力较大。根据公开资料中 Frost & Sullivan 的数据显示，2019 年我国的养宠家庭渗透率（指拥有宠物的家庭占总家庭数的比例）为 22.8%，而美国、英国则分别为 68.9%、45.0%，均高于我国，我国宠物渗透率提升空间广阔。此外，终端消费者消费需求的稳定增长是宠物行业生存与发展的基础。受益于我国国民经济持续发展、人均收入水平的提高、人口家庭结构变化以及消费理念的升级等多重驱动因素，我国居民饲养宠物数量将快速增长，根据公开资料中 Frost & Sullivan 的数据预测，预计到 2024 年，我国的养宠家庭渗透率将达到 29.9%，我国宠物行业发展前景广阔，潜力巨大。

2、宠物食品行业发展概况

（1）宠物食品行业概况

宠物食品是旨在为宠物提供最基础的生命保证、生长发育和健康所需的营养物质的食品。由于饲养目的的不同，宠物食品与传统的畜禽饲料有着明显区别。传统畜禽饲养的主要目的是为人类提供肉、蛋、奶和皮毛等产品，是以获取更多的经济效益为最终目标，因此传统的畜禽饲料注重投入产出相关经济性；而宠物常常被视为家庭成员，成为宠物主的伴侣和感情的慰藉，在饲养的过程中，宠物

主更加关注宠物的健康和长寿，因此宠物食品更注重营养价值。

专业宠物食品是专门针对宠物营养需求提供的一种具有综合优势的宠物喂养方案。专业宠物食品与剩饭剩菜相比，具有营养全面、消化吸收率高、配方科学、质量标准、饲喂使用方便、可预防某些疾病和延长寿命等不可替代的优点。宠物与人类的生理特征有所差异，长期喂养剩饭剩菜会对宠物的肾脏、肝脏造成较大负担。而宠物食品是专门针对宠物的生理特征设计，更有利于宠物的健康。此外，宠物食品尤其是宠物干粮，大多便于储存且开袋即食，具有便捷、环保等优点。伴随着养宠人群消费理念的升级，专业宠物食品的渗透率将持续提升。

主要特征	专业宠物食品	剩饭剩菜
营养方面	专门针对宠物设计，具有均衡营养、更健康的优点	属于人类食物，不适合宠物体质
卫生方面	便于打扫，更加卫生	通常油腻湿润，不易打扫
标准方面	有专门规格和食用数量标准，且开袋即食，更便捷	剩饭剩菜数量不稳定，喂食不具有标准性

在养宠类型中，宠物犬和宠物猫无论是在家庭拥有率、宠物数量还是消费者偏好方面都占据绝大部分市场。因生活习性、生理特征等不同，宠物犬和宠物猫的饮食习惯存在差异，宠物犬是以肉食为主的杂食性动物，宠物猫属于肉食性动物，根据宠物犬和宠物猫不同的体质和饮食习惯，犬粮和猫粮在蛋白质含量、脂肪含量、微量元素等成分方面均存在差异，专业宠物食品喂养方案形成了专门适用于宠物犬和宠物猫的犬粮和猫粮。

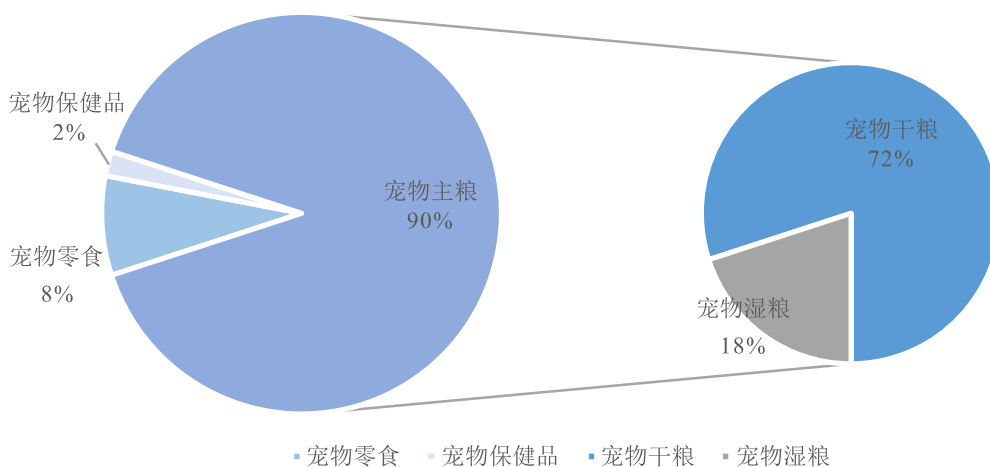
根据农业农村部颁布的《宠物饲料管理办法》及按照产品功能划分，宠物食品可分为宠物主粮、宠物零食和宠物保健品。宠物主粮是指为满足宠物不同生命阶段或者特定生理、病理状态下的营养需要，将多种饲料原料和饲料添加剂按照一定比例配制的宠物饲料，单独使用即可满足宠物全面营养需要，宠物主粮中宠物干粮占比最高；宠物零食是指为实现奖励宠物、与宠物互动或者刺激宠物咀嚼、撕咬等目的，将几种饲料原料和饲料添加剂按照一定比例配制的宠物饲料；宠物保健品是指为满足宠物对氨基酸、维生素、矿物质微量元素、酶制剂等营养性饲料添加剂的需要，由营养性饲料添加剂与载体或者稀释剂按照一定比例配制的宠物饲料。

宠物食品	主要类型	产品功能及应用	产品示例
宠物主粮	以宠物干粮为主	营养全面、食用方便，利于储存；适用于所有宠物，在宠物食品结构中占比最高	
宠物零食	包括咬胶、肉质零食、零食罐头等	调节宠物食欲、健康牙齿、预防口臭及实现奖励宠物、与宠物互动的娱乐目的；适用于大部分宠物，但需要搭配宠物主粮使用	
宠物保健品	维生素片等保健品	补充维生素、矿物质等微量元素；适用于挑食、体弱或年老的宠物，需要搭配宠物主粮使用	

宠物主粮在宠物食品中占据主导地位。宠物主粮是专门针对宠物营养需求设计的专业产品，用于替代自制宠食或剩饭剩菜喂养，单独使用即可满足宠物全面营养需要，是宠物消费中的刚需产品，具有高频消费的特点。宠物主粮以宠物干粮为主，宠物干粮的含水量通常在 14% 以下，主要采用膨化加工的方式，包装材料为纸盒或袋装，具有营养全面均衡、食用方便、利于储存等特点，在宠物食品结构中占比最高。公司的主营产品犬粮、猫粮属于宠物干粮类主粮，是最基础的宠物食品，旨在为宠物提供日常维持体能所需要的能量及营养成分。

根据 Euromonitor 的数据统计，2021 年我国宠物食品消费结构中，宠物主粮、宠物零食和宠物保健品占比分别为 90%、8% 和 2%。

2021 年我国宠物食品消费结构



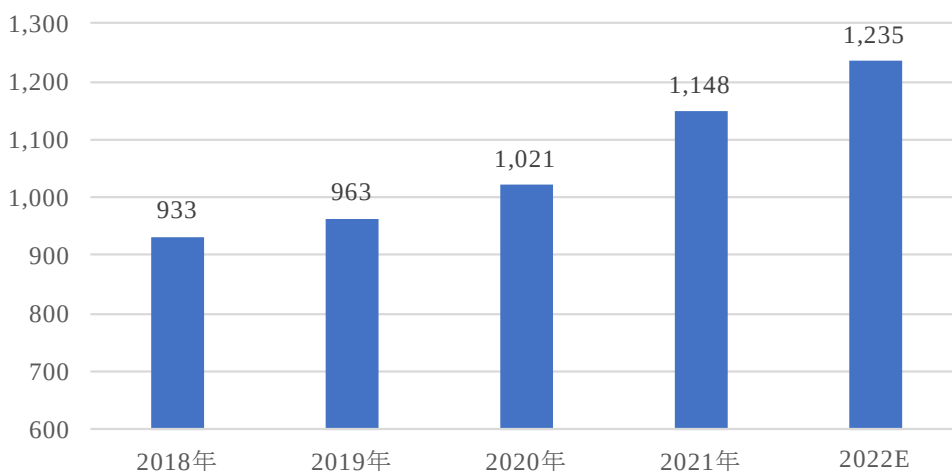
数据来源：Euromonitor International

（2）全球宠物食品行业市场容量及发展前景

经过几十年的发展，宠物食品行业已成为消费品中重要的子行业之一，2021年美国宠物食品市场销售规模约500亿美元，是美国快消品板块中销售规模最大的子板块之一。伴随着宠物食品渗透率的提升以及宠物食品种类的不断丰富，全球宠物食品市场呈现平稳持续增长的态势，根据Euromonitor的数据统计，2019年至2021年，全球宠物食品市场规模分别为963亿美元、1,021亿美元和1,148亿美元，2022年全年预计为1,235亿美元，保持稳中有升。2019年至2021年，全球宠物食品市场规模的增长率分别为3.22%、5.98%和12.49%。

2018-2022年全球宠物食品⁴市场规模及增长情况

单位：亿美元



数据来源：Euromonitor International

（3）国内宠物食品行业市场容量及发展前景

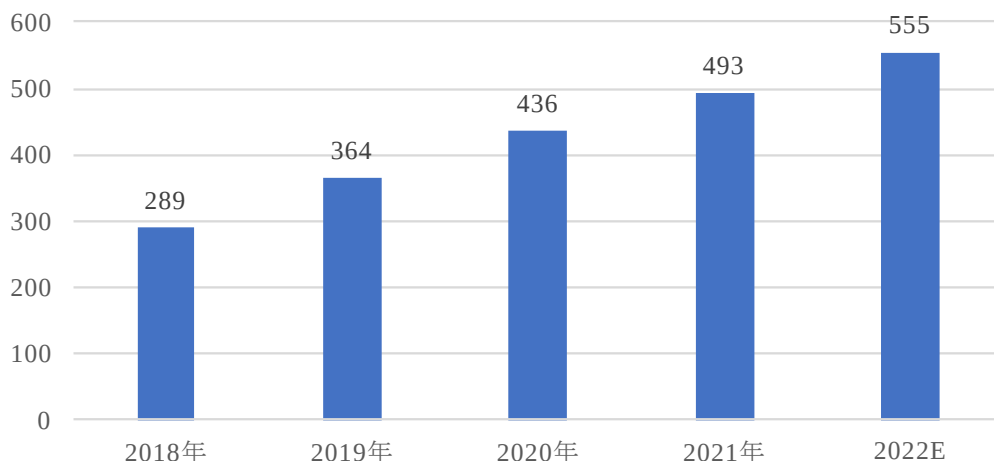
国内宠物食品行业兴起于20世纪90年代，1993年美国玛氏公司旗下宠物犬粮品牌“宝路”和宠物猫粮品牌“伟嘉”率先进入国内市场，随后国际品牌企业陆续在国内建厂，宠物食品行业初具雏形。伴随着宠物食品概念被消费者所接受，2008-2017年期间，我国宠物食品行业呈现爆发式增长，宠物食品市场规模复合增长率超过30%，成为全球宠物食品市场增长最快的地区之一。近年来，随着人均收入水平的提高，居民饲养宠物数量的快速增长，我国宠物食品需求持续增加，进入了快速发展阶段。根据Euromonitor的数据统计，2019年至2021年，

⁴ 该统计数据涵盖宠物干粮、宠物湿粮、宠物零食及宠物保健品等宠物食品，下同。

我国宠物食品市场规模分别为 364 亿元、436 亿元和 493 亿元，预计 2022 年我国宠物食品市场规模将达 555 亿元。2019 年至 2021 年，我国宠物食品市场规模的增长率分别为 25.95%、19.78%和 13.07%，平均增速达 20%，我国宠物食品行业规模增速高于全球平均水平。

2018-2022 年我国宠物食品市场规模及增长情况

单位：亿元



数据来源：Euromonitor International

我国宠物食品行业规模在近年来保持了较快的增长，但与国外宠物食品市场相比，我国宠物食品市场仍然具有较高的行业增长潜力。根据中国产业信息网的公开数据显示，2018 年我国专业宠物食品的渗透率（宠物一生所摄入的能量中，由专业宠物食品提供的能量所占的比重）仅为 22%，美国专业宠物食品的渗透率为 95%-100%，英国的专业宠物食品渗透率亦达到 90%，渗透率远远高于我国。伴随着我国国民经济的不断发展，消费者科学养宠理念的普及，未来我国专业宠物食品的渗透率有巨大的提升空间。

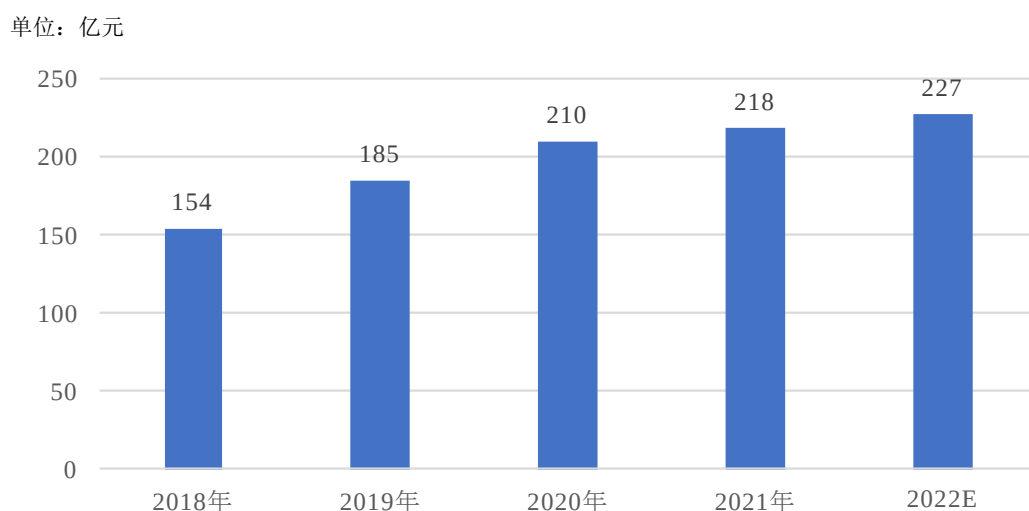
宠物食品在宠物的一生中使用频次最高，涵盖宠物全生命周期，属于饲养宠物的刚性需求，是目前宠物行业规模最大的细分市场。与美国、欧洲等成熟市场相比，我国宠物食品行业仍具有较高的增长潜力，伴随着我国宠物行业规模的整体扩张，作为刚需的宠物食品子行业将成为受益显著的细分领域，我国宠物食品市场发展前景可观。

（4）我国宠物犬粮及宠物猫粮的市场容量及发展前景

在养宠类型中，宠物犬和宠物猫无论是在家庭拥有率、宠物数量还是消费者

偏好方面都占据着绝大部分市场。近年来，随着我国居民饲养宠物犬数量的增长及消费理念的升级，宠物犬粮需求持续增加，进入快速发展阶段。根据 Euromonitor 的数据统计，2019 年至 2021 年，我国宠物犬粮市场规模分别为 185 亿元、210 亿元和 218 亿元，平均增速为 13%。

2018-2022 年我国宠物犬粮市场规模及增长情况

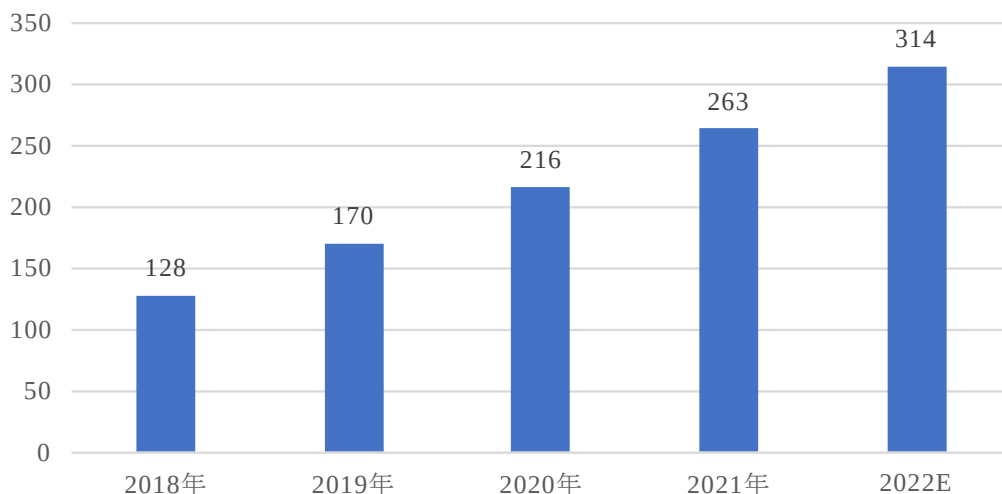


数据来源：Euromonitor International

近年来随着养猫热潮的兴起，越来越多人将宠物猫作为养宠选择，由于宠物猫相比于宠物犬具有喂养更加便利、相对干净且不需要占用太多时间等优点，宠物主的饲养负担更小，年轻养宠人群对宠物猫的关注度逐步提升，饲养宠物猫的数量呈现高速增长。根据《2021 年中国宠物行业白皮书》的数据显示，2021 年全国城镇宠物犬数量为 5,429 万只，宠物猫数量为 5,806 万只，宠物猫数量增长超过宠物犬。根据 Euromonitor 的数据统计，2019 年至 2021 年，我国宠物猫粮市场规模分别为 170 亿元、216 亿元和 263 亿元，平均增速为 27%。

2018-2022 年我国宠物猫粮市场规模及增长情况

单位：亿元



数据来源：Euromonitor International

3、宠物食品行业的市场供求情况

（1）市场需求情况

公司所处宠物食品行业的下游主要面向终端消费市场，消费者主要为宠物饲养人群。一方面，随着我国国民经济的快速发展、人均收入水平的提高，我国居民饲养宠物数量快速增长，作为饲养宠物刚需的宠物食品需求随之迅速增长。根据《中国宠物行业白皮书》的相关数据统计显示，2019年至2021年，全国城镇宠物犬数量由5,503万只增长至5,429万只，宠物猫数量由4,412万只增长至5,806万只，宠物数量的显著提升是宠物食品需求稳定增长的基础。根据公开资料中Frost & Sullivan的数据显示，2019年我国的养宠家庭渗透率（指拥有宠物的家庭占总家庭数的比例）为22.8%，而美国、英国则分别为68.9%、45.0%，均高于我国，根据Frost & Sullivan的数据预测，预计到2024年，我国的养宠家庭渗透率将达到29.9%，我国宠物渗透率提升空间广阔。

另一方面，随着我国消费者科学养宠理念的不断普及，传统的宠物喂养方式逐步改变，越来越多的宠物主选择购买专业宠物食品喂养宠物，进一步带动了宠物食品的消费需求。宠物食品在宠物的一生中使用频次最高，涵盖宠物全生命周期，属于饲养宠物的刚性需求，与剩饭剩菜等相比，专业宠物食品具有营养全面、消化吸收率高、配方科学、质量标准、饲喂使用方便、可预防某些疾病和延长寿命等不可替代的优点。目前，根据中国产业信息网的公开数据显示，2018年我

国专业宠物食品的渗透率（宠物一生所摄入的能量中，由专业宠物食品提供的能量所占的比重）仅为 22%，美国专业宠物食品的渗透率为 95%-100%，英国的专业宠物食品渗透率亦达到 90%，渗透率远远高于我国。未来我国专业宠物食品的渗透率有巨大的提升空间。

（2）市场供给情况

我国宠物食品行业兴起于 20 世纪 90 年代，1993 年美国玛氏公司旗下宠物犬粮品牌“宝路”和宠物猫粮品牌“伟嘉”率先进入国内市场，随后国际品牌企业陆续在国内建厂，宠物食品行业初具雏形。近年来随着宠物食品需求的持续增长，我国宠物食品市场规模呈现爆发式增长，行业内企业数量不断增加，产能逐步扩大，宠物食品供给量亦呈现出迅速扩大的趋势。目前，我国宠物食品行业市场集中度较低，市场竞争较为激烈。

（3）市场供求情况

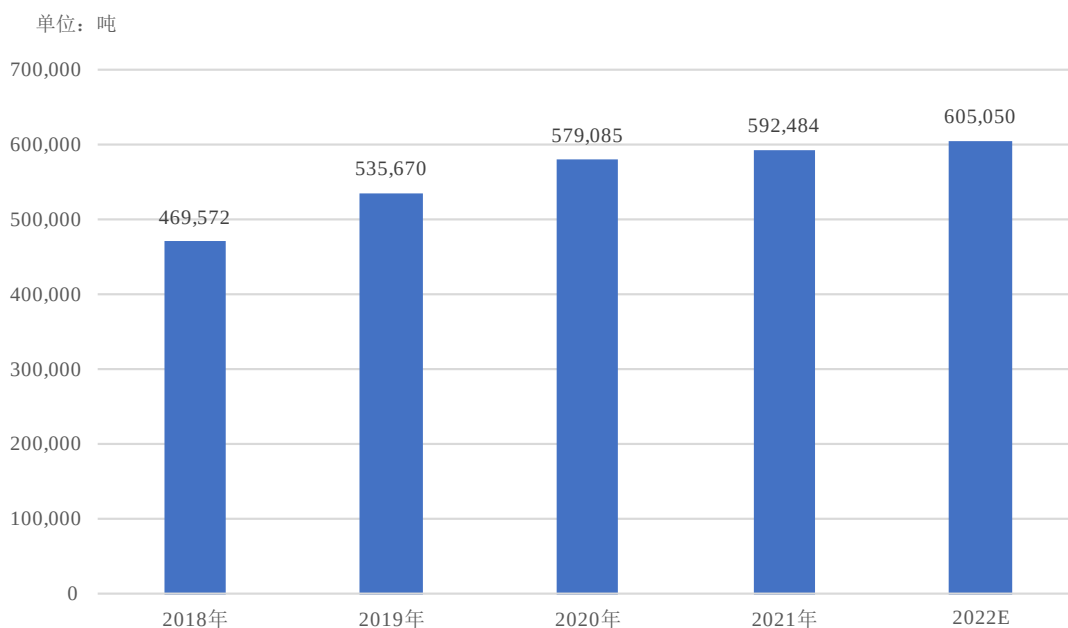
受益于我国国民经济发展、人均收入水平的提高以及消费理念的升级等多重驱动因素，我国居民饲养宠物数量快速增长，专业宠物食品的渗透率有巨大的提升空间，我国宠物食品的市场需求将稳步提升。同时，市场需求的持续增长也引致行业内企业数量及宠物食品产能不断增加，供给量逐步扩大，我国宠物食品行业规模整体呈现迅速增长的态势，发展前景广阔，市场供求关系良好。

4、公司目标市场的容量及未来增长趋势

报告期内，公司的主营业务为宠物食品的研发、生产与销售，现阶段主营产品主要包括犬粮、猫粮等宠物干粮类主粮。根据公司主营产品类别，公司的目标市场定位于宠物干粮类主粮，公司区分犬粮、猫粮产品类别的目标市场容量具体如下图所示：

（1）犬粮的目标市场容量

宠物干粮类犬粮的销售出货量

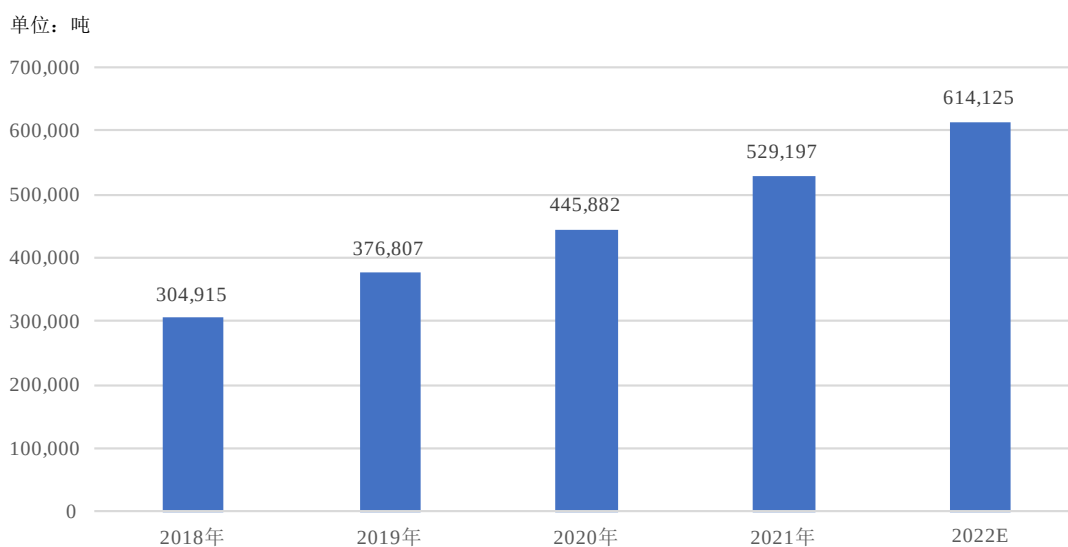


数据来源：Euromonitor International

由上图可知，2019年至2021年，我国宠物干粮类犬粮的销售出货量分别为535,670吨、579,085吨和592,484吨，预计2022年我国宠物干粮类犬粮的销售出货量将达到605,050吨，保持稳定增长。

（2）猫粮的目标市场容量

宠物干粮类猫粮的销售出货量



数据来源：Euromonitor International

由上图可知，2019年至2021年，我国宠物干粮类猫粮的销售出货量分别为376,807吨、445,882吨和529,197吨，预计2022年我国宠物干粮类犬粮的销售出货量将达到614,125吨，2019年至2021年的复合增长率为18.51%，预计2022年的销售出货量增长率约16%，保持持续增长。

（三）行业的技术水平及技术特点

近年来，在国家产业政策及行业密集投资的双重驱动下，我国宠物食品产业的技术水平快速提升，技术创新步伐不断加快。宠物食品行业的主要技术工艺包括宠物食品配方设计、宠物食品制造工艺和宠物食品质量检验技术。该等技术的技术水平及技术特点具体如下：

1、宠物食品配方设计向着营养均衡、功能多样的方向发展

宠物食品配方是指根据宠物不同的生理阶段和不同生理状态下的营养需要，把各种营养物质、原料等按照一定比例配比，设计出能够确保宠物营养均衡与消化吸收、符合生产与加工要求的科学配比方案。宠物食品配方的设计关系到宠物的生命健康，是研制宠物食品的基础与核心，决定宠物食品生产企业的关键竞争要素。随着宠物行业的快速发展，宠物地位得到不断提升，消费者科学育宠理念得到普及，宠物食品不仅只是解决宠物的温饱问题，营养健康成为消费者更关注的考量因素，在 market 需求的驱动下，宠物食品配方设计向着营养均衡、功能多样的方向发展。

营养均衡方面，宠物食品配方不仅要准确掌握宠物食品原料的营养成分数据和具体指标，还需考虑各种营养物质之间的平衡，要求在配方过程中严格把握原材料配比；功能性方面，由于宠物存在品种、年龄、体型、成长环境等个体差异，同种配方无法满足差异性需求，要求宠物食品兼具营养全面性与功能差异性等特点，目前具备一定研发能力的宠物食品生产商已研发出针对宠物皮毛护理、口腔护理、免疫增强等不同功效的宠物食品，有利于提升宠物健康水平。

2、宠物食品制造将逐步提高自动化、智能化水平

宠物食品制造工艺主要是指采用各种不同的食品加工制造工序在特定温控、湿度等工艺环境下将各类原料生产成型。根据产品的类型和功能差异化，宠物主粮、宠物零食以及宠物保健品生产工艺技术不尽相同，其中，宠物干粮食品加工

主要采用挤压膨化的加工工艺，各类产品配方差异化相对较高。同时，随着宠物行业的快速扩张，宠物食品的需求持续增长，具备较强的生产能力与保持产品的高品质成为宠物食品生产企业的重要竞争力。为适应宠物食品行业兼顾配方差异化、生产规模化、品质标准化等综合性要求，宠物食品制造正朝着自动化、智能化的方向发展。

自动化、智能化生产一方面有利于提升宠物食品生产的可靠性和加工效率，降低人工成本及不良品率；另一方面通过数据分析生成最佳的生产工艺参数，确保宠物食品质量的一贯性和稳定性。目前，国内宠物食品行业部分高端生产商已经开始建立自动化、智能化宠物食品生产线。

3、宠物食品质量控制更强调标准化、绿色安全化

宠物食品质量控制主要是对原材料、生产过程中的在产品和产成品的检验检测。早期宠物食品行业尚未形成统一的产品行业标准，市场上宠物食品出现了良莠不齐的现象，宠物食品安全质量问题突出。随着国家对宠物食品安全与卫生把控力度的增强，以及绿色安全成为消费者对宠物食品关注的焦点，作为宠物食品出厂流通前最后一道“防火墙”的质量控制愈加关键。目前，随着行业标准的逐步确立与完善，宠物食品质量控制将更加标准化，检测项目覆盖领域更全面，检测功能亦将更加完善。

（四）进入本行业的主要壁垒

1、技术壁垒

宠物食品种类丰富、配方多样，且为保证宠物食品最大程度发挥营养功能性，需要对其不同的原料进行不同形式的加工，生产涉及的各类指标较为复杂、技术壁垒相对较高。

宠物食品的主要技术工艺包括宠物食品配方设计、宠物食品制造工艺和宠物食品质量控制技术。其中，配方设计是根据产品的不同功能及用途，基于原材料营养指标数据，设计、调配原材料的组成，使得产品达到特定产品营养理化指标及功能性，宠物食品配方设计是动物生理学、动物营养学与食品科学等多技术的复合体，专业性要求较高；宠物食品制造工艺主要是指采用各种不同的食品加工制造工序在特定温控、湿度等工艺环境下将各类原料生产成型，宠物食品制造工

艺对于能否充分保留宠物食品配方中的营养物质、保障宠物食品的风味口感及品质具有重要意义，宠物食品制造工艺中的各项工艺参数指标来自研发试验以及生产经验的长期积累；质量控制技术主要是对原材料、生产过程中的在产品和产成品的检验测试。

宠物食品的研发与生产涉及的技术领域较多，宠物食品配方设计专业性较高、生产涉及的各类工艺参数指标需要长期积累。行业内企业需经过多年技术探索和生产经验积累方可被市场所认可，新进入企业在技术开发和技术应用等方面缺乏技术沉淀，产品开发存在技术和质量风险，很难在短期内形成有效的技术竞争实力，对行业新进入者有较高的技术壁垒。

2、产品质量壁垒

稳定可靠的产品质量成为决定宠物食品生产企业在行业内竞争地位的重要因素。随着人均收入水平的提高，居民饲养宠物数量的快速增长，以及养宠理念的持续升级，宠物逐渐向家庭成员的角色转变，养宠人群更加注重宠物食品的高品质与营养价值，我国也陆续出台了针对宠物食品的安全生产及产品质量标准等文件规范宠物食品行业。影响产品质量的主要因素包括原材料质量、生产设备及生产工艺流程、质量控制水平、产品检验水平等。提升产品质量并维持产品的高品质需要企业稳定的生产及质量控制能力、丰富的生产管理经验和过硬的品质保证体系。行业新进入者难以在短时间内达到稳定可靠的质量控制水平，形成了一定的产品质量壁垒。

3、销售渠道壁垒

拥有成熟、稳定的销售渠道是提高市场份额、提升品牌影响力的重要手段之一，也是宠物食品行业企业成功经营的关键。目前宠物食品在国内通常的销售渠道包括线下实体门店、线上电商平台等多种渠道，线上渠道可以实现消费者层级跨越，直接面对终端市场，有利于企业拓宽销售半径；线下渠道则兼具发挥宠物食品品牌展示的作用，产品的体验性更优，有助于提升品牌粘性并及时获取市场反馈。

线下渠道是覆盖一定区域内实体门店的营销体系，属于重要的产品及科学养宠理念的推广渠道。在面向终端消费者销售的每个宠物商品品类，经销商与宠物

门店通常只会选择两三家具有较高知名度的品牌进行合作推广并逐步形成较为稳定的客户群体。建立完善的线下销售渠道需要构建营销网络和培育消费者品牌认知度等消费习惯，需要持续不断的推广投入、行之有效的管理体系和长期的时间积累，对行业新进入者构成一定的壁垒；线上渠道方面，在国内各大主流电商平台实现的产品销量增长主要取决于访客流量的提升，商家需要向电商平台支付营销推广费用，品牌知名度以及产品认可度需建立在持续营销投入的基础之上。因此，线上线下持续、完善的品牌推广策略对行业新进入者形成销售渠道壁垒。

4、品牌壁垒

随着居民消费水平的提高以及科学育宠理念的普及，宠物对于现代养宠家庭的情感属性定位愈来愈突出，宠物主愈来愈关注宠物食品的品质与营养价值，而宠物食品的品牌则意味着产品安全性和营养全面性的保障，因此信赖品牌、消费品牌已成为宠物食品消费的一种趋势和必然。伴随着国内宠物食品行业的迅速发展，国内部分优秀本土品牌多年深耕宠物食品领域，逐步积累了完善的生产技术体系，并充分布局线上、线下多元化销售渠道，加大营销投入，逐步建立起了良好的客户口碑。良好的品牌影响力和客户口碑的塑造是一家企业在产品质量、产品设计、品牌定位和营销渠道等诸多方面投入大量人力、物力长期耕耘的结果，品牌定位与品牌经营的长期性和复杂性对行业新进入者形成了一定的品牌壁垒。

（五）行业发展面临的机遇与风险

1、行业发展面临的机遇

（1）市场需求的持续增长

下游市场需求是国内宠物市场近年来快速增长的直接原因。从行业需求来看，宠物行业发展本质上取决于宠物数量和支出意愿，受经济水平、人口结构、文化因素三重驱动影响。

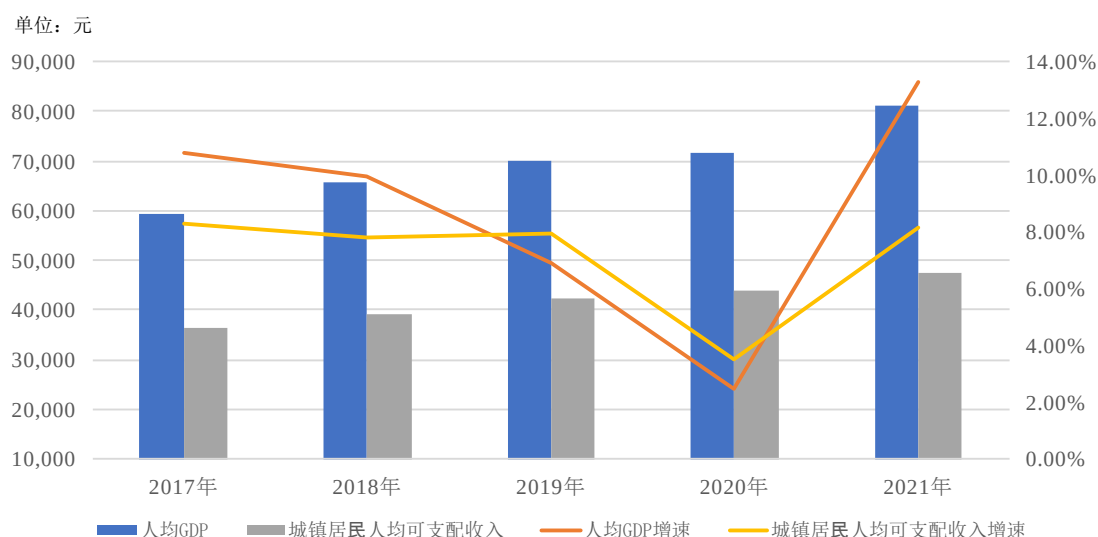
①人均收入水平提高，市场需求不断扩大

人均收入水平提升促使居民消费不断升级，而饲养宠物也具有较高的成本，在双向影响下，经济水平与宠物市场规模呈正向变动。根据中国农业大学动物医学院的资料显示，当一个国家的人均 GDP 在 3000~8000 美元，宠物产业就会快速发展。人均 GDP 和可支配收入的提高，意味着居民消费能力的增强，越来越

多人更有能力负担养宠物所需的费用，从而选择养宠或者是更好地养宠。根据发达国家宠物行业发展经验，各国宠物行业渗透率与人均 GDP 呈现出正相关关系。

我国已经进入宠物行业快速发展阶段，人均 GDP 及可支配收入的不断增长为居民消费提供了坚实的经济基础。我国人均 GDP 于 2008 年首次超过 3,000 美元，2015 年突破了 8,000 美元，迎来了消费升级的拐点。根据国家统计局最新数据显示，2021 年我国人均 GDP 达到 81,370 元，比上年增长 13.28%；城镇居民的人均可支配收入为 47,412 元，比上年增长 8.16%。分各省市来看，已有 21 个省市的人均 GDP 位于 3000~8000 美元之间。在北京、上海、广州、深圳等人均收入高的经济发达城市，相应的宠物保有量也较多。

2017-2021 年我国人均 GDP、城镇居民人均可支配收入情况



数据来源：国家统计局⁵

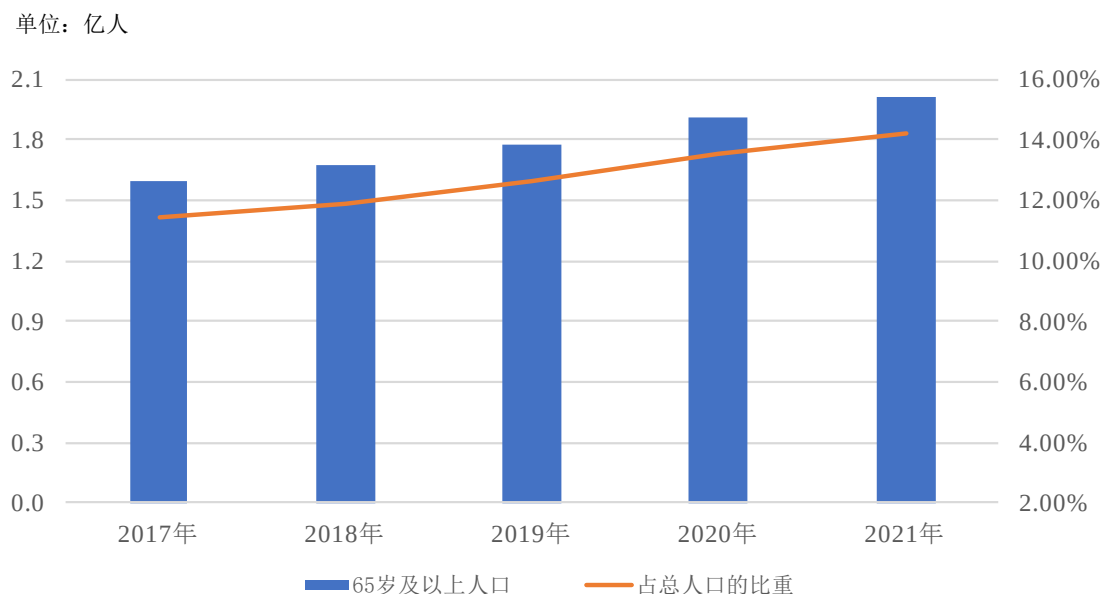
②人口结构变化，推动宠物行业渗透

以“老龄化”、“城镇化”为特点人口结构改变是推动宠物行业发展的重要因素之一。一方面，在城镇化进程加快的影响下，年轻人选择从农村涌向城市，进而引致空巢老人数量在过去 15 年快速增长。根据国家统计局的数据显示，2021 年我国 65 周岁及以上人口 2.0056 亿人，占总人口的 14.20%。老年人面临较为强烈的孤独感，在陪伴需求的驱使下提升养宠倾向。另一方面，常住人口城镇化率提升，尤其是年轻人向城市聚集，由于年轻人消费理念、情感寄托等因素，在经

⁵ 该第三方数据不是专门为本次发行准备，发行人未为此支付费用或提供帮助，下同。

济能够负担的范围内饲养宠物已经成为年轻人流行趋势，根据《2021 年中国宠物行业白皮书》数据显示，2021 年我国养宠人群中 90 后人群占比达 46.3%。

2017-2021 年我国 65 岁及以上人口数量及占比情况



数据来源：国家统计局

③宠物地位提升，抬高宠物主消费意愿

上世纪国内对犬猫的概念停留在看门、捕鼠的工具，提供给它们的食物主要是剩饭剩菜，以满足其基本生命需求为目的。随着人和宠物亲密关系的加深，宠物被赋予了“人”的属性，“宠物人性化”的趋势出现。宠物的地位发生根本变化，由最初的“看家护院”到玩伴，进而转变为家庭成员的一部分。基于宠物地位的提升，宠物主为宠物消费的意愿亦大幅提升，带动整体宠物行业消费的增长，在宠物文化成熟的美国，宠物消费已被视为生活中的必需品消费。

综上，受益于我国国民经济发展、人均收入水平的提高、人口家庭结构变化以及消费理念的升级等多重驱动因素，我国居民饲养宠物数量将快速增长，我国宠物行业发展前景广阔，潜力巨大。此外，我国专业宠物食品的渗透率远低于发达国家，伴随着我国国民经济的不断发展，消费者科学养宠理念的普及，未来我国专业宠物食品的渗透率有巨大的提升空间，我国宠物食品市场发展前景可观。

（2）国家产业政策的支持

国家对宠物食品行业的扶持为宠物食品产业的发展提供有利的外部环境。国家已经将宠物饲料加工列入战略性新兴产业，并陆续出台了一系列政策加大对宠

物食品产业的扶持力度。具体政策主要如下：《“十四五”生物经济发展规划》提出：重点围绕生物育种、生物肥料、生物饲料、生物农药等方向，推出一批新一代农业生物产品，建立生物农业示范推广体系，更好保障国家粮食安全、满足居民消费升级和支撑农业可持续发展。《“十四五”全国畜牧兽医行业发展规划》提出：做强现代饲料工业。加快生物饲料、安全高效饲料添加剂等研发应用，提升饲料产品品质和利用效率。鼓励饲料企业强化技术创新和经营模式创新，实施全产业链、全球化发展战略，打造具有国际影响力的知名品牌和企业。

另一方面，国家农业农村部相继颁布了《饲料原料目录》《宠物饲料管理办法》《宠物饲料生产企业许可条件》等规范性文件，统一了宠物食品的行业标准，是行业监管部门首次正式颁布专门适用于宠物食品的规范性文件，标志着我国宠物食品行业正式进入规范化发展期。同时，我国对于境外宠物食品进口政策愈发严格，根据《宠物饲料管理办法》，境外宠物饲料生产企业向我国出口宠物饲料的，应当依法取得进口登记证，未取得进口登记证的禁止经营进口宠物饲料产品，我国宠物食品进口政策的收紧为本土宠物食品生产企业提供了一个赶超海外竞争对手的机遇。上述相关行业标准的的确立与法律法规的规范为本土宠物食品生产企业的崛起与发展营造了健康有序的生产经营环境。

相关政策及内容详见本节“七、公司所处行业的基本情况”之“（一）行业主管部门、监管体制、主要法律法规及产业政策”之“3、行业主要法律法规及产业政策”。

（3）电子商务的迅速发展拓宽了新渠道

随着互联网消费人群的不断扩大，国家对互联网和物流行业的重视程度提高，我国消费数字化进程和快递物流水平取得长足的进步，电商渠道日益兴起。电商红利的爆发为宠物食品开拓了新兴渠道，并极大的提高了宠物食品消费的便捷性，加速了我国宠物消费者专业宠物食品消费习惯的养成。相比于传统渠道，电商渠道可以实现消费者层级跨越，直接面对终端市场，有利于企业更便捷地将产品辐射至更广阔的消费群体。根据 Euromonitor 的数据统计，我国 2015-2021 年宠物食品电商渠道占比由 31.4% 跃升至 60.9%，成为重要的宠物食品销售渠道。

我国电商渠道的蓬勃发展为上游宠物食品生产商提供了强有力的渠道支持

和生产拉动作用，为本土企业的崛起提供了新的机遇。本土企业基于对国内的消费环境与消费者的消费偏好的认知，采用灵活多样的推广方式，可实施更加精准的电商策略。此外，本土企业可充分利用距离优势、借助于线上社群特性打造口碑，提升品牌知名度和信任度，充分发挥贴近本土市场的地缘优势，提供更稳定的供应和更好的服务。

2、行业发展面临的风险

（1）国内宠物食品行业起步较晚，市场集中度较低

我国宠物食品行业起步较晚，尽管近年来我国宠物食品行业始终保持着高速增长，但受国内宠物食品中小品牌较多、品牌宣传力度有限、销售渠道布局不足、行业缺乏整合等综合因素影响，国内宠物食品行业集中度较低，市场竞争较为激烈。国内企业自主品牌结构分散，市场集中度较低，企业经营管理水平参差不齐，成为行业发展中的不利因素。

（2）线下销售渠道结构较为分散

目前我国宠物食品线下渠道的宠物门店主要为规模较小的单体直营门店，占比达 85%以上，连锁门店占比较小、渠道结构较为分散。目前宠物行业较为发达的美国已经出现了以 PetSmart 和 PetCo 为代表的连锁门店。与美国市场相比，我国宠物食品的销售渠道结构较为分散，引致宠物食品供应商市场开发难度较高，产品推广成本相对较高。线下较为分散的渠道结构成为我国宠物食品行业发展中的不利因素。

（3）行业内高素质人才匮乏

近年来，我国成为全球增长较快的宠物食品消费市场之一，对专业型人才的需求量迅速扩大，而人才储备数量和质量短期内无法满足行业增长。宠物食品行业是一个交叉复合领域，涉及动物营养学、动物生理学、食品科学、兽医学、微生物学、免疫学等多个分支学科领域，对人才的复合性要求较高；其次，宠物食品作为国内近年来的新兴热门行业，高校在该领域的教育培养体系尚处于起步阶段，行业整体人才储备落后于国际水平。行业内复合人才、高端人才的匮乏对行业发展产生不利影响。

（4）文明养宠理念仍需进一步普及

随着我国养宠渗透率的逐年提升，宠物数量显著增多，但宠物主随意弃养、不使用牵引绳等不文明养宠行为，引致部分社会人士宠物反感度增加等现象，不利于宠物行业的健康、有序发展。文明养宠理念的欠缺成为我国宠物食品行业发展中的不利因素。

（六）行业的周期性、区域性和季节性特征

1、行业的周期性特征

整体来看，宠物食品行业不存在明显的周期性特征。

2、行业的区域性特征

我国各地经济发展阶段和经济发展水平不同，居民消费能力与养宠理念存在较大差异，宠物食品消费存在一定的区域性特征。在一、二线城市及部分经济发达的地区，居民人均收入水平较高，科学育宠理念较强，对品牌知名度、产品品质及消费体验有更高的要求，故专业宠物食品的消费占比较高。

3、行业的季节性特征

整体来看，宠物食品行业不存在明显的季节性特征。宠物食品属于宠物消费中的刚需产品，其消费需求不具有明显的季节性特征。但随着当前线上电商销售渠道的兴起，宠物食品生产厂商和终端销售渠道通常会在电商节日如“双十一”、“京东 618”等特定时期开展较大规模的促销活动引导需求，导致宠物食品的市场销售情况短期内会呈现一定的波动。

（七）发行人所处行业与上下游行业的关联性

本行业的上游行业主要是供应农产品和肉类等的农副产品行业。宠物食品的主要原材料包括谷物、肉制品等农副产品，上游行业中的供应商数量众多，市场供应充足，不存在供应瓶颈。但由于农副产品受到自然条件、市场供求、国际粮价等因素影响，其价格存在一定的波动性，农副产品的价格对宠物食品行业的生产成本具有直接影响。

本行业的下游是终端消费市场，消费者主要为宠物饲养人群。终端消费者消费需求的稳定增长是宠物食品行业生存与发展的基础，是行业长期可持续发展的保障。随着我国国民经济的快速发展、人均收入水平的提高以及消费理念的升级，

我国宠物食品行业有巨大的市场提升空间，市场发展前景可观。同时，消费者对宠物食品提出了多样化、综合性的产品需求，企业的技术研发与创新能力、质量控制与工艺优化能力、营销服务与品牌影响能力以及对市场需求的快速反应能力成为了企业提高生产经营效率及保持优势竞争地位的核心竞争要素。

八、行业竞争格局与公司在行业中的竞争情况

（一）行业竞争格局

1、全球宠物食品市场竞争概况

美国、欧洲等发达国家和地区的宠物食品行业起步较早。目前，以美国玛氏、瑞士雀巢为代表的宠物食品企业占全球宠物食品市场的份额较高。截至 2021 年末，该等企业在全球的市场份额如下：

排名	公司名称	所属国家	市场份额
1	Mars（玛氏）	美国	21.2%
2	Nestlé（雀巢）	瑞士	19.8%
3	Colgate-Palmolive（高露洁棕榄）	美国	4.9%
4	J.M. Smucker（斯马克）	美国	3.4%
5	General Mills（通用磨坊）	美国	3.2%
合计			52.5%

数据来源：Euromonitor International

2、国内宠物食品市场竞争概况

与美国、欧洲等成熟期市场相比，我国宠物食品市场正处于快速成长期，国际品牌企业因起步较早占据先机，先于本土企业进行国内市场的开拓，市场份额较高。随着生产工艺技术的日趋成熟，本土企业已具备与发达国家接近的产品制造能力，并积极培育自主品牌，加大营销投入，市场竞争力与品牌影响力显著提高，国内宠物食品企业已与部分国际品牌在国内宠物食品市场展开竞争。

目前我国宠物食品市场参与者主要包括海外宠物食品品牌企业、国内宠物食品企业。其中，以美国玛氏、瑞士雀巢等为代表的海外品牌企业，该等企业凭借多年积累的规模、品牌优势取得了一定的先发优势。随着国内宠物食品企业的市场竞争力与品牌影响力的提升，根据 Euromonitor 统计显示，以美国玛氏、瑞士雀巢为代表的国外宠物食品品牌在国内市场的合计市场占有率由 2014 年的

23.3%下降至 2021 年的 10.7%，国内宠物食品企业市场份额逐年提升。

国内宠物食品企业包括宠物食品制造以及宠物食品品牌推广为特点的市场参与者。宠物食品制造企业经过多年研发积累逐步形成自身的核心技术，产品质量稳定可靠，品牌形象良好。宠物食品品牌商在消费者需求分析、品牌运营及市场推广、销售渠道建设等方面具有独特竞争优势。该等企业在各自的细分领域中占据优势，已成为国内宠物食品企业的主要竞争者。

随着国内饲养宠物数量的不断增长以及作为刚需的宠物食品需求量的不断提升，国内宠物食品市场参与者数量激增。目前我国宠物食品市场参与者主要包括海外宠物食品品牌企业、国内宠物食品企业，整体呈现出相对分散的经营格局，根据 Euromonitor 统计，截至 2021 年末，我国宠物食品市场份额相对分散，排名前十的宠物食品企业市场占有率合计约 24%左右，其中行业国际龙头美国玛氏（包括皇家、宝路等多种品牌）的市场占有率约 8%，余下单一企业的市场占有率相对分散。目前处于快速成长期的国内宠物食品市场给予了本土企业较好的增量空间，优秀的本土企业可充分受益国内成长期市场的行业机遇，通过提升自身竞争力进而提高市场占有率。

随着我国宠物食品市场竞争的加剧，宠物食品生产企业必须拥有严格的产品质量控制体系和较高的产品研发水平，并建立优质稳定的销售渠道和良好的品牌形象，才能在行业内得到长远发展。

（二）同行业其他企业情况

报告期内，公司的主营业务为宠物食品的研发、生产与销售，目前，宠物食品行业中与公司同行业竞争，且具有一定品牌实力与市场影响力的竞争公司的基本情况具体如下表所示：

序号	公司名称	主营业务、主营产品以及与公司的比较情况
1	美国玛氏公司	玛氏公司成立于 1911 年，总部位于美国弗吉尼亚州麦克莱恩（McLean），是一家拥有百余年历史的私营家族企业，旗下拥有宝路、皇家、伟嘉、希宝等宠物食品品牌。
2	瑞士雀巢普瑞纳公司	普瑞纳公司成立于 1894 年，拥有 80 余年的宠物食品研发及生产历史，2002 年被雀巢集团收购成立雀巢普瑞纳公司，旗下拥有冠能、丝倍亮、HIPRO、康多乐等宠物食品品牌。
3	烟台中宠食品股份有限公司（股票代码：002891）	该公司成立于 2002 年，主要从事犬用和猫用宠物食品的研发、生产和销售，主营产品包括宠物零食、宠物罐头和宠物干粮，旗下拥有顽皮等宠物食品自主品牌。

序号	公司名称	主营业务、主营产品以及与公司的比较情况
4	佩蒂动物营养科技股份有限公司（股票代码：300673）	该公司成立于 2002 年，主要从事宠物食品的研发、生产和销售，主营产品包括咬胶、宠物营养肉质零食、宠物营养保健品等，旗下拥有齿能、爵宴等宠物食品自主品牌。
5	乖宝宠物食品集团股份有限公司	该公司成立于 2006 年，主要从事犬用及猫用宠物干粮、宠物罐头、宠物零食的研发、生产与销售，旗下拥有麦富迪等宠物食品自主品牌。
6	上海比瑞吉宠物用品股份有限公司	该公司成立于 2002 年，主要从事犬用及猫用宠物干粮、宠物罐头、宠物零食的研发、生产与销售，旗下拥有比瑞吉、开饭乐等宠物食品自主品牌。
7	上海依蕴宠物用品有限公司	该公司成立于 2009 年，主要从事宠物食品、宠物保健品的研发、生产与销售，旗下拥有伯纳天纯等宠物食品自主品牌。

（三）发行人的行业地位

公司自成立以来即从事宠物食品的研发、生产与销售，致力于为宠物提供健康、安全的优质宠物食品和科学喂养方案。经过十多年的辛勤耕耘，公司现已成为国内综合优势领先的专业宠物食品制造企业，具有领先的市场地位。

1、公司在目标市场的占有率

报告期内，公司主营产品包括犬粮、猫粮等宠物干粮类主粮，并主要面向境内销售。根据公司主营产品类别及销售区域，现阶段公司产品销售的目标市场定位于国内宠物干粮市场。根据中国饲料工业协会的数据统计，国内宠物饲料的产量由 2019 年 87.1 万吨上升至 2022 年 123.7 万吨。公司选取产量规模对公司市场占有率进行测算。综合考虑公司 ODM/OEM 业务及自主品牌业务，经测算，2019 年至 2022 年，公司产品市场占有率由 4.32% 上升至约 6.08%；仅考虑公司自主品牌业务，经测算，2019 年至 2022 年，公司自主品牌业务产品市场占有率由 1.38% 上升至约 1.90%。

报告期内公司产品的市场占有率在 4%-7% 之间，自主品牌市场占有率在 1%-2% 之间，与目前国内宠物食品市场相对分散的竞争格局相关。根据 Euromonitor 统计，截至 2021 年末，我国宠物食品市场份额相对分散，排名前十的宠物食品企业市场占有率合计约 24% 左右，其中行业国际龙头美国玛氏（包括皇家、宝路等多种品牌）的市场占有率约 8%，余下单一企业的市场占有率相对分散。由此对比可知，公司产品的市场占有率位于行业前列。目前，国内宠物食品行业正处于快速成长期，给予了国内企业较好的增量空间，公司可充分抓住国内成长期市场的行业机遇，进一步提高公司的市场占有率。

2、公司经营业绩稳定

报告期内，公司营业收入分别为 40,495.91 万元、66,407.27 万元、97,837.02 万元及 52,490.17 万元，保持稳定增长的趋势，业务规模在国内宠物食品行业的宠物干粮细分领域中位居前列。目前，公司已经积累了先进的生产工艺与产品配方技术，在中高端宠物食品市场具备了替代进口产品的能力，并实现了一定的市场份额，成为国内宠物食品替代进口的中坚力量。随着我国宠物食品需求的快速扩张，公司业务规模将不断扩大，市场份额有望持续提升。

3、公司产品定位于中高端市场

根据 Euromonitor 的统计数据显示，国内宠物干粮产品区分犬粮、猫粮的产品市场定位及终端零售价格情况具体如下表所示：

产品类型	产品定位	终端零售价格
宠物干粮类 犬粮	Premium（高档型犬粮）	60 元/kg 以上
	Mid-priced（中等价位型犬粮）	20 元/kg-60 元/kg
	Economy（经济型犬粮）	20 元/kg 以下
宠物干粮类 猫粮	Premium（高档型猫粮）	70 元/kg 以上
	Mid-priced（中等价位型猫粮）	30 元/kg-70 元/kg
	Economy（经济型猫粮）	30 元/kg 以下

数据来源：Euromonitor International

由上表可知，宠物干粮类犬粮、猫粮中高端产品（包括高档型宠物干粮、中等价位型宠物干粮）终端零售价格档次分别为 20 元/kg 以上、30 元/kg 以上。

根据上述行业研究统计数据，结合公司自主品牌产品与同行业公司的产品售价对比，并查阅公司下游主要 ODM 客户的终端零售价格，经对比分析可知，公司自主品牌业务及 ODM 业务中的主要产品定位于宠物干粮的中高端市场，核心竞争力较强。

（四）发行人的竞争优势

1、研发技术优势

公司高度重视技术研发，自成立以来不断加入研发投入力度。经过多年的发展，公司构建了一套完善的研发体系，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，研发创新能力日益强大，形成了自身独特的

研发技术优势。

（1）产品配方设计持续推陈出新

在宠物食品配方设计方面，公司建有专门的宠物食品营养研究中心，拥有一支专业的宠物食品营养研发团队，研发人员涵盖动物营养学、动物医学、动物行为学、食品科学等学科专业，长期围绕宠物的营养需求和宠物的科学喂养两个方面开展研发工作，主要研究方向包括宠物功能性营养方案、宠物健康成长营养方案、宠物疾病营养的研究与应用、宠物行为学研究等。通过不断积累宠物全生命周期的生长曲线及营养需求等方面的试验数据，公司建立了相关的宠物营养数据库，为配方设计提供科学的数据支撑；公司积极开展产学研合作研究，经上海市院士专家工作站指导办公室等批准建立了宠物食品研究领域的首个上海市专家工作站，为宠物提供营养均衡、促进宠物健康、适口性优越的宠物食品配方方案。

公司根据宠物的品种、宠物年龄、宠物成长环境等个体差异因素，不断探索产品配方、产品品类及口味特点，不断追求和提升产品的营养均衡性和功能多元性，推陈出新，以满足不断变化和多元化的消费需求。

凭借对市场需求的精准掌握、配方工艺的严密论证和研发技术的投入，公司已研发设计并向市场累计投放数百种产品品类，多款创新产品获得市场的高度认可。例如公司推出的以食材新鲜、低敏无谷、高钙高蛋白为设计理念的产品系列，具有营养价值高、适口性强的优点，是公司中高端宠物食品的代表之一；此外，公司还推出了多款在营养均衡的基础上，增加改善宠物大脑发育、肠胃健康、美毛护肤、明目助长、泌尿道健康、低脂易消化等功能特征的功能性产品，获得了良好的市场反应，有效地满足了多元化的宠物食品需求。

（2）生产工艺及质量检测技术成熟稳定

在生产工艺方面，公司拥有多条高端专业宠物食品生产线，多年来深耕宠物食品挤压膨化工艺，研发技术人员不断对生产工艺参数进行优化调整，对生产环节中的湿法膨化工序、美拉德反应后喷涂工序、鲜肉酶解工艺等进行技术改进，使得制成的产品熟化度高，营养损失少，质地均匀、性状稳定，同时具有更安全无害、易消化吸收等优点。在产品质量控制方面，公司建立了一套完整的质量控制流程和检测标准，开发了行业内独创的宠物食品检测分析软件，积累了丰富的

产品质量控制经验。

基于公司开展的宠物食品配方设计和生产工艺的研发工作，公司形成了多项技术转化成果。截至 2022 年 6 月 30 日，公司及其子公司拥有已授权专利 54 项，其中发明专利 9 项、实用新型专利 32 项、外观设计专利 13 项。公司研发的“一种宠物被毛、羽毛、鱼鳞亮艳粉剂及其制备方法”发明专利荣获上海市发明创新二等奖，研发能力突出。公司及公司员工在主要学术期刊上发表了多篇学术论文，公司核心技术人员汪迎春、任阳还在国际著名的动物科学学术期刊《JOURNAL OF ANIMAL SCIENCE》（JAS）发表了以动物营养学为主题的 SCI 论文；此外，公司技术人员任阳等人与中国农业科学技术出版社合作完成多本行业内科普类优秀专著的翻译出版工作，公司在宠物科学营养、动物行为等方面的研究具有一定的前瞻性 & 行业先进性。

2、产品质量优势

公司始终坚持“质量就是生命”的生产经营理念，高度重视产品质量安全。公司通过了 ISO22000: 2018 食品安全管理体系认证，具备良好的质量控制体系，并 & 中国优质农产品开发服务协会牵头制定了宠物食品行业团体标准《宠物配合饲料（全价宠物食品）标准综合体团体规范》，参与起草了《宠物零食标准综合体团体规范》等行业标准。公司在日常生产经营活动中严格按照国家标准、行业标准，在产品的研发设计、生产制造和服务等过程中严格实施质量管控措施，同时根据 & 公司实际情况制定了较为完善的企业标准 & 相关制度。

公司建立了覆盖采购、生产、仓储等环节在内的全面质量控制体系。在采购原材料环节，公司执行严格的供应商准入程序，供应商需通过严格的资质审核、产品质量检测等考核流程后方能进入公司合格供应商名录，从产品源头保证产品的质量 & 安全；在生产环节 & 仓储环节，公司建立了一流的专业宠物食品生产线，并严格执行质量控制流程，覆盖从投料到产成品入库检验的全部生产环节；在产品检测方面，公司从基础设施、人员配置到制度机制，建立了一套完整的质量控制流程 & 检测标准。

得益于公司专业的配方设计能力 & 优越的产品品质，公司积累了稳定的客户资源 & 完善的销售渠道，公司与“网易严选”等知名品牌商以及诸多国内知名的

宠物食品品牌客户建立了稳定的合作关系。

3、智能化专业化生产优势

公司拥有先进的、现代化的宠物食品生产基地，并实现了生产过程的智能化与自动化控制。公司在宣城的生产基地、在上海金山的生产基地均实现“紧扣关键工序智能化、关键岗位机器人替代、生产过程智能优化控制、供应链优化，建设重点领域智能工厂/数字化车间”的要求，宣城工厂被安徽省经济和信息化厅评定为“高端宠物食品数字化车间”，体现了公司自动化、数字化、智能化的高端制造能力。公司在生产效率、成本控制和供货时效等方面具有显著的竞争优势。

一方面，公司持续增加先进设备及技术研发的投入，对生产线进行工艺改良和流程优化，实现了生产过程的智能化和自动化，有效提升生产效率。智能化、自动化的生产线优化了公司人力成本，产品生产流程基本由自动化设备一体化完成，生产过程能够保持产品标准化及品质稳定性；生产过程的连续化使得能源效率提升，生产环境清洁度以及工艺指标控制提升；生产过程的智能化有利于实现规模化生产，进而实现供应链管理的大批量、集中化采购，保证了公司原材料供应的稳定性以及一定的议价能力。公司上海金山工厂全线采用智能化自动生产线，实现了从原料源头到生产过程再到货物发放至品牌仓库的全链路监控，保证了原料产地、运输过程、原料检验、入库进仓过程、生产环节、智能仓储、发货状态等各维度的全方位追溯，形成标准化追溯系统。全过程实现在线管理，数据的在线监测和抓取，并对应生产过程中的各个环节，实时调整过程管控，自行调整各个生产参数。公司已在宠物食品领域迈出了智能智造的关键一步。

另一方面，专业化生产使得公司能够及时满足消费者多样化的需求。产品持续创新、功能更加多元将成为宠物食品行业的发展趋势。公司聚焦于宠物食品中宠物主粮的专业化生产。公司凭借领先的宠物食品专业配方设计，产品品类推陈出新，并辅以专业化的生产设备和生产线的改进不断提升生产效率，满足宠物食品营养指标、标准规格、便捷卫生等方面的生产要求，能够针对不同的消费层级和消费需求提供差异化、个性化的专业产品选择。

4、品牌优势

我国宠物食品行业发展初期，由于发达国家和地区的宠物食品行业起步较

早，国际品牌企业占据先机，在国内宠物食品市场占据了较高的市场份额。公司自成立以来，即专注于宠物食品的研发、生产与销售，聚焦于国内宠物食品市场，较早规划自主品牌发展策略，在市场上建立了良好的品牌形象，成为国产知名品牌的代表之一。

凭借较强的研发创新能力、先进的生产设备和生产工艺、严格的产品质量控制，公司的产品获得良好的市场口碑，品牌知名度和市场美誉度不断提升。目前，公司旗下的“比乐”品牌具有较强的市场影响力与品牌美誉度，是国内中高端宠物食品品牌的代表之一，并先后荣获“2015 年中国宠物行业年度优秀品牌”、“2015 年度最受消费者喜爱宠物品牌奖”、“2016 PFA 年度最具影响力品牌主粮 TOP5”、“宠物行业 2018 年度华中地区影响力品牌奖”、“宠物新国货 2019-2020 年度黑马品牌”、“2020 年国货品牌之星”、“2020-2021 年度匠心品牌奖”、“2020 年度宠主喜爱的中国制造品牌”、“2020-2021 年度指定新锐国货品牌”、“2021 年度 TBI 杰出品牌创新奖-年度人气品牌奖”、“2022PFA 年度实力食品品牌大奖”、“2022PFA 年度创新典范大奖”、“2022 年度 TBI 杰出品牌创新奖-年度品牌”、“中国最具价值宠物品牌 TOP10”等多项荣誉。

此外，公司拥有多品牌、差异化的产品矩阵，旗下的多种品牌定位精准、功能鲜明，有效覆盖了各类目标消费人群。

主要自主品牌	主要产品系列	部分产品图示
	产品系列主要包括‘比乐极速鲜系列产品’、‘比乐霸气鲜系列产品’、‘比乐原味鲜系列产品’等。	
	产品系列主要包括‘爱倍食力胃3+2系列产品’、‘爱倍优生胃系列产品’、‘爱倍元气胃系列产品’等。	
	品卓通用型产品系列	

5、营销服务优势

公司建立了完善的营销网络体系，包括向国内宠物食品品牌商客户提供 ODM/OEM 服务，以及建立自主品牌。其中自主品牌业务主要通过经销模式及网络销售渠道相结合的方式推广产品。

在 ODM/OEM 业务中，公司凭借多年来在宠物食品领域的技术积累，在产品开发能力、生产工艺技术、供应链管理体系、产品质量等方面具备较高的市场知名度，吸引了行业内知名的宠物食品品牌商与公司展开合作。公司根据掌握的行业前沿信息及产品最新技术动态，能够及时、精准把握、响应客户的需求，提供充分的技术支持和售后服务。

在自主品牌业务中，公司实施了多渠道布局，实现了对全国零售市场的多方位覆盖，目前公司主要通过经销模式及网络销售渠道相结合的方式推广自主品牌产品。根据不同区域市场的开发程度和特点，公司采取了差异化的营销策略，因地制宜、协调发展，提高了产品销售的渗透力，并拥有完善的售前售后服务体系。

就经销模式而言，公司一方面能够充分发挥经销商覆盖面更广的优势，借助

经销商的渠道资源更有效地开拓和巩固市场，提升品牌知名度，另一方面能够优化公司管理及销售资源投入，扁平化的经销网络能够提高公司产品价格体系执行效率；公司制定了完善的经销商管理制度和流程，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。

就网络销售渠道而言，公司顺应互联网营销的发展浪潮，把握电商爆发的机遇，与天猫、京东等主流电商平台均建立了合作关系，并依托该等主流电商平台面向终端消费者推广自主品牌，进一步提升了公司自主品牌的影响力。此外，移动网络的快速发展带来了“互联网+消费”的发展以及社交电商的兴起，公司充分利用微信、微博、抖音、小红书等社交平台进行推广宣传，多方位多渠道构建公司产品品牌认知度，进一步吸引了目标消费者群体，为公司推广自主品牌产品搭建了多元化的营销渠道。

6、人才优势

国内宠物食品行业近年来保持高速增长，对专业型人才的需求量迅速扩大。公司创始人汪迎春先生早在 1998 年就开始接触宠物行业和宠物食品加工行业，是国内宠物干粮食品加工领域的开拓者，于 2011 年取得“国家高级宠物营养师”的资格称号，并连续获得“2013 中国宠物行业年度人物”、“2014 中国宠物行业年度人物”等荣誉称号。公司主要核心技术人员具备多年来专注于动物营养学研究经验，并参与了多项国家课题计划项目、国家自然科学基金青年科学基金项目等课题研究。通过多年的宠物食品研发、生产实践，公司组建了高素质的核心管理团队和专业化的核心技术团队，核心成员均由行业资深专家组成，拥有在行业内丰富的工作和管理经验。公司核心管理团队长期致力于企业管理和市场拓展，具备丰富的管理经验和敏锐的市场眼光；公司核心技术团队长期致力于宠物食品配方设计与工艺技术开发，具备业界领先的技术能力。公司同时吸纳行业内的高端、专业人才加盟，形成了面向长远的人才梯队。公司主要核心技术团队和核心管理团队近年来较为稳定，为公司未来的快速发展奠定了良好的人才基础。

（五）发行人的竞争劣势

1、经营规模有待进一步提升

随着国内宠物食品行业规模的不断扩大和公司的品牌知名度和市场影响力

的逐步提高，公司产品下游需求提升与自有产能不足的矛盾仍然持续。目前公司亟需扩大自主产能，丰富产品种类，并将销售网络向全国进一步扩展，不断提高市场占有率，才能在激烈的市场竞争中巩固并持续提升公司的市场地位。

2、融资渠道较为单一

宠物食品种类丰富、配方多样，且为保证宠物食品最大程度发挥营养功能性，需要对其不同的原料进行不同形式的加工，生产涉及的各类指标较为复杂、技术壁垒相对较高，需要持续加强技术创新和设备投入，提高生产供给能力，推动产品升级；同时，拥有成熟、稳定的销售渠道是提高市场份额、提升品牌影响力的重要手段之一，公司需要加强营销信息网络的建设，加大营销投入。上述目标的达成均需大量资金投入，而公司目前主要依靠股东资本金投入、自身经营积累来解决资金问题，相比于同行业上市公司，公司的融资渠道单一，融资能力受限，进而一定程度上制约了公司的发展。

（六）发行人与同行业可比公司的比较情况

报告期内，公司所处行业属于“农副食品加工业”中的“宠物饲料加工”，公司主营业务为宠物食品的研发、生产与销售，主要产品为犬粮、猫粮等宠物干粮类主粮。报告期内，公司犬粮、猫粮产品销售收入占主营业务收入比例分别为98.68%、98.83%、98.92%和98.82%，为公司主要利润来源。根据国民经济行业分类（GB/T4754-2017），公司所处行业属于“农副食品加工业”中的“宠物饲料加工”（代码：1321）。

1、同行业可比公司选取的主要依据

公司选取同行业可比公司的主要依据如下：

- （1）所处行业为“农副食品加工业”中的“宠物饲料加工”；
- （2）为增加产品的可比性，主营业务及主要产品包括宠物主粮类宠物食品；
- （3）主要经营业务数据可通过公开渠道获取。

2、结合宠物行业发展状况选取同行业可比公司的过程

就宠物行业而言，宠物行业主要包括宠物饲养、宠物交易、宠物食品、宠物用品、宠物医疗、宠物美容、宠物训练、宠物保险以及宠物殡葬等一系列商品和

服务链条，各部分具有各自独特的行业特点。

公司产品属于宠物食品中的宠物主粮之宠物干粮，所处行业为“宠物饲料加工”。目前沪深 A 股上市公司/拟上市公司中所处行业为“宠物饲料加工”的公司如下：

公司名称	主营业务及主要产品	是否作为发行人同行业公司可比公司
中宠股份 (002891)	公司主要从事犬用及猫用宠物食品的研发、生产和销售业务，公司产品线涵盖干粮、湿粮、零食、洁齿骨、饼干等品类。2019 年-2022 年 1-6 月，宠物主粮销售收入金额为 6,270.66 万元、14,210.36 万元、30,646.13 万元和 14,454.23 万元。	是
佩蒂股份 (300673)	公司主营业务集宠物食品的研发、制造、销售和自有品牌运营于一体，主要产品有畜皮咬胶和植物咬胶等宠物咀嚼食品、宠物营养肉质零食、宠物干粮、宠物湿粮及其他宠物食品。2019 年-2022 年 1-6 月，宠物主粮销售收入金额为 2,032.09 万元、12,339.41 万元、14,986.89 万元和 5,992.26 万元。	是
路斯股份 (832419)	公司主要从事宠物零食的研发、生产和销售，主要产品包括肉干产品、宠物罐头、宠物饼干、宠物洁牙骨四大类。公司不存在宠物主粮业务。	否，该公司主要产品中不包括宠物主粮
乖宝宠物 (2021 年 12 月 申报创业板)	公司从事宠物食品的研发、生产和销售，公司主要产品为宠物犬用、猫用食品，涵盖主粮系列、零食系列及保健品系列等。2019 年-2021 年，宠物主粮销售收入金额为 48,348.53 万元、69,551.18 万元和 91,200.67 万元。	是

由于宠物零食包含的咬胶、洁牙骨等各类产品不属于宠物饲养刚需产品，且在生产工艺、原材料选用、所处细分市场竞争等方面与宠物干粮类主粮存在一定的差异，因此宠物零食与宠物主粮可比性相对较低。

上市公司中宠股份、佩蒂股份以及拟上市公司乖宝宠物主营业务中均包含与公司产品具有相似性的宠物主粮，因此公司选取中宠股份、佩蒂股份及乖宝宠物作为同行业可比公司。

目前，公司与同行业可比公司、以及与公司同行业竞争且具有一定品牌实力与市场影响力的竞争公司的经营情况对比具体如下表所示：

序号	企业名称	成立时间	注册资本/ 股本	2021 年 12 月 31 日/2021 年度			发明专利	研发投入 占比
				总资产	营业收入	销量		
1	福贝宠物	2005 年	36,180.00 万元	96,989.33 万元	97,837.02 万元，其中宠物主粮产品收入 97,507.02 万元	宠物主粮产品 71,173.88 吨	9 项	1.67%
2	中宠股份 (股票代码: 002891)	2002 年	2.94 亿股	301,518.16 万元	288,155.27 万元，其中宠物主粮产品收入为 30,646.13 万元	宠物主粮产品 14,441.93 吨	14 项	1.43%
3	佩蒂股份 (股票代码: 300673)	2002 年	2.53 亿股	285,491.45 万元	127,089.26 万元，其中宠物主粮和湿粮产品收入为 14,986.89 万元	-	12 项	1.78%
4	乖宝宠物	2006 年	36,004.00 万元	230,334.46 万元	257,516.31 万元，其中宠物主粮产品收入为 91,200.67 万元	宠物主粮产品 81,055.95 吨	6 项	2.31%
5	瑞士雀巢公司 (Nestlé) (股票代码: NESN)	普瑞纳公司成立于 1894 年，2002 年被雀巢集团收购成立雀巢普瑞纳公司	281.50 百万瑞郎	139,142 百万瑞郎	宠物相关产品收入 15,556 百万瑞郎	-	-	1.92%
6	美国玛氏公司 (Mars)	1911 年	目前，美国玛氏公司是旗下拥有 100 多个品牌的大型跨国公司，年收入达到 300 亿美元，员工超过 65000 余名，糖果巧克力和宠物食品销售额均排名全球第一。					
7	上海比瑞吉宠物用品股份有限公司	2002 年	9,807.21 万元	上海比瑞吉在国内拥有两大宠物食品生产基地上海金山基地、山东开饭乐基地，其中上海金山工厂日生产达 200 吨，山东开饭乐工厂日生产达 300 吨，高端湿粮工厂日生产达 36 吨。并拥有两大专业科研基地宠物食品安全质量食品检测中心、小动物营养研究与开发中心。				
8	上海依蕴宠物用品有限公司	2009 年	3,600 万元	依蕴宠物目前拥有广德优维坊宠物食品有限公司和江苏镇江宠物食品有限公司 2 家工厂，其中广德优维坊负责生产依蕴宠物旗下伯纳天纯、宠梦工坊等品牌的宠物干粮、湿粮以及宠物保健品，日平均产量约 80 吨。				

注：上述经营状况及研发水平等相关内容来源于上市公司年报、非上市公司官网等公开资料显示；可比公司 2022 年数据尚未披露。

九、发行人的主营业务经营情况

（一）发行人主营产品的产销情况

1、主要产品的产量、销量及产销率

公司是国内综合优势领先的宠物食品供应商。公司主营业务集宠物食品的研发、生产及销售为一体，公司主营产品主要包括犬粮、猫粮等宠物干粮类主粮，犬粮与猫粮两者之间除配方成分等差异外，其主要生产工艺流程相似，因此公司宠物食品的产能及产量系合并统计。

报告期内，公司的产能利用率情况如下：

年度	年产能（吨）	自有产量（吨）	产能利用率
2022 年 1-6 月	42,000.00	27,392.32	104.33%
2021 年	42,000.00	48,967.17	111.00%
2020 年	29,400.00	33,026.88	112.34%
2019 年	25,200.00	22,530.83	89.41%

注 1：全年产能系根据膨化机可生产标准产品的理论生产效率，按照一年工作天数 280 天，每天单班工作时间 12 小时计算。

注 2：2020 年产能增加主要系公司宣城工厂的宠物食品扩产项目于 2020 年四季度投产所致，产能增加仅计算 2020 年四季度对应新增产能。

注 3：2021 年-2022 年 1-6 月，公司金山工厂的高端宠物食品智能制造示范基地建设项目于 2021 年 10 月进入试生产阶段，产能口径未包含该金山工厂试生产产能。2021 年-2022 年 1-6 月计算产能利用率时，产量口径未包含自有产量中金山新工厂试生产的 2,349.23 吨、5,483.40 吨。

注 4：产能利用率按产量/产能计算，2022 年 1-6 月按产量/产能*2 计算。

报告期内，公司的产销情况具体如下：

年度	产量（吨）			销量（吨）	产销率
	自有产量	外协产量	合计产量		
2022 年 1-6 月	27,392.32	10,007.61	37,399.92	37,570.54	100.46%
2021 年度	48,967.17	22,080.36	71,047.52	71,173.88	100.18%
2020 年度	33,026.88	18,814.57	51,841.45	50,462.32	97.34%
2019 年度	22,530.83	15,082.63	37,613.46	37,506.61	99.72%

2、主要产品的销售收入情况

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
犬粮	23,166.75	44.14%	44,272.26	45.40%	34,007.34	51.23%	24,915.16	61.76%
猫粮	28,694.04	54.68%	52,177.29	53.51%	31,598.16	47.60%	14,895.37	36.92%
其他产品	618.11	1.18%	1,057.47	1.08%	778.98	1.17%	533.68	1.32%
主营业务收入	52,478.90	100.00%	97,507.02	100.00%	66,384.48	100.00%	40,344.21	100.00%

3、产品销售量与销售价格变动情况

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	销量（吨）	平均价格（元/吨）	销量（吨）	平均价格（元/吨）	销量（吨）	平均价格（元/吨）	销量（吨）	平均价格（元/吨）
犬粮	17,621.40	13,146.94	34,031.89	13,009.05	28,048.26	12,124.58	25,656.93	9,710.89
猫粮	19,819.56	14,477.64	36,590.79	14,259.68	22,347.78	14,139.29	11,790.03	12,633.87

4、公司前五名客户情况

报告期内，公司对主要客户销售的主要产品为犬粮与猫粮等宠物干粮类主粮，公司对主要客户销售金额、占当期营业收入比例如下表所示：

单位：万元

2022 年 1-6 月			
序号	客户名称	金额	占营业收入比例
1	杭州网易严选贸易有限公司	9,821.87	18.71%
2	陕西席域宠物食品有限公司	3,867.46	7.37%
3	上海宠幸宠物用品有限公司	3,401.14	6.48%
4	深圳市豆柴宠物用品有限公司	3,111.49	5.93%
5	绍兴小淘气宠物用品有限公司	2,447.71	4.66%
小计		22,649.67	43.15%
2021 年度			
序号	客户名称	金额	占营业收入比例
1	杭州网易严选贸易有限公司	15,087.44	15.42%
2	上海宠幸宠物用品有限公司	12,426.96	12.70%
3	陕西席域宠物食品有限公司	6,735.72	6.88%
4	深圳市豆柴宠物用品有限公司	5,025.90	5.14%

5	杭州帕特诺尔宠物有限公司	2,420.11	2.47%
小计		41,696.12	42.62%
2020 年度			
序号	客户名称	金额	占营业收入比例
1	杭州网易严选贸易有限公司	9,845.23	14.83%
2	席域进出口贸易（西安）有限公司	4,303.29	6.48%
3	上海宠幸宠物用品有限公司	2,896.58	4.36%
4	深圳市豆柴宠物用品有限公司	2,700.92	4.07%
5	麦和（广州）实业有限公司	2,248.47	3.39%
小计		21,994.48	33.12%
2019 年度			
序号	客户名称	金额	占营业收入比例
1	杭州网易严选贸易有限公司	3,264.78	8.06%
2	席域进出口贸易（西安）有限公司	1,999.70	4.94%
3	上海莲萌宠物用品有限公司	1,835.11	4.53%
4	艾斯克（南京）生物科技有限公司	1,527.00	3.77%
5	华宠（上海）企业管理股份有限公司	1,408.93	3.48%
小计		10,035.52	24.78%

注 1:上述前五名客户的销售统计，已对客户同一控制下企业的销售金额进行了合并计算；

注 2:“席域进出口贸易（西安）有限公司”与“陕西席域宠物食品有限公司”为同一控制。

报告期内，公司不存在向单个客户销售比例超过总额 50%的情况，不存在公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员、主要关联方和持有 5%以上股份的股东在上述客户中占有权益的情况。

（二）发行人采购与主要供应商情况

报告期内公司向供应商的对外采购可以分为原辅料类采购、包材类采购、外购产品采购、外协服务采购等 4 类与公司日常生产相关的采购。原辅料类采购，主要系为满足宠物食品生产所涉及的谷物、肉制品等农副产品以及宠物营养添加材料等原辅料类采购；包材类采购，主要系各类包装袋、纸箱、标贴等包装材料的采购；外购产品采购，主要采购用于搭配公司主营产品宠物干粮销售的宠物零食、宠物用品等产品；外协服务采购，主要系由于宠物食品市场需求规模快速增长，公司自有产能相对不足，公司将部分生产标准化程度较高、便于品质管控的产品委托外协厂商加工而产生的外协服务采购。

报告期各期，发行人各类采购内容的采购金额及比例如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原辅料类采购	26,905.90	90.54%	53,468.73	90.87%	33,476.80	90.39%	19,816.03	86.92%
包材类采购	1,590.70	5.35%	3,030.42	5.15%	2,007.85	5.42%	1,416.09	6.21%
外协服务采购	779.86	2.62%	1,719.17	2.92%	1,472.27	3.98%	1,174.12	5.15%
外购产品采购	440.07	1.48%	623.98	1.06%	79.87	0.22%	390.77	1.71%
总采购额	29,716.53	100.00%	58,842.30	100.00%	37,036.79	100.00%	22,797.01	100.00%

报告期内，发行人原辅料类采购金额占发行人总采购额的比例分别为 86.92%、90.39%、90.87%和 90.54%，占比较高，宠物食品生产所需原材料系发行人主要采购内容。包材类采购金额占发行人总采购额的比例分别为 6.21%、5.42%、5.15%和 5.35%，整体保持稳定。外协服务采购金额占发行人总采购额的比例分别为 5.15%、3.98%、2.92%和 2.62%，采购金额随着外协加工产量的波动而有所波动。外购产品采购金额占发行人总采购额的比例分别为 1.71%、0.22%、1.06%和 1.48%，占比较低，该等外购产品主要系发行人基于营销等因素采购的宠物零食、宠物用品等用于搭配公司主营产品销售，金额较小。

1、主要原材料采购情况

（1）主要原材料的采购金额及占比情况

公司生产所需的原材料种类较多，主要包括鸡肉粉、鸡油、红薯粒、小麦、鱼粉、玉米、大豆分离蛋白等原材料。报告期内，公司主要原材料采购金额及其占采购总额比例情况如下：

单位：万元

2022 年 1-6 月		
采购类别	采购金额	占总采购金额比例
鸡肉粉	5,005.71	16.84%
鸡油	3,235.27	10.89%
红薯粒	1,512.49	5.09%
小麦	1,123.76	3.78%
鱼粉	1,108.08	3.73%

玉米	769.27	2.59%
大豆分离蛋白	242.65	0.82%
合计	12,997.23	43.74%
2021 年度		
采购类别	采购金额	占总采购金额比例
鸡肉粉	9,339.87	15.87%
鸡油	6,012.36	10.22%
鱼粉	3,975.74	6.76%
大豆分离蛋白	3,586.74	6.10%
红薯粒	2,163.55	3.68%
小麦	1,872.82	3.18%
玉米	1,731.29	2.94%
合计	28,682.37	48.74%
2020 年度		
采购类别	采购金额	占总采购金额比例
鸡肉粉	5,660.92	15.28%
鸡油	3,393.12	9.16%
大豆分离蛋白	2,642.32	7.13%
鱼粉	2,635.41	7.12%
玉米	1,613.78	4.36%
小麦	1,552.10	4.19%
红薯粒	962.92	2.60%
合计	18,460.57	49.84%
2019 年度		
采购类别	采购金额	占总采购金额比例
鸡肉粉	3,893.95	17.08%
鸡油	2,186.02	9.59%
小麦	1,483.44	6.51%
鱼粉	1,096.54	4.81%
玉米	1,040.17	4.56%
大豆分离蛋白	457.50	2.01%
红薯粒	268.34	1.18%
合计	10,425.96	45.74%

（2）主要产品产量与原材料耗用量的匹配关系

报告期内，公司主要产品产量与原材料耗用量的具体情况如下：

项目		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
犬粮	原材料投入（吨）	18,315.98	34,731.76	29,430.37	26,815.82
	产量（吨）	17,823.94	34,028.43	28,527.20	25,517.08
	投入产出比（%）	97.31%	97.97%	96.93%	95.16%
猫粮	原材料投入（吨）	20,304.56	38,321.95	24,523.28	12,942.06
	产量（吨）	19,385.42	36,907.66	23,247.31	12,035.84
	投入产出比（%）	95.47%	96.31%	94.80%	93.00%

报告期内，公司犬粮、猫粮产品原材料耗用数量与产量相匹配，主要产品的原材料投入产出比相对较为稳定。

2、主要采购价格变动情况

报告期内，公司主要原材料采购单价情况如下：

材料名称	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率	单价
鸡肉粉（元/吨）	7,478.28	1.89%	7,339.67	4.20%	7,043.61	2.01%	6,905.09
鸡油（元/吨）	10,351.20	9.34%	9,466.62	31.76%	7,184.78	8.89%	6,598.44
红薯粒（元/吨）	3,547.46	11.98%	3,167.80	-6.62%	3,392.40	-5.31%	3,582.66
小麦（元/吨）	3,036.67	22.47%	2,479.62	6.63%	2,325.53	1.48%	2,291.64
鱼粉（元/吨）	11,807.02	2.95%	11,469.01	5.91%	10,829.24	22.12%	8,867.98
玉米（元/吨）	2,818.78	-0.48%	2,832.24	28.06%	2,211.71	15.09%	1,921.79
大豆分离蛋白（元/吨）	19,195.65	11.87%	17,158.73	17.05%	14,658.97	10.39%	13,279.35

3、能源采购情况

公司生产主要耗用的能源为电力、柴油及天然气。2019 年公司使用生物质燃料作为能源，目前公司已使用更清洁的能源天然气替代生物质燃料。报告期内，该等能源供应持续、稳定，公司生产耗用的主要能源采购量及价格变动情况如下：

能源名称	采购情况	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
电	电费总计（万元）	359.07	387.62	258.07	216.83
	采购量（万度）	419.44	577.47	416.84	307.26

能源名称	采购情况	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
	平均单价（元/度）	0.86	0.67	0.62	0.71
柴油	燃油费总计（万元）	239.97	357.46	263.70	300.85
	采购量（吨）	313.06	606.17	532.43	494.45
	平均单价（元/吨）	7,665.26	5,897.14	4,952.85	6,084.62
天然气	天然气总计（万元）	364.38	434.96	246.47	68.54
	采购量（万立方）	90.99	142.61	86.31	22.77
	平均单价（元/立方）	4.00	3.05	2.86	3.01
生物质 燃料	生物质总计（万元）	-	-	-	97.75
	采购量（吨）	-	-	-	1,045.62
	平均单价（元/吨）	-	-	-	934.86

注：报告期内，仅上海地区松江工厂生产耗用柴油。

报告期内，公司生产主要耗用能源的市场供应充足，价格随市场价格波动，与公司规模相比，电力、柴油、天然气等能源耗用量占比较低。

4、劳务采购情况

报告期内，公司劳务采购的具体类别和对应职能如下：①产品包装及贴标：提供劳务服务的人员主要从事宠物食品装袋装箱、贴标等包装工序；②产品物料装卸：协助发行人完成产品和物料的搬运、装车、卸车等工作。

报告期内，公司劳务采购的金额分别为 74.30 万元、91.14 万元、213.65 万元和 137.94 万元。报告期内公司劳务采购的金额有所上升，主要系随着公司销售规模的整体扩张，相应生产产品数量及原材料采购量增多，对劳务外包的业务需求增多所致。2021 年度，公司劳务采购金额较 2020 年度上升较快，主要原因系 2021 年公司金山地区新工厂在试生产期间，因包装机等设备尚处于调试阶段，因此产品包装环节较多采取劳务外包方式完成，引致 2021 年劳务采购金额较高。

（1）公司报告期内不存在劳务派遣用工

报告期内，公司在生产辅助等环节中存在劳务外包的情形，不存在劳务派遣用工的情形。

公司采用劳务外包方式将部分产品包装贴标、物料装卸等工作通过框架采购委托供应商统一实施，劳务外包供应商根据公司的实际需求投入相应人员提供服务。报告期内，公司生产经营规模快速扩张，现有人员无法满足业务发展需求，公司在

增加人员招聘的同时，通过对部分生产辅助环节采取劳务外包用工方式作为公司人员的补充手段，以弥补产能不足。在核心生产工序由公司员工实施的基础上，劳务外包人员协助公司员工完成产品包装的装袋与贴牌以及物料搬运，上述生产辅助工序无法完全用机器替代且对个人技能要求不高，只需简单培训即可上岗，因此公司在报告期内存在对部分生产辅助环节工作实施劳务外包用工的情形。

报告期内，本公司及子公司劳务外包用工具体情况如下：

期间	主体	劳务外包合同相对方	服务主要内容	管理情况	劳务外包采购金额（万元）
2022 年 1-6 月	福贝宠物、宣城福贝、上海福益、上海福智	上海云臻劳务派遣有限公司、上海霏影人力资源开发有限公司、芜湖安得智联科技有限公司	产品的装袋与贴牌以及物料搬运等工作	公司提出工作要求，外包员工由劳务外包公司统一管理	137.94
2021 年	福贝宠物、宣城福贝、上海福益、上海福智	上海仁和劳务服务外包有限公司、上海云臻劳务派遣有限公司、安徽省华能新业人力资源有限公司、芜湖安得智联科技有限公司等			213.65
2020 年	福贝宠物、宣城福贝、上海福益	上海仁和劳务服务外包有限公司、上海云臻劳务派遣有限公司、安徽省华能新业人力资源有限公司等			91.14
2019 年	福贝宠物、宣城福贝、上海福益	上海仁和劳务服务外包有限公司、上海云臻劳务派遣有限公司等			74.30

结合《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国劳动合同法》《劳务派遣暂行规定》的规定及人民法院、劳动仲裁委对于劳动争议案件的裁判思路，劳务派遣与劳务外包之间的区别如下：

劳务外包是指发包企业将其部分工作内容发包给外包单位，并按照合同约定向外包单位支付费用，由外包单位自行安排人员按照发包企业的要求完成相应的业务或工作；劳务派遣是指由劳务派遣单位与被派遣劳动者签订劳动合同，然后向用工单位派出该员工，该员工接受用工单位的指挥、监督，以完成劳动力和生产资料的结合的一种特殊用工方式，具体区别对比分析如下：

区别	劳务派遣特征	劳务外包特征	公司情况是否符合劳务外包特征
法律关系	用人单位与派遣单位签署《劳务派遣协议》	发包单位与外包单位签署《劳务协议》或其他同类合同	是：公司与外包单位签署了劳务外包服务协议

区别	劳务派遣特征	劳务外包特征	公司情况是否符合劳务外包特征
人员管理主体	用工单位直接管理	外包单位对其安排的人员统一管理	是：提出工作要求与任务后，由外包单位自行安排人员
人员薪酬发放主体	由用工单位核算发放，在派遣单位领取	由外包单位直接发放	是：公司定期与外包单位确认任务完成情况，外包单位向公司开具发票，由外包单位向外包服务人员发放工资及缴纳社保及其他国家规定相关费用
用工风险的承担	由用工单位承担	由外包单位承担	是：外包单位直接管理外包服务人员，履行相关义务与法律责任，承担用工风险
结算方式	按照劳务派遣合同约定的派遣人数进行结算，遵守同工同酬标准	主要按照劳务外包合同约定的服务内容及实际工作量进行结算	是：公司综合考虑外包单位完成的任务量、工时等，并结合服务质量等因素进行结算

综上，报告期内，公司及子公司对部分生产辅助环节工作实施劳务外包用工的情形符合《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国劳动合同法》等法律对劳务外包特征的认定，属于劳务外包。公司不存在劳务派遣用工的情形。

（2）公司劳务外包用工不存在重大违法行为

报告期内，福贝宠物、上海福益、宣城福贝及上海福智在生产辅助环节中存在劳务外包的情形，以上 4 家公司已取得劳动及社会保障相关主管部门出具的合规证明。

①福贝宠物

依据上海市松江区人力资源和社会保障局于 2022 年 1 月 4 日出具的《证明》，确认福贝宠物经劳动保障监察系统比对，自 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，在松江区共查处案件 0 起，无处罚记录。根据上海市松江区人力资源和社会保障局于 2022 年 7 月 15 日出具的《证明》，确认福贝宠物经劳动保障监察系统比对，自 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 6 月 30 日，在松江区共查处案件 0 起，无处罚记录。

②上海福益

依据上海市松江区人力资源和社会保障局于 2022 年 1 月 4 日出具的《证明》，确认上海福益经劳动保障监察系统比对，自 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，在松江区共查处案件 0 起，无处罚记录。根据上海市松江区人力资源和社会保障局于 2022 年 7 月 15 日出具的《证明》，确认上海福益经劳动保障监察系统

比对，自 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 6 月 30 日，在松江区共查处案件 0 起，无处罚记录。

③宣城福贝

根据宣城市人力资源和社会保障局于 2022 年 7 月 22 日出具的《证明》，自 2019 年 1 月 1 日起至该证明出具之日，宣城福贝严格遵守国家及地方劳动及社会保障管理法律法规，不存在违反国家及地方劳动及社会保障法律法规的行为和记录，亦不存在因社会保险费缴存事宜而被追缴或被政府有关部门处罚的情形。

④上海福智

根据上海市人力资源和社会保障局于 2022 年 7 月 14 日出具的《法人劳动监察行政处罚信用报告》（序列号：F（2022）00037580），上海福智自 2020 年 3 月 17 日成立之日起至 2022 年 6 月 30 日，无劳动监察类行政处罚记录。

此外，报告期内公司合作的主要劳务外包服务单位为上海云臻劳务派遣有限公司、上海仁和劳务服务外包有限公司、芜湖安得智联科技有限公司、安徽省华能新业人力资源有限公司等。上述公司均为依法设立且有效存续的有限责任公司，为独立的经营实体。报告期内，公司和上述劳务外包服务单位根据双方签订的外包合同约定，享受合同权利，承担合同义务及法律责任，不存在违反合同条款的情形。

综上所述，报告期内公司劳务外包用工符合劳动合同法等相关法律规定，不存在重大违法行为。

5、前五大供应商情况

报告期内，公司向前五名供应商采购情况如下：

单位：万元

2022 年 1-6 月				
序号	供应商名称	金额	占比	主要采购内容
1	溧阳市溧福肉粉有限公司	2,353.87	7.92%	鸡肉粉
2	如皋市裕旺旺饲料有限公司	1,546.28	5.20%	鸡油
3	连云港爱普动物营养保健有限公司	1,522.23	5.12%	鸭肉粉、鸡肉粉
4	鑫瑞森贸易（大连）有限公司	1,060.95	3.57%	鸡肉粉

5	维尔普顿工贸（连云港）有限公司	1,059.53	3.57%	鸡油
小计		7,542.85	25.38%	-
2021 年度				
序号	供应商名称	金额	占比	主要采购内容
1	如皋市裕旺旺饲料有限公司	3,897.61	6.62%	鸡油
2	溧阳市溧福肉粉有限公司	3,223.62	5.48%	鸡肉粉
3	山东嘉华生物科技股份有限公司	2,688.52	4.57%	大豆分离蛋白
4	尹海国际贸易（上海）有限公司	2,570.17	4.37%	鱼粉
5	鑫瑞森贸易（大连）有限公司	1,908.83	3.24%	鸡肉粉
小计		14,288.74	24.28%	-
2020 年度				
序号	供应商名称	金额	占比	主要采购内容
1	如皋市裕旺旺饲料有限公司	2,500.17	6.75%	鸡油
2	政和县硕丰蛋白饲料有限公司	2,053.35	5.54%	鸡肉粉
3	溧阳市溧福肉粉有限公司	1,738.20	4.69%	鸡肉粉
4	江苏翼邦生物技术有限公司	1,660.76	4.48%	各类鸡水解物
5	嘉兴市天力生物技术股份有限公司	1,472.27	3.98%	委托加工费
小计		9,424.74	25.45%	-
2019 年度				
序号	供应商名称	金额	占比	主要采购内容
1	政和县硕丰蛋白饲料有限公司	3,496.79	15.34%	鸡肉粉
2	如皋市裕旺旺饲料有限公司	1,901.50	8.34%	鸡油
3	嘉兴市天力生物技术有限公司	1,174.12	5.15%	委托加工费
4	江苏翼邦生物技术有限公司	919.76	4.03%	各类鸡水解物
5	怀远县忠信商贸有限公司	696.16	3.05%	小麦
小计		8,188.33	35.92%	-

注：上述前五名供应商的采购统计，已对供应商同一控制下企业的采购金额进行了合并计算。

报告期内，公司不存在向单个供应商采购比例超过总额 50%的情况，不存在公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员、主要关联方和持有 5%以上股份的股东在上述供应商中占有权益的情况。

报告期内公司生产所需的主要原材料包括鸡肉粉、鸡油、红薯粒、小麦、鱼粉、玉米、大豆分离蛋白等原材料。截止报告期末，该等主要原材料的前五大供应商的基本情况具体如下表所示：

（1）鸡肉粉报告期前五大供应商基本情况

序号	供应商名称	成立时间	注册资本 (万元)	股权结构	主营业务	经营规模	合作历史
1	溧阳市溧福肉粉有限公司	2009.08	500.00	鲍振海持股 42.00% 张耀平持股 30.00% 鲍富松持股 20.00% 殷百瞻持股 8.00%	鸡油、鸭油、猪油、鸡肉粉、鸭肉粉、猪肉粉、鸡肉骨粉、鸭肉骨粉、猪肉骨粉、鸡、鸭、猪油渣（饼）等的生产销售。	2021 年度营业收入约 12,486.96 万元	2019 年至今
2	鑫瑞森贸易（大连）有限公司	2011.01	500.00	李军雁持股 90.00% 李朝中持股 10.00%	饲料和饲料添加剂、宠物食品原料（包括进口鸡肉粉，鸡蛋粉等）的进口与销售。	2021 年度营业收入约 32,000.00 万元	2018 年至今
3	连云港爱普动物营养保健有限公司	2015.10	1,000.00	庞全利持股 51.00% 赵广利持股 49.00%	鸭肉粉、鸡肉粉的生产与销售。	2021 年度营业收入约 6,041.85 万元	2021 年至今
4	政和县硕丰蛋白饲料有限公司	2017.03	1,000.00	郑华桂持股 35.70% 严广友持股 17.15% 窦冬臣持股 17.15% 洪冬梅持股 15.30% 张维志持股 14.70%	鸡肉粉的生产与销售。	2021 年度营业收入约 5,566.21 万元	2019 年至今， 2017-2018 年合作主体系同一控制的福建金圣生物科技有限公司
5	上海江之牧国际贸易有限公司	2020.09	300.00	卢松鹤持股 51.00% 包立军持股 25.00% 王莉持股 24.00%	进口鸡肉粉、肉骨粉、甜菜粕、国产碎米、鸡肝粉、鸡油、鸡肠粉的进口与销售。	2021 年度营业收入约 3,000.00 万元	2020 年至今
6	宁波贸基进出口有限公司	2015.02	500.00	何雅静持股 50.00% 张翊翔持股 50.00%	鸡肉粉、肉骨粉、甜菜粕、鱼粉等饲料原料和饲料添加剂的批发、零售。	2021 年度营业收入约 7,815.00 万元	2016 年至今
7	青岛鸿福盈科进出口贸易有限公司	2017.04	300.00	王秀琢持股 100.00%	进口鸡肉粉、进口鱼粉的进口与销售。	年营业收入约 2,400 万元	2020 年
8	上海九成国际贸易有限公司	2009.11	500.00	杨玲持股 70.00% 姜荣持股 15.00% 朱传新持股 15.00%	肉骨粉、鸡肉粉的进口与销售。	年销量约 15,000 吨	2020 年

序号	供应商名称	成立时间	注册资本 (万元)	股权结构	主营业务	经营规模	合作历史
9	维尔普顿工贸（连云港）有限公司	2018.01	100.00	英强持股 86.70% 白怀宇持股 13.30%	鸡油、鸡肉粉、鸭肉粉的销售。	2021 年度营业收入约 11,235.71 万元	2020 年至今

注 1: 公司对上海蒂腾生物技术有限公司、临沂佳和饲料有限公司的采购系小批量试采购，未建立正式合作关系，该等供应商未予列示；

注 2: 上述经营规模来源于供应商提供的数据或公开资料显示。

（2）鸡油报告期前五大供应商基本情况

序号	供应商名称	成立时间	注册资本 (万元)	股权结构	主营业务	经营规模	合作历史
1	如皋市裕旺旺饲料有限公司	2014.07	200.00	吴志兰持股 100.00%	生物饲料、非食用植物油、饲料原料的生产、加工和销售。	2021 年度营业收入约 4,278.15 万元	2014 年至今
2	维尔普顿工贸（连云港）有限公司	2018.01	100.00	英强持股 86.70% 白怀宇持股 13.3%	鸡油、鸡肉粉、鸭肉粉的销售。	2021 年度营业收入约 11,235.71 万元	2020 年至今
3	临沂恒翔农业发展有限公司	2013.05	500.00	杨庆龙持股 90.00% 田立云持股 10.00%	鸡油的销售。	2021 年度营业收入约 5,249.46 万元	2020 年至今
4	烟台金润达动物营养有限公司	2011.03	3,150.00	姜建波持股 98.41% 张宏伟持股 1.59%	鸡油的销售。	2021 年度营业收入约 5,817 万元	2022 年至今
5	海宁市袁花龙发饲料有限公司	2001.09	300.00	倪关良持股 82.00% 茹慧勤持股 8.00% 翁伟琼持股 6.00% 钱介华持股 4.00%	鸡油的销售。	2021 年度营业收入约 3,922.00 万元	2017 年至今

注：上述经营规模来源于供应商提供的数据或公开资料显示。

（3）红薯粒报告期前五大供应商基本情况

序号	供应商名称	成立时间	注册资本 (万元)	股权结构	主营业务	经营规模	合作历史
1	临沂张义清农产品有限公司	2017.03	100.00	张义清持股 100.00%	红薯颗粒、红薯面粉、紫薯颗粒、紫薯面粉等产品的生产、销售。	2021 年度营业收入约 2,600.00 万元	2018 年至今
2	平邑县丰农农业种植专业合作社	2013.09	1,600.00	蔺超出资 75.00% 蔺跃田、朱述美、刘孝会、 颜丕芳分别出资 6.25%	红薯粒、玉米、小麦等粮食购销	2021 年度营业收入约 7,000.00 万元	2019 年至今
3	安徽省怀远县鑫泰米业有限责任公司	2004.01	1,300.00	陈亮亮持股 76.92% 张丽持股 23.08%	粮食收购、加工、销售；农副产品的收购、销售	2021 年度营业收入约 3,654.30 万元	2019 年至今
4	利辛县嘉源粮贸有限公司	2017.09	500.00	姜峰持股 100.00%	粮食购销；米、面销售；粮食仓储服务；农作物及其他农副产品的收购、销售；种子、化肥、饲料销售。	2021 年度营业收入约 1,340.22 万元	2017 年至今
5	新泰市东旭农产品有限公司	2019.08	300.00	董兆民持股 100.00%	烘干红薯丁、紫薯丁、红薯颗粒的生产、销售	2021 年度营业收入约 1,000.00 万元	2021 年至今
6	永城市智慧天源粮食购销有限公司	2015.08	50.00	邓洋洋持股 100.00%	粮食收购、销售。	经营规模无公开资料	2017 年至 2021 年

注：上述经营规模来源于供应商提供的数据或公开资料显示。

（4）小麦报告期前五大供应商基本情况

序号	供应商名称	成立时间	注册资本 (万元)	股权结构	主营业务	经营规模	合作历史
1	怀远县忠信商贸有限公司	2007.03	100.00	朱保忠持股 94.00% 朱永奎持股 6.00%	小麦、玉米、黄豆、稻谷等农产品及农副产品购销。	2021 年度营业收入约 2,700.00 万元	2015 年至今

序号	供应商名称	成立时间	注册资本 (万元)	股权结构	主营业务	经营规模	合作历史
2	禾顺麦业南通有限公司	2017.03	100.00	刘兰萍持股 100.00%	小麦等农产品的购销。	年销售额约 3,000 万元	2019 年至今
3	蒙城县鑫麦源粮油购销有限公司	2011.12	2,000.00	代孟飞持股 70.00% 李红芳持股 30.00%	小麦、玉米、大豆、水稻的购销。	2020 年度营业收入约 60,000.00 万元	2020 年至今
4	宜兴市中谷粮油有限责任公司	2001.06	8,000.00	曹光春持股 95.00% 徐利民持股 5.00%	大米加工、粮食收购、农作物种植、原粮饲料食品的销售。	2021 年度营业收入约 15,698.00 万元	2021 年
5	利辛县嘉源粮贸有限公司	2017.09	500.00	姜峰持股 100.00%	粮食购销；米、面销售；粮食仓储服务；农作物及其他农副产品的收购、销售；种子、化肥、饲料销售。	2021 年度营业收入约 1,340.22 万元	2017 年至今
6	中粮饲料有限公司南通分公司	2010.03	-	-	饲料原辅材料的购销、仓储。	其总公司中粮饲料旗下拥有 29 家经营企业，总产能达 567 万吨，产销规模逾 300 万吨，年营业收入近 100 亿元	2019 年至 2020 年
7	靖江泰和粮食收储有限公司	2016.12	500.00	江苏华穗粮食有限公司持股 100.00%	粮食收购、销售、仓储。	其母公司拥有 16 万吨平房仓和 10 万吨立筒仓，并入围“2019 农业产业化龙头企业 500 强”榜单	2020 年
8	淮南市德旺粮油贸易有限公司	2014.03	200.00	邱传春持股 100.00%	小麦、玉米等农副产品的购销。	年销售额约 1 亿元	2018 年至 2020 年
9	浙江省储备粮管理有限公司	1999.04	10,000.00	浙江省粮食和物资储备局持股 100.00%	省级储备粮油的经营管理和中央储备粮油的委托保管。	公司系浙江省粮食和物资储备局直接领导的国有独资企业，下辖 6 家全资子公司，总仓容达 65 万吨	2019 年
10	平湖市粮食收储有限公司	1998.07	200.00	平湖市实业资产经营集团有限公司持股 100.00%	收购、储存、调拨、销售粮食、食用油、油菜籽等。	公司系浙江省平湖市财政局间接控制企业，为浙江省储备商品企业及其直属库之一，下辖 4 个库站，年仓容达到 5.53 万吨	2019 年

注：上述经营规模来源于供应商提供的数据或公开资料显示。

（5）鱼粉报告期前五大供应商基本情况

序号	供应商名称	成立时间	注册资本 (万元)	股权结构	主营业务	经营规模	合作历史
1	尹海国际贸易（上海）有限公司	2015.04	100.00	蔡胜诗持股 80.00% 詹广友持股 20.00%	鱼粉的销售。	2021 年度营业收入约 2,721.51 万元	2019 年至今， 2011-2018 年合作主体体系同一控制的上海泰珊饲料有限公司
2	上海雪默国际贸易有限公司	2016.08	500.00	谢艳梅持股 90.00% 刘伟东持股 10.00%	货物进出口、饲料原料的批发销售。	2021 年度营业收入约 8,000.00 万元	2020 年至今
3	广州中裕进出口有限公司	2015.09	1,000.00	梁奇生持股 80.00% 黄廉靖持股 20.00%	鱼粉等饲料原材料的进口与销售。	2021 年度营业收入约 2.50 亿元	2022 年至今
4	上海荷幸健康科技有限公司	2018.05	100.00	张赞持股 100.00%	生物饲料研发、宠物食品及用品批发、保健食品、婴幼儿配方乳粉、食品添加剂、饲料原料、饲料添加剂的销售，货物进出口。	2021 年度营业收入约 10,000 万元	2020 年至 2021 年
5	天津世仁森航进出口贸易有限公司	2019.06	500.00	张相波持股 50.00% 张国柱持股 50.00%	鱼粉、鸡肉粉的进口与销售。	2020 年度营业收入约 8,562.00 万元	2019 年至 2020 年， 2018 年合作主体为同一控制的天津瑞科鑫进出口贸易有限公司
6	天津全信和贸易有限公司	2016.05	2,000.00	刘建美持股 60.00% 田海涛持股 40.00%	鱼粉的进口与销售。	年销量约 6,000 吨 -8,000 吨	2019 年至 2020 年

注：上述经营规模来源于供应商提供的数据或公开资料显示。

（6）玉米报告期前五大供应商基本情况

序号	供应商名称	成立时间	注册资本 (万元)	股权结构	主营业务	经营规模	合作历史
1	利辛县嘉源粮贸有限公司	2017.09	500.00	姜峰持股 100.00%	粮食购销；米、面销售；粮食仓储服务；农作物及其他农副产品的收购、销售；种子、化肥、饲料销售。	2021 年度营业收入约 1,340.22 万元	2017 年至今
2	九台区新龙粮食收储有限公司	2010.10	150.00	姜振龙持股 50.00% 许丹持股 50.00%	玉米的收储、烘干与销售。	2021 年度营业收入约 2,333.44 万元	2016 年至今
3	嘉兴市秦氏贸易有限公司	2020.07	100.00	秦小红持股 100.00%	农产品的收储与销售。	2021 年度营业收入约 393.43 万元	2020 年至今
4	上海雍裕实业有限公司	2009.03	500.00	侯江持股 55.00% 高广平持股 45.00%	化工产品及原料、食用农产品（玉米、玉米胚芽粕、喷浆玉米皮、玉米蛋白粉、进口豌豆、菜粕、玉米酒糟、木薯淀粉、碎米等）的生产和销售。	2021 年度营业收入约 4,562.00 万元	2020 年至 2021 年
5	德惠市金翔粮食经贸有限公司	2012.03	2,150.00	王亮亮持股 60.00% 姜茂永持股 40.00%	粮食收购、仓储、烘干、加工、销售；粮食设施设备场地租赁、货物运输。	2021 年度营业收入约 13,820.90 万元	2021 年至今
6	嘉善福腾粮油商贸有限公司	2012.06	600.00	林福忠持股 80.00% 周丽萍持股 20.00%	玉米饲料、谷物豆类的购销。	年销售额约 4,000 万元	2017 年至 2020 年
7	南京定湖粮油有限公司	2019.09	500.00	南京市高淳区粮食购销集团有限公司持股 60.00% 张定林持股 40.00%	粮食加工、成品粮、食用油、饲料销售；稻谷、小麦、玉米、菜籽油及农副产品销售；粮油包装物销售。	2020 年度营业收入约 12,628.00 万元	2019 年至 2021 年
8	大连晟禾粮油贸易有限公司	2014.09	520.00	费立新持股 61.54% 乔林持股 38.46%	粮食收购、仓储等。	经营规模无公开资料	2018 年至 2019 年

序号	供应商名称	成立时间	注册资本 (万元)	股权结构	主营业务	经营规模	合作历史
9	中粮饲料有限公司南通分公司	2010.03	-	-	饲料原辅材料的购销、仓储。	其总公司中粮饲料旗下拥有 29 家经营企业，总产能达 567 万吨，产销规模逾 300 万吨，年营业收入近 100 亿元	2019 年至 2020 年
10	上海鼎牛饲料有限公司	2008.05	10,000.00	上海梅林正广和股份有限公司持股 100.00%	饲料种植、加工和销售等。	2021 年度营业收入约 254,043.72 万元	2018 年至 2020 年

注 1：公司对牡丹江军马场物资上海经销部的采购系小批量试采购，未建立正式合作关系，该供应商未予列示；

注 2：上述经营规模来源于供应商提供的数据或公开资料显示。

（7）大豆分离蛋白报告期前五大供应商基本情况

序号	供应商名称	成立时间	注册资本	股权结构	主营业务	经营规模	合作历史
1	山东嘉华生物科技股份有限公司	2000.12	12,341.00 万元	吴洪祥持股 23.50% 济南民韵嘉华股权投资基金合伙企业（有限合伙）持股 7.58% 李广庆持股 5.82% 贾辉持股 5.71% 黄瑞华持股 5.55% 高泽林持股 5.54% 张效伟等合计持股 46.30%	大豆蛋白、大豆膳食纤维的研发、生产、销售。	2020 年度营业收入约 96,854.90 万元	2020 年至 2022 年
2	上海叶菲生物技术有限公司	2014.08	200.00 万元	张沛渠持股 100.00%	生物科技开发；食品、豆制品等的生产与销售	2021 年度营业收入约 2,100.00 万元	2021 年至 2022 年
3	临沂山松生物制品有限公司	2002.01	6,777.00 万美元	瑞宝百利有限公司（RAINBOW PALACE INC.）持股 100.00%	豆制品（食用加工用植物蛋白、大豆肽制品、大豆蛋白制品、低温食用豆粕）、食用植物油、大豆低聚糖等的生产和	2020 年度营业收入约 191,188.00 万元	2020 年至 2021 年

序号	供应商名称	成立时间	注册资本	股权结构	主营业务	经营规模	合作历史
					销售。		
4	山东万得福生物科技有限公司	2017.10	5,500.00 万元	宁波索宝蛋白科技股份有限公司持股 100.00%	生物科技开发；食品、食品加工用植物蛋白、大豆油、大豆低（高）温豆粕、复配食品添加剂生产。	2021 年度营业收入约 146,180.68 万元	2020 年至 2021 年
5	山东御馨生物科技有限公司	2011.07	8,000.00 万元	香驰控股有限公司持股 70.00% 山东省博兴县惠元投资管理有限公司持股 10.00% 山东省博兴县惠合投资管理有限公司持股 10.00% 山东省博兴县惠力投资管理有限公司持股 10.00%	大豆分离蛋白、大豆组织蛋白、大豆膳食纤维、大豆浓缩蛋白、大豆低温豆粕等的生产和销售。	2021 年度营业收入约 230,000.00 万元	2019 年至 2021 年

注：上述经营规模来源于供应商提供的数据或公开资料显示。

十、主要固定资产及无形资产

（一）主要固定资产情况

公司生产经营使用的主要固定资产有房屋建筑物、生产设备等，均为公司所拥有并已取得相关权属证明，经营所必备的各类固定资产维护和运行状况良好。截至 2022 年 6 月 30 日，公司主要固定资产情况如下：

单位：万元

类别	固定资产原值	固定资产账面价值	成新率
房屋建筑物	9,941.72	9,039.64	90.93%
生产设备	14,060.21	11,972.12	85.15%
运输设备	412.36	163.56	39.67%
电子设备及其他	985.00	684.20	69.46%
合计	25,399.29	21,859.52	86.06%

1、自有房产

截至 2022 年 6 月 30 日，公司及其子公司拥有的房产情况具体如下：

序号	房屋所有权证号	地址	建筑面积 (m ²)	所有权人	登记日期	取得方式	是否抵押
1	宣房地权证宣开字第 00222874 号	宣城市经济技术开发区铁山路以南、科技路以西 4#车间	807.68	宣城福贝	2015.03.26	自建	否
2	宣房地权证宣开字第 00222875 号	宣城市经济技术开发区铁山路以南、科技路以西门卫室	32.00	宣城福贝	2015.03.26	自建	否
3	宣房地权证宣开字第 00222876 号	宣城市经济技术开发区铁山路以南、科技路以西办公楼	1,898.52	宣城福贝	2015.03.26	自建	否
4	宣房地权证宣开字第 00222878 号	宣城市经济技术开发区铁山路以南、科技路以西 3#车间	1,235.28	宣城福贝	2015.03.26	自建	否
5	宣房地权证宣开字第 00222879 号	宣城市经济技术开发区铁山路以南、科技路以西 1#车间	7,001.51	宣城福贝	2015.03.26	自建	否
6	沪（2021）金字不动产权第 017764 号	上海市金山区中达路 460 号	31,423.29	福贝宠物	2021.10.29	自建	否

2、租赁房产情况

截至 2022 年 6 月 30 日，公司及其子公司租赁房产情况具体如下：

序号	承租方	出租方	地址	租赁期限	面积(m ²)	租赁用途
1	福贝宠物	上海兆力电炉设备有限公司	上海市松江区泖港镇中强路 925 号	2021.10.01-2024.12.31	6,000.00	生产、办公
2	上海福益	上海誉德门窗有限公司	上海市松江区伴亭路 488 号 4 幢上海磊鑫大厦 16 层 1601-1605 室及 13 层 1308 室北侧	2019.10.09-2023.11.22	610.22	办公
3	上海福益	上海茸北工业经济发展有限公司	上海市松江区中辰路 188 号 5 幢 3 层	2021.02.01-2023.01.31	912.60	研发、办公
4	上海福益	上海中超物流有限公司	上海市金山区朱泾镇中发路 188 号	2021.04.22-2022.08.31	4,000.00	仓储
5	上海福益	上海中超物流有限公司	上海市金山区朱泾镇中发路 188 号	2021.08.01-2022.08.31	2,160.00	仓储
6	宣城福贝	宣城开盛资产运营有限公司	安徽省宣城市春华路与致和路交叉口西南角	2022.06.01-2025.05.31	1,706.23	仓储

注 1：截至本招股说明书签署日，公司租赁的房屋尚未完成房屋租赁备案登记；

注 2：2021 年双十一期间宣城福贝因备货量较大采取短期租赁用于产品临时仓储，该租赁已于 2021 年底终止，未予列示该短期租赁。

公司承租的位于“上海市松江区泖港镇中强路 925 号”房产存在产权瑕疵，报告期内，公司租赁该房产情况具体如下：

承租方	出租方	地址	租赁期限	面积 (m ²)
福贝宠物	上海禾力贸易中心	上海市松江区泖港镇中强路 925 号	2020.01.01-2021.12.31	6,000.00
福贝宠物	上海兆力电器制造有限公司（现更名为“上海兆力电炉设备有限公司”）	上海市松江区泖港镇中强路 925 号	2010.01.01-2019.12.31	6,000.00

公司承租的位于“上海市松江区泖港镇中强路 925 号”相应的土地使用权及在其上建设的厂房所有权已取得相关产权证书（《上海市房地产权证》沪房地松字[2005]第 022848 号），其产权归属于上海泖港经济技术发展有限公司。根据上海泖港经济技术发展有限公司出具的《证明》，“上述土地使用权已实际转让给上海兆力电器制造有限公司（以下简称“兆力电器”），上述土地使用权上的厂房系由兆力电器出资建造，兆力电器为上述土地使用权及厂房实际权利人。”

2018 年、2019 年，公司向上海兆力电器制造有限公司租赁上述房产，相关租赁期至 2019 年 12 月 31 日。2020 年，兆力电器将上述房产出租给上海禾力贸易中心（以下简称“禾力贸易”），租赁期间允许禾力贸易对外转租，2019 年 12 月，禾力贸易与公司签署租赁合同，将上述房产转租给公司，相关租赁期至 2021 年 12 月 31 日。

（1）上海兆力将上述房产出租给禾力贸易，禾力贸易又转租给公司的原因与商业合理性，租赁价格变化及公允性分析

就公司租赁的位于“上海市松江区泖港镇中强路 925 号”房产而言，公司与上海兆力/禾力贸易主要就租赁价格、房产维护等租赁双方权利义务事项进行双方协商。就承租方签署主体而言，完全由上海兆力、禾力贸易基于其业务规划决定与公司的签约主体，因此上海兆力将上述房产出租给禾力贸易，禾力贸易又转租给发行人系由上海兆力与禾力贸易协商决定。

报告期内，公司与上海兆力、禾力贸易就“上海市松江区泖港镇中强路 925 号”房产租赁情况具体如下：

承租方	出租方	地址	租赁期限	面积（m ² ）
福贝宠物	上海兆力电器制造有限公司（现更名为“上海兆力电炉设备有限公司”，以下简称“兆力电器”）	上海市松江区泖港镇中强路 925 号	2010.01.01-2019.12.31	6,000.00
福贝宠物	上海禾力贸易中心（以下简称“禾力贸易”）		2020.01.01-2021.09.30	6,000.00
福贝宠物	兆力电器		2021.10.01-2024.12.31	6,000.00

注：兆力电器、禾力贸易系属于同一实际控制人控制的企业（以下简称“上海兆力集团”）。

2019 年，公司向兆力电器租赁位于“上海市松江区泖港镇中强路 925 号”房产，相关租赁期至 2019 年 12 月 31 日。兆力电器、禾力贸易系属于同一实际控制人控制的企业。2019 年末，经兆力电器与禾力贸易内部协商，由禾力贸易进行该房产对外租赁。2019 年 12 月，前述租赁期届满时，公司与禾力贸易根据租赁年限、同地区租赁价格等因素协商确定了租赁价格并签署了租赁合同，相关租赁期至 2021 年 12 月 31 日。

禾力贸易将上述房产转租给公司的基本情况如下表所示：

序号	承租方	出租方	地址	租赁期限	面积（m ² ）	租赁价格
1	福贝宠物	禾力贸易	上海市松江区泖港镇中强路 925 号	2020.01.01-2021.09.30	6,000.00	200 万元/年

2020 年 1 月 1 日-2021 年 9 月 30 日，禾力贸易出租给公司的租赁价格为 200 万元/年。

2021 年 9 月，上海兆力集团决定注销禾力贸易，故禾力贸易与公司终止了租赁协议，租赁有效期截至 2021 年 9 月 30 日。自 2021 年 10 月 1 日起，上海兆

力集团改由兆力电器进行该房产的对外租赁，公司与兆力电器签署了租赁合同，相关租赁期至 2024 年 12 月 31 日。

兆力电器将上述房产租赁给公司的基本情况如下表所示：

序号	承租方	出租方	地址	租赁期限	面积（m ² ）	租赁价格
1	福贝宠物	兆力电器	上海市松江区泖港镇中强路 925 号	2021.10.01-2024.12.31	6,000.00	200 万元/年

2021 年 10 月 1 日-2024 年 12 月 31 日，兆力电器出租给公司的租赁价格为 200 万元/年。

经查询公开信息（仓库出租集、久久厂房网、头等仓等租赁厂房网站），截至本招股说明书签署日，与公司租赁房产同处上海市松江区泖港镇，且直线距离位于 15km 以内的厂房租赁价格情况如下表所示：

序号	类别	位置	租赁价格（元/m ² /天）	与市场差异情况
1	仓库出租集	上海市松江区泖港镇	0.80-1.35	与市场价格不存在重大差异
2	久久厂房网		0.80-1.20	
3	头等仓		0.60-1.00	
4	福贝宠物		0.91	

如上表所示，公司现行租赁的位于“上海市松江区泖港镇中强路 925 号”房产租赁价格与同区域、同类型房产租赁价格基本为同一水平，公司租赁房产的租金公允，不存在利益输送的情形。

兆力电器将房产出租给禾力贸易的价格为 80 万元/年，与禾力贸易出租给福贝宠物的价格 200 万元/年存在一定的价格差异，主要系：兆力电器、禾力贸易相关主要股东为同一家族成员，系同一实际控制人控制的企业。2019 年末公司与兆力电器原租赁协议到期后，基于上海兆力集团内部业务调整及税务筹划等原因，由禾力贸易对外租赁相关厂房，故公司与禾力贸易签订了相关厂房租赁协议。

综上，以上转租安排系上海兆力集团内部业务调整及税务筹划等原因。禾力贸易出租给公司的租赁价格与市场上同区域、同类型房产租赁价格基本为同一水平，公司租赁房产的租金公允，不存在利益输送的情形。

（2）禾力贸易的基本情况

禾力贸易的基本情况如下表所示：

公司名称	上海禾力贸易中心	成立时间	2019年5月16日
注册资本	50.00万元		
住所	上海市松江区泖港镇中厝路181号		
经营范围	冶金设备、电源控制柜及元器件、工业自动化系统成套设备、仪器仪表、机械设备、电工器材批发零售，自有房屋租赁，住房租赁经营，国内货运代理，从事机电、自动化科技领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】		
股东构成	序号	股东名称	股权比例
	1	朱琳琳	100.00%
	合计		100.00%

注：禾力贸易已于 2021 年 11 月 8 日注销。

根据对兆力电器、禾力贸易的访谈，以及上述两家公司出具的《关联关系确认函》、关于上述租赁及转租事项的《确认函》，以上转租安排系上海兆力集团内部业务调整及税务筹划导致，兆力电器、禾力贸易及其股东、董事、监事、高级管理人员等人员与公司及公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员等相关方不存在关联关系、亲属关系。

综上，兆力电器将上述房产出租给禾力贸易、禾力贸易又转租给公司，主要原因系上海兆力集团内部业务调整及税务筹划，具有一定的商业合理性。禾力贸易出租给公司的租赁价格与市场上同区域、同类型房产租赁价格基本为同一水平，公司租赁房产的租金公允，不存在利益输送的情形；兆力电器、禾力贸易与公司及相关方不存在关联关系、亲属关系，不存在其他利益安排的情形。

（3）公司租赁上述房产的合法合规性分析

①上述房产为合法建筑

公司承租的位于“上海市松江区泖港镇中强路 925 号”相应的土地使用权及在其上建设的厂房所有权已取得相关产权证书（《上海市房地产权证》沪房地松字[2005]第 022848 号），其产权归属于上海泖港经济技术发展有限公司。根据上海泖港经济技术发展有限公司出具的《证明》，“上述土地使用权已实际转让给上海兆力电器制造有限公司（以下简称“兆力电器”），上述土地使用权上的厂房系由兆力电器出资建造，兆力电器为上述土地使用权及厂房实际权利人。”

上述房产出租方兆力电器未办理产权证书变更系：上述房产实际权利人兆力

电器因“上海市松江区泖港镇中强路 925 号”所属园区的大土地证无法分割，导致不能拆分办理土地及房产变更手续。根据上海泖港经济技术发展有限公司出具的《证明》“若政策允许，本公司将全力配合兆力电器办理相关产证”。

根据上海市松江区泖港镇人民政府出具的《关于上海福贝宠物用品股份有限公司租赁集体建设用地及地上房屋相关事项的证明》，“福贝宠物承租的上述房屋（上海市松江区泖港镇中强路 925 号地上房屋）为合法建筑，相关房产均为兆力电器建设。”

根据上海市松江区城市管理行政执法局出具的《证明》，“坐落于松江区中强路 925 号之土地及其上建筑物的所有权人，自 2010 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日期间不存在我区城管执法领域方面的行政处罚记录。”根据上海市松江区城市管理行政执法局于 2022 年 8 月 30 日出具的《证明》，“上海福贝宠物用品股份有限公司（法定代表人：汪迎春，统一社会信用代码：91310117774756514A，地址：上海市松江区泖港镇中强路 925 号），自 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 6 月 30 日期间不存在我区城管执法领域方面的行政处罚记录。”

综上，上述房产未变更办理至实际权利人兆力电器不影响该公司承租房产的合法性，上述承租房产已取得产权证书，为合法建筑。

②上述房产不存在公司自建，不构成重大违法行为

公司承租的位于“上海市松江区泖港镇中强路 925 号”土地上的全部厂房系由兆力电器出资建造，不存在由公司自建的情形。

公司作为厂房的承租方，不属于被处罚的对象。根据《中华人民共和国土地管理法》《中华人民共和国城乡规划法》《中华人民共和国建筑法》《建筑工程施工许可管理办法》《建设工程质量管理条例》等相关规定，若上述土地、租赁厂房存在不合规情形，相应的违法违规责任主要在于土地出让协议合同相对方、厂房建造方和出租方，由于上述厂房的建造方和出租方均非本公司，因此，公司不是适格的责任主体，不会因为作为承租方租赁该等房产而构成违法违规，不存在受到重大行政处罚的风险。

综上所述，公司作为房屋承租方，并非土地出让协议的任一合同相对方、租赁房屋的建设单位以及出租单位，不属于承担相应法律责任的主体，亦不存在被

行政处罚的风险。

鉴于该等房屋产权瑕疵对公司经营的潜在影响，上海市松江区泖港镇人民政府出具了《关于上海福贝宠物用品股份有限公司租赁集体建设用地及地上房屋相关事项的证明》，“该房屋所在地块目前暂不存在拆迁或变更土地规划的情形；福贝宠物承租上述房屋用于宠物食品的生产、研发与销售，符合该等土地的使用规划用途，租赁合法有效。福贝宠物在租赁上述房产期间，未发现违法违规经营行为。”此外，根据上海市松江区城市管理行政执法局出具的《证明》，“坐落于松江区中强路 925 号之土地及其上建筑物的所有权人，自 2010 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日期间不存在我区城管执法领域方面的行政处罚记录。”根据上海市松江区城市管理行政执法局于 2022 年 8 月 30 日出具的《证明》，“上海福贝宠物用品股份有限公司（法定代表人：汪迎春，统一社会信用代码：91310117774756514A，地址：上海市松江区泖港镇中强路 925 号），自 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 6 月 30 日期间不存在我区城管执法领域方面的行政处罚记录。”

公司控股股东、实际控制人汪迎春就租赁事项出具了书面承诺：“如福贝宠物因租赁房产的出租方与产权证书所登记权利人不一致，导致其不符合相关法律、法规要求，被有权主管部门处罚、责令拆除、或无法继续租赁关系需要搬迁，令公司承担任何经济损失的，本人将对公司损失给予全部补偿，并将积极为公司寻找可替代的房产，以避免影响公司的正常生产经营。”

综上所述，该土地使用权上的厂房系由兆力电器出资建造，不属于公司自建房产。公司租赁上述房产不存在可能被行政处罚的情形、不存在构成重大违法行为的情形。

（4）上述房产对公司重要性的分析及解决措施

①上述房产对于公司重要性的分析

公司承租的位于“上海市松江区泖港镇中强路 925 号”房产相应的土地使用权及在其上建设的厂房所有权已取得相关产权证书（《上海市房地产权证》沪房地松字[2005]第 022848 号），其产权归属于上海泖港经济技术发展有限公司。因大土地证无法分割，截止目前，上述产权暂未登记至实际权利人兆力电器名下。上海泖港经济技术发展有限公司出具《证明》，确认“上述土地使用权已实际转

让给上海兆力电器制造有限公司（以下简称“兆力电器”），上述土地使用权上的厂房系由兆力电器出资建造，兆力电器为上述土地使用权及厂房实际权利人。”

因此，“上海市松江区泖港镇中强路 925 号”土地及房产的实际权利人为兆力电器，该房产的产权瑕疵不影响公司与兆力电器租赁合同的有效性。

报告期内，公司面积占比、收入、毛利、净利润来自于上述房产的情况具体如下表所示：

年度	类别	面积（平方米）	收入（万元）	毛利（万元）	净利润（万元）
2022 年 1-6 月	瑕疵房产①	6,000.00	7,447.81	1,483.77	793.72
	全部房产②	57,787.33	52,490.17	19,326.69	9,576.31
	占比③=①/②	10.38%	14.19%	7.68%	8.29%
2021 年度	瑕疵房产①	6,000.00	15,937.41	4,099.75	2,920.33
	全部房产②	55,650.30	97,837.02	38,552.45	22,356.46
	占比③=①/②	10.78%	16.29%	10.63%	13.06%
2020 年度	瑕疵房产④	6,000.00	11,647.48	3,425.61	2,462.09
	全部房产⑤	18,999.21	66,407.27	27,988.10	13,983.52
	占比⑥=④/⑤	31.58%	17.54%	12.24%	17.61%
2019 年度	瑕疵房产⑦	6,000.00	9,255.94	2,343.07	1,513.53
	全部房产⑧	17,585.21	40,495.91	17,282.64	6,596.66
	占比⑨=⑦/⑧	34.12%	22.86%	13.56%	22.94%

注 1：该房产为福贝宠物租赁，故房产收入、成本统计的口径为福贝宠物单体报表收入、成本金额扣减福贝宠物委托外协厂商、委托宣城福贝、上海福智代工生产产品所产生的收入、成本后的金额，并由此进一步计算出瑕疵房产的毛利。

注 2：净利润测算统计的口径为，根据房产收入参照福贝宠物单体报表净利润率模拟测算得出。

如上表所示，报告期内，公司租赁上述房产产生的收入占合并报表收入的比例分别为 22.86%、17.54%、16.29%和 14.19%，产生的毛利占合并报表毛利的比例分别为 13.56%、12.24%、10.63%和 7.68%，产生的净利润占合并报表净利润的比例分别为 22.94%、17.61%、13.06%和 8.29%，占比较小，且逐年呈现下降趋势，上述房产产生的收入、毛利、净利润对公司影响较小。

②针对上述房产的解决措施

就房产租赁的权利保护而言，公司已就“上海市松江区泖港镇中强路 925 号”相关房产完善了权利义务关系。公司与上海兆力集团就租赁日期、续租、优先承

租权、解约提前通知、逾期搬出、违约情形及相关责任、违约金等权利义务进行了约定，租赁合同能够有效保护公司权益，租赁合同具有稳定性。目前，上海兆力集团与公司保持良好合作关系。

就房产租赁对公司持续经营影响而言，公司已于 2021 年 9 月与上海兆力集团签订了关于“上海市松江区泖港镇中强路 925 号”房产的续租合同，租赁期限自 2021 年 10 月 1 日起、至 2024 年 12 月 31 日止，租赁价格为 200 万元/年，租赁期以三年为一个周期，租赁期满自动续约，租金每三年按照 8% 涨幅递增。公司可在上述厂房持续进行生产经营，租赁关系具有可持续性，不存在影响公司持续经营的情况。

此外，根据上海市松江区泖港镇政府 2021 年 6 月出具的《关于上海福贝宠物用品股份有限公司租赁集体建设用地及地上房屋相关事项的证明》，该租赁房产所在地块目前暂不存在拆迁或变更土地规划的情形。

截至目前，上海兆力集团与公司合作良好，违约可能性较低，且该租赁房产不存在改变租赁用途的可能性。上述瑕疵房产对公司生产经营产生潜在影响的风险可能性较小。

公司控股股东、实际控制人汪迎春就租赁事项出具了书面承诺：“如福贝宠物因租赁房产的出租方与产权证书所登记权利人不一致，导致其不符合相关法律、法规要求，被有权主管部门处罚、责令拆除、或无法继续租赁关系需要搬迁，令公司承担任何经济损失的，本人将对公司损失给予全部补偿，并将积极为公司寻找可替代的房产，以避免影响公司的正常生产经营。”

此外，公司就上述瑕疵房产可能对公司生产经营产生潜在影响的风险制定了相应的解决措施，具体如下：

（1）公司目前已取得位于上海市金山区新农镇 0010 街坊 98/1 丘地块的土地使用权（沪（2020）金字不动产权第 007945 号），该地块面积为 33,110.00 平方米，用途为工业用途，使用权期限至 2038 年 10 月。公司于 2018 年末开始在该地块进行高端宠物食品智能制造示范基地建设，以进一步提升公司自有产能。该项目已于 2021 年 10 月进入试生产阶段。该项目投产后，将对现有租赁房产的产能形成良好补充；同时，该项目能够充分满足现有设备搬迁后生产所需，公司

可根据需要及时完成搬迁工作，且搬迁成本较低，不会对生产经营产生重大不利影响。

（2）公司所处的上海市松江区泖港镇有较多符合公司生产经营要求的厂房可供租赁，且出租价格与目前租赁兆力电器厂房的价格相近，如兆力电器出现违约的情形，公司可就近搬迁，不会对生产经营产生重大不利影响。

综上，公司租赁的位于“上海市松江区泖港镇中强路 925 号”房产产权瑕疵不影响公司租赁合同的有效性，且使用上述房产产生的收入、毛利、净利润占公司合并报表收入、毛利、净利润比例较低，逐年呈现下降趋势，对公司影响较小。此外，公司已就上述房产可能对公司生产经营产生潜在影响的风险制定了相应的解决措施，上述房产不构成本次发行上市的障碍。

保荐机构和发行人律师经核查后认为，发行人使用上述租赁厂房开展部分业务不会对发行人的生产经营产生重大不利影响。发行人采取的应对措施可以有效降低上述瑕疵租赁房产的风险，该等租赁瑕疵不会对本次发行上市造成实质性障碍。

3、主要设备情况

截至 2022 年 6 月 30 日，公司及其子公司拥有的主要生产设备情况如下：

序号	名称	数量	单位	原值（万元）	成新率
1	宠物干粮智能化生产线一线成套设备	1	套	2,766.01	93.67%
2	宠物干粮智能化生产线二线成套设备	1	套	2,222.71	93.67%
3	全套液体系统设备	1	套	1,467.64	93.67%
4	宠物干粮生产线二线成套设备	1	套	1,090.46	84.17%
5	宠物干粮生产线成套设备	1	套	628.43	31.03%
6	全自动包装机 （包装规格在 2kg 以下）	2	台	536.19	93.67%
7	全自动包装机 （包装规格为 0.5kg-6kg）	1	台	486.73	93.67%
8	自动给袋式包装线	1	套	318.97	77.72%
9	大包装生产线成套设备	1	套	156.88	93.67%
10	预制袋水平式包装机	1	台	133.19	94.46%
11	包装线成套设备	1	套	119.29	86.54%

序号	名称	数量	单位	原值（万元）	成新率
12	烘干机	1	台	57.52	34.15%
13	卷膜全自动包装机	2	台	56.64	94.46%
14	二次包装线	1	套	49.56	28.81%
15	蒸汽锅炉	1	台	49.20	76.25%
16	锅炉	1	台	42.82	92.08%
17	全自动立式包装机	1	台	38.95	35.14%
18	空压机系统设备	1	套	38.50	93.67%
19	熟化机	1	台	34.00	79.42%
20	全自动包装机	1	台	28.85	100.00%
21	立式机（卷膜机）	1	台	27.52	39.83%
22	宠物干粮生产线升级配套设备	1	套	25.00	54.13%
23	一体冷凝式燃油蒸汽锅炉	1	台	23.44	57.46%

注：上表列示的主要生产设备包括成套定制生产线、单台购置组合生产线。

（二）主要无形资产情况

1、自有土地使用权

截至 2022 年 6 月 30 日，公司及其子公司共拥有 5 宗土地使用权，具体情况如下：

序号	土地使用证号	土地位置	用途	使用权人	面积（m ² ）	终止日期	取得方式	是否抵押
1	宣国用（2014）第 0592 号	宣城经济技术开发区铁山路以南，科技路以西	工业	宣城福贝	33,336.00	2064.01.19	出让	否
2	沪（2021）金字不动产权第 017764 号	上海市金山区中达路 460 号	工业	福贝宠物	33,110.00	2038.10.09	出让	否
3	皖（2021）宁国市不动产权第 0007386 号	天湖街道马村村	科教	福贝生物	13,400.00	2071.06.20	出让	否
4	沪（2021）松字不动产权第 055295 号	上海市松江区中山街道 29 街坊 45/9 丘	工业	福贝宠物	20,077.60	2041.11.11	出让	否
5	皖（2021）宣城市不动产权第 0201147 号	宣城经济技术开发区清流路与宣酒大道交叉口西	工业	宣城福新	99,663.00	2071.03.15	出让	否

2、专利权

截至 2022 年 6 月 30 日，公司及其子公司拥有已授权专利 54 项，其中发明

专利 9 项、实用新型专利 32 项、外观设计专利 13 项。该等专利均为有效状态，公司已取得相关专利证书。上述 54 项授权专利中，其中 49 项为公司及子公司自主研发取得，5 项为自合并报表范围外的主体受让取得。公司受让取得的专利权，均已依法办理完毕相关转让手续，受让取得相关专利的过程合法合规，不存在纠纷或潜在纠纷。具体情况如下：

序号	权利人	专利号	专利名称	专利类型	申请日期	有效期限	取得方式
1	福贝宠物	202010222039.3	一种具备自清洁效果的饲料防结块碾磨装置	发明专利	2020.03.26	自申请日起二十年	受让取得
2	福贝宠物	201610586463.X	一种用于林蛙养殖的棚舍及其养殖方法	发明专利	2016.07.25	自申请日起二十年	原始取得
3	福贝宠物	201410358280.3	一种消除宠物体味的饲料添加剂	发明专利	2014.07.25	自申请日起二十年	受让取得
4	福贝宠物	201310299907.8	一种促进消化的宠物饲料及其制备方法	发明专利	2013.07.17	自申请日起二十年	受让取得
5	福贝宠物	201010617015.4	一种宠物被毛、羽毛、鱼鳞亮艳粉剂及其制备方法	发明专利	2010.12.31	自申请日起二十年	原始取得
6	福贝宠物	201010566245.2	一种复方罗汉果浸出液及其制备方法和应用	发明专利	2010.11.29	自申请日起二十年	原始取得
7	福贝宠物	202121923562.5	一种熟化机混合机构	实用新型	2021.08.17	自申请日起十年	原始取得
8	福贝宠物	202121923584.1	一种成品仓过滤装置	实用新型	2021.08.17	自申请日起十年	原始取得
9	福贝宠物	202121924223.9	一种用于混合机除金属异物装置	实用新型	2021.08.17	自申请日起十年	原始取得
10	福贝宠物	202121924230.9	一种颗粒物料添加装置	实用新型	2021.08.17	自申请日起十年	原始取得
11	福贝宠物	202121924225.8	一种可计量式物料混合机的喷油装置	实用新型	2021.08.17	自申请日起十年	原始取得
12	上海福智	202022666750.6	一种用于烘干机内的清洁装置	实用新型	2020.11.18	自申请日起十年	受让取得
13	福贝宠物	202022677261.0	一种便于清洁的混料机	实用新型	2020.11.18	自申请日起十年	原始取得
14	福贝宠物	202022671558.6	一种便于清理的烘干机	实用新型	2020.11.18	自申请日起十年	原始取得
15	福贝宠物	202022669563.3	一种高效膨化机	实用新型	2020.11.18	自申请日起十年	原始取得
16	福贝宠物	202022666664.5	一种可散热式料仓	实用新型	2020.11.18	自申请日起十年	原始取得
17	福贝宠物	201820469036.8	宠物粮与颗粒原料的混合装置	实用新型	2018.04.04	自申请日起十年	原始取得
18	福贝宠物	201820470363.5	一种新型分体式餐盒结构	实用新型	2018.04.04	自申请日起十年	原始取得

序号	权利人	专利号	专利名称	专利类型	申请日期	有效期限	取得方式
19	福贝宠物	201820469038.7	一种一体式餐盒结构	实用新型	2018.04.04	自申请日起十年	原始取得
20	福贝宠物	201820470364.X	一种用于宠物粮的高汤熬制装置	实用新型	2018.04.04	自申请日起十年	原始取得
21	福贝宠物	201720536583.9	一种洁牙骨	实用新型	2017.05.15	自申请日起十年	原始取得
22	福贝宠物	201620801382.2	多组分定量配比系统	实用新型	2016.07.27	自申请日起十年	原始取得
23	福贝宠物	201620801385.6	喷涂管道蒸汽加热装置	实用新型	2016.07.27	自申请日起十年	原始取得
24	福贝宠物	201620799910.5	膨化前饲料待料仓	实用新型	2016.07.27	自申请日起十年	原始取得
25	福贝宠物	201620799822.5	饲料成品料仓紫外线灭菌装置	实用新型	2016.07.27	自申请日起十年	原始取得
26	福贝宠物	201620801431.2	饲料粉碎机	实用新型	2016.07.27	自申请日起十年	原始取得
27	福贝宠物	201620801417.2	饲料自动烘干装置	实用新型	2016.07.27	自申请日起十年	原始取得
28	福贝宠物	201620801451.X	无边框投料格栅	实用新型	2016.07.27	自申请日起十年	原始取得
29	福贝宠物	201620799871.9	振动筛清理装置	实用新型	2016.07.27	自申请日起十年	原始取得
30	福贝宠物	201930452747.4	宠物粮（黑芝麻型）	外观设计	2019.08.20	自申请日起十年	原始取得
31	福贝宠物	201930452752.5	宠物粮（核桃内型）	外观设计	2019.08.20	自申请日起十年	原始取得
32	福贝宠物	201930453138.0	宠物粮（混合型）	外观设计	2019.08.20	自申请日起十年	原始取得
33	福贝宠物	201930453141.2	宠物粮（表面虾型）	外观设计	2019.08.20	自申请日起十年	原始取得
34	福贝宠物	201930431680.6	包装袋（比乐原味）	外观设计	2019.08.09	自申请日起十年	原始取得
35	福贝宠物	201930138505.8	包装袋（宠物粮）	外观设计	2019.03.29	自申请日起十年	原始取得
36	福贝宠物	201930135038.3	宠物食具	外观设计	2019.03.28	自申请日起十年	原始取得
37	福贝宠物	201730178076.8	洁牙骨	外观设计	2017.05.15	自申请日起十年	原始取得
38	福贝宠物	201530381229.X	包装袋（爱倍专业粮）	外观设计	2015.09.29	自申请日起十年	原始取得
39	福贝宠物	201530381533.4	包装袋（比乐原生粮）	外观设计	2015.09.29	自申请日起十年	原始取得
40	福贝宠物	201530381126.3	包装袋（比乐原味粮）	外观设计	2015.09.29	自申请日起十年	原始取得
41	福贝宠物	201530205636.5	包装袋（皮肤保健）	外观设计	2015.06.19	自申请日起十年	原始取得
42	福贝宠物	201530163122.8	包装袋（狗粮）	外观设计	2015.05.26	自申请日起十年	原始取得

序号	权利人	专利号	专利名称	专利类型	申请日期	有效期限	取得方式
43	宣城福贝	201410416555.4	一种猫增加毛质、提亮毛色的饲料添加剂	发明专利	2014.08.22	自申请日起二十年	受让取得
44	宣城福贝	201310393695.X	一种宠物食品及其制作工艺	发明专利	2013.09.03	自申请日起二十年	受让取得
45	宣城福贝	201010517481.5	千层石原液的制备工艺	发明专利	2010.10.22	自申请日起二十年	受让取得
46	宣城福贝	201721796736.X	一种用于大棚压膜绳的地扣结构	实用新型	2017.12.20	自申请日起十年	原始取得
47	宣城福贝	201620802192.2	带测温装置的烘干设备	实用新型	2016.07.27	自申请日起十年	原始取得
48	宣城福贝	201620799728.X	斗式提升机设备	实用新型	2016.07.27	自申请日起十年	原始取得
49	宣城福贝	201620802020.5	多组分混合配料装置	实用新型	2016.07.27	自申请日起十年	原始取得
50	宣城福贝	201620802039.X	饲料包装流水线	实用新型	2016.07.27	自申请日起十年	原始取得
51	宣城福贝	201620799663.9	饲料成品料仓	实用新型	2016.07.27	自申请日起十年	原始取得
52	宣城福贝	201620799696.3	饲料除杂物振动筛	实用新型	2016.07.27	自申请日起十年	原始取得
53	宣城福贝	201620799699.7	饲料混合加料机	实用新型	2016.07.27	自申请日起十年	原始取得
54	宣城福贝	201620802191.8	自动装夹饲料膨化装置	实用新型	2016.07.27	自申请日起十年	原始取得

（1）受让专利情况

公司及子公司通过受让方式取得专利的情况如下表所示：

序号	权利人	专利号	专利名称	专利类型	申请日期	转让方	转让时间	转让价款
1	福贝宠物	202010222039.3	一种具备自清洁效果的饲料防结块碾磨装置	发明专利	2020.03.26	吴茂根	2021.6.29	3.80万元
2		201410358280.3	一种消除宠物体味的饲料添加剂	发明专利	2014.07.25	许伟琦	2016.8.28	2.75万元
3		201310299907.8	一种促进消化的宠物饲料及其制备方法		2013.07.17	杨明华	2016.9.3	2.75万元
4	宣城福贝	201410416555.4	一种猫增加毛质、提亮毛色的饲料添加剂		2014.08.22	广州博鳌纵横网络科技有限公司	2018.3.28	3.30万元
5		201310393695.X	一种宠物食品及其制作工艺		2013.09.03	汪洪涛	2018.4.13	3.6750万元

①一种具备自清洁效果的饲料防结块碾磨装置（专利号：202010222039.3）

福贝宠物已于 2021 年 6 月与知识产权代理机构成都隶盈科技有限公司（以

下简称“成都隶盈”）签署《专利权转让协议》，约定成都隶盈为公司提供“一种具备自清洁效果的饲料防结块碾磨装置”发明专利的交易服务。成都隶盈为专业的专利转让代理机构。

福贝宠物已足额支付转让价款，该专利权人变更的相关手续已办理完成，福贝宠物受让取得该专利不存在纠纷或潜在纠纷。

②一种消除宠物体味的饲料添加剂（专利号：201410358280.3）

福贝宠物已于 2016 年 8 月与知识产权代理机构广州博鳌纵横网络科技有限公司（以下简称“广州博鳌”）签署《知识产权交易合同》，约定广州博鳌为公司提供“一种消除宠物体味的饲料添加剂”发明专利的交易服务。广州博鳌为专业的专利转让代理机构。

福贝宠物已足额支付转让价款，该专利权人变更的相关手续已办理完成，福贝宠物受让取得该专利不存在纠纷或潜在纠纷。

③一种促进消化的宠物饲料及其制备方法（专利号：201310299907.8）

福贝宠物已于 2016 年 8 月与知识产权代理机构广州博鳌签署《知识产权交易合同》，约定广州博鳌为公司提供“一种促进消化的宠物饲料及其制备方法”发明专利的交易服务。

福贝宠物已足额支付转让价款，该专利权人变更的相关手续已办理完成，福贝宠物受让取得该专利不存在纠纷或潜在纠纷。

④一种猫增加毛质、提亮毛色的饲料添加剂（专利号：201410416555.4）

宣城福贝已于 2018 年 3 月与知识产权代理机构广州博鳌签署《知识产权交易合同》，约定广州博鳌为公司提供“一种猫增加毛质、提亮毛色的饲料添加剂”发明专利的中介服务。

宣城福贝已足额支付转让价款，该专利权人变更的相关手续已办理完成，福贝宠物受让取得该专利不存在纠纷或潜在纠纷。

⑤一种宠物食品及其制作工艺（专利号：201310393695.X）

宣城福贝已于 2018 年 3 月与知识产权代理机构安徽驰皖生产力促进中心有限公司签署《专利权转让代理合同》，约定安徽驰皖生产力促进中心有限公司为

公司提供“一种宠物食品及其制作工艺”发明专利的中介服务。

宣城福贝已足额支付转让价款，该专利权人变更的相关手续已办理完成，福贝宠物受让取得该专利不存在纠纷或潜在纠纷。

根据对公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高管等的访谈，以及上述人员出具的《确认函》，公司及公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员与上述 5 项发明专利的转让方吴茂根、许伟琦、杨明华、广州博鳌纵横网络科技有限公司、汪洪涛均不存在关联关系及其他利益安排（包括且不限于持有股份、亲属关系、兼职关系、前上海福贝员工及其近亲属等）的情形。

除上述自合并报表范围外的主体受让取得发明专利的情形外，宣城福贝的一项发明专利“千层石原液的制备工艺”（专利号：2010105174815）、上海福智的一项实用新型专利“一种用于烘干机内的清洁装置”（专利号：2020226667506）系自福贝宠物处受让取得。该等发明专利系由公司自主研发、原始取得，宣城福贝自公司处受让该项发明专利的时间为 2017 年 4 月，上海福智自公司处受让该项实用新型专利的时间为 2022 年 3 月，受让原因为公司与子公司之间业务领域调整，整合技术资源。该等发明专利权利人变更的相关手续已办理完成，不存在纠纷或潜在纠纷。

（2）受让专利对公司生产经营的重要程度

前述受让的专利对公司生产经营的重要性程度较低，主要原因如下：

①受让专利：一种具备自清洁效果的饲料防结块碾磨装置（专利号：202010222039.3）

上述受让专利隶属于工业设计领域，其目的在于为饲料的生产过程提供一种具备自清洁效果的饲料防结块碾磨装置，该专利技术具有自动清洁内壁、防止结块、碾磨程度可控制和节约能源等优点。

公司受让取得的上述发明专利主要目的是提升饲料生产效率、产品质量，属于饲料生产的辅助装置，非生产过程中的核心设备。

综上所述，公司仅将上述专利作为生产过程中的辅助装置，公司的饲料生产过程对该专利受让不存在依赖。因此，前述受让的专利对公司生产经营的重要性

程度较低。

②受让专利：一种消除宠物体味的饲料添加剂（专利号：201410358280.3）；一种促进消化的宠物饲料及其制备方法（专利号：201310299907.8）；一种猫增加毛质、提亮毛色的饲料添加剂（专利号：201410416555.4）；一种宠物食品及其制作工艺（专利号：201310393695.X）

A.受让专利未在实际生产经营中使用、受让专利主要用于技术储备

根据前述受让 4 项专利说明书中描述的原料如海风藤、精炼棉籽油、干酒酿渣粉等，结合报告期内公司采购的原材料进行分析，公司在实际生产经营中并未采购上述发明专利说明书中所描述的特定原料，且公司销售的产品亦均未涉及使用上述受让专利技术的情况。

公司及其子公司宣城福贝受让取得的上述发明专利主要用于技术储备，并为公司后续专利开发提供研发储备。

B.公司已建立完善的研发机制，对专利受让不存在依赖

宠物食品的主要技术工艺“宠物食品配方设计”，专业性较高、生产涉及的各类工艺参数指标需要长期积累。在宠物食品配方设计方面，公司建有专门的宠物食品营养研究中心，拥有一支专业的宠物食品营养研发团队，研发人员涵盖动物营养学、动物医学、动物行为学、食品科学等学科专业，长期围绕宠物的营养需求和宠物的科学喂养两个方面开展研发工作，主要研究方向包括宠物功能性营养方案、宠物健康成长营养方案、宠物疾病营养的研究与应用、宠物行为学研究等。通过不断积累宠物全生命周期的生长曲线及营养需求等方面的试验数据，公司建立了相关的宠物营养数据库，为配方设计提供科学的数据支撑；除个别 OEM 模式以外，公司现有销售的产品配方设计均由公司研发设计，公司根据宠物的品种、宠物年龄、宠物成长环境等个体差异因素，上百种产品配方。因此，公司产品配方研发均不依赖专利受让。

综上所述，公司受让上述专利的时间较早，且公司取得该专利后未用于生产经营，仅将其作为专利储备，公司已建立完善的研发机制，对专利受让不存在依赖。因此，前述受让的专利对公司生产经营的重要性程度较低。

（3）公司不存在专利技术纠纷

经国家知识产权局网站、裁判文书网等网络核查，报告期内公司不存在专利技术纠纷的情形。

3、商标权

截至 2022 年 6 月 30 日，公司及其子公司共拥有注册商标 178 个，具体情况详见附件一所示。

（1）公司商标的取得方式、有效期限

截至 2022 年 6 月 30 日，公司及其子公司共拥有注册商标 178 个。该等商标均为有效状态，公司已取得相关商标证书。上述 178 个注册商标中，其中 172 项为公司及子公司自行注册取得，6 项为自合并报表范围外的主体受让取得。公司受让取得的商标权，均已依法办理完毕相关转让手续，受让取得相关商标的过程合法合规，不存在纠纷或潜在纠纷。

（2）公司不存在商标纠纷

经国家知识产权局网站、裁判文书网等网络核查，报告期内公司不存在商标纠纷的情形。

4、软件著作权

截至 2022 年 6 月 30 日，公司及其子公司共拥有 12 项软件著作权，具体情况如下：

序号	著作权人	登记号	软件名称	取得方式	权利范围
1	福贝宠物	2021SR0248229	福贝原料配比计量系统	原始取得	全部权利
2	福贝宠物	2021SR0248251	福贝生产线智能水分活度测量系统	原始取得	全部权利
3	福贝宠物	2021SR0242322	福贝生产线烘箱温度监控平台	原始取得	全部权利
4	上海福益	2020SR0794425	福益潮极宠购 APPV1.0	原始取得	全部权利
5	福贝宠物	2017SR056158	福贝宠物食品储藏环境监控管理系统 V1.0	原始取得	全部权利
6	福贝宠物	2017SR109605	福贝宠物食品包装袋条形码识别软件 V1.0	原始取得	全部权利
7	福贝宠物	2017SR057005	福贝宠物食品生产加工管理系统软件 V1.0	原始取得	全部权利
8	福贝宠物	2017SR069700	福贝宠物食品配料调配管理软件 V1.0	原始取得	全部权利

序号	著作权人	登记号	软件名称	取得方式	权利范围
9	福贝宠物	2017SR056642	福贝宠物食品混合配料分析软件 V1.0	原始取得	全部权利
10	福贝宠物	2017SR084046	福贝原材料传输系统控制软件 V1.0	原始取得	全部权利
11	福贝宠物	2017SR056367	福贝宠物食品烘干系统自动控制软件 V1.0	原始取得	全部权利
12	福贝宠物	2017SR083960	福贝宠物食品质量检测数据分析软件 V1.0	原始取得	全部权利

5、域名

截至 2022 年 6 月 30 日，公司及其子公司已注册并拥有的域名具体情况如下：

序号	域名	网站备案/许可证号	注册日期
1	bilepet.com	沪 ICP 备 15058247 号-2	2013.08.28
2	aibeipet.com	沪 ICP 备 18019046 号-3	2013.08.28
3	fbpet.com	沪 ICP 备 18019046 号-1	2010.05.21

（三）公司获得的部分荣誉和资质

1、公司获得的主要荣誉情况

截至本招股说明书签署日，公司获得的主要荣誉情况如下：

序号	荣誉人	证书名称	颁发时间	颁发机构
1	福贝宠物	2022 年度宠物新国货匠心工厂	2022.12	第五届宠物新国货大会组委会
2	福贝宠物	2021 年度泖港镇领军企业奖	2022.01	中共松江区泖港镇委员会、松江区泖港镇人民政府
3	福贝宠物	高新技术企业	2021.11	上海市科学技术委员会、上海市财政局、国家税务总局上海市税务局
4	福贝宠物	上海市专家工作站	2020.11	上海市院士专家工作站指导办公室、上海市松江区人民政府
5	福贝宠物	上海市松江区企业技术中心	2020.08	上海市松江区企业技术中心认定领导小组
6	福贝宠物	2020 PFA 年度中国质造 TOP10	2020.08	第二十三届亚洲宠物展览会组委会
7	福贝宠物	上海市松江区专利工作示范企业	2019.10	上海市松江区市场监督管理局、上海市松江区知识产权局
8	福贝宠物	2019 PFA 年度中国质造 TOP10	2019.08	第二十二届亚洲宠物展览会组委会
9	福贝宠物	上海市“专精特新”中小企业	2019.02	上海市经济和信息化委员会
10	福贝宠物	2017 年中国宠物行业最具竞争力企业	2018.05	中国宠物行业经销商（电商）年会、2018 中国宠物企业领袖峰会

序号	荣誉人	证书名称	颁发时间	颁发机构
11	福贝宠物	2016 全国十强宠物饲料企业	2016.12	中国饲料工业协会
12	上海福益	2022 年度 TBI 杰出品牌创新奖-年度品牌	2022.12	TBI 杰出品牌创新奖(Top Brand Innovation Awards)
13	上海福益	中国最具价值宠物品牌 TOP10	2022.12	中国品牌未来峰会
14	上海福益	2022PFA 年度实力食品品牌大奖	2022.11	第二十四届亚洲宠物展览会组委会
15	上海福益	2022PFA 年度创新典范大奖	2022.11	第二十四届亚洲宠物展览会组委会
16	上海福益	2021 年度 TBI 杰出品牌创新奖-年度人气品牌奖	2021.12	TBI 杰出品牌创新奖(Top Brand Innovation Awards)
17	上海福益	年度专业买家之选	2021.12	第四届宠物新国货大会
18	上海福益	2021-2022 年度未来品牌亲子宠物 TOP10	2021.12	THE GALA 2022 Brand of the Future 年度未来品牌榜单
19	上海福益	2020-2021 年度指定新锐国货品牌	2021.10	INTERNATIONAL CAT EXPO 国际爱猫博览会（ICE）
20	上海福益	2020 年度宠主喜爱的中国制造品牌	2021.04	2021 年宠物行业新消费峰会暨 Pet Awards 派读奖
21	上海福益	2020-2021 年度匠心品牌奖	2021.04	中国（深圳）国际宠物用品展
22	上海福益	2020 年国货品牌之星	2021.04	天猫金妆奖宠物分论坛
23	上海福益	2020 亚洲宠物行业最佳营销奖	2020.12	APA 亚宠会
24	上海福益	宠物新国货 2019-2020 年度黑马品牌	2019.11	第二届宠物新国货大会组委会
25	上海福益	宠物行业 2018 年度华中地区影响力品牌奖	2018.09	CPF 国际宠博览会组委会
26	上海福益	2016 年度最具影响力品牌主粮 TOP5	2016.12	第十九届亚洲宠物展览会组委会
27	上海福益	2015 年中国宠物行业年度优秀品牌	2016.05	中国宠物行业经销商（电商）大会、2016 中国宠物企业领袖峰会
28	上海福益	2015 年度最受消费者喜爱宠物品牌奖	2016.03	CPF 宠博会组委会
29	宣城福贝	2022 年度宣城经开区工业企业“特别贡献奖”	2023.01	宣城经济技术开发区管理委员会
30	宣城福贝	2022 年安徽省农业产业化省级重点龙头企业	2022.11	安徽省农业农村厅
31	宣城福贝	高端宠物食品数字化车间	2020.12	安徽省经济和信息化厅
32	宣城福贝	安徽省十佳饲料科技创新企业	2019.12	安徽省饲料与健康养殖行业协会
33	宣城福贝	安徽省饲料工业诚信统计优秀企业	2018.01	安徽省饲料工业协会
34	宣城福贝	安徽省专精特新中小企业	2017.12	安徽省经济和信息化委员会

2、公司获得的主要资质情况

公司的主营业务为宠物食品的研发、生产与销售，现阶段主营产品主要包括犬粮、猫粮等宠物干粮类主粮。

上述犬粮、猫粮等宠物干粮类主粮是将多种原料和饲料添加剂按照一定比例配制并经加工的供宠物直接食用的产品，属于《宠物饲料管理办法》定义的宠物配合饲料。《宠物饲料管理办法》规定的宠物饲料，也称为宠物食品，包括宠物配合饲料、宠物添加剂预混合饲料和其他宠物饲料。根据《宠物饲料管理办法》第三条规定，申请从事宠物配合饲料的企业，应当符合《宠物饲料生产企业许可条件》的要求，向生产地省级人民政府饲料管理部门提出申请，并依法取得《饲料生产许可证》。

公司专注于宠物食品的研发、生产及销售，报告期内主营业务及主要产品未发生重大变化。公司已取得宠物配合饲料生产经营所应当具备的《饲料生产许可证》。

公司及子公司宣城福贝、上海福智拥有的与生产经营所应当具备的相关资质和许可情况如下表所示：

序号	资质证书	所属主体	许可范围	发证机关	证书编号	有效期
1	饲料生产许可证	福贝宠物	产品类别：配合饲料 产品品种：配合饲料（宠物）	上海市饲料工作办公室	沪饲证（2014）04002	2014.03.14-2019.03.13
2	饲料生产许可证		产品类别：宠物配合饲料产品 品种：固态宠物配合饲料	上海市农业农村委员会	沪饲证（2019）04002	2019.02.28-2024.02.27
3	饲料生产许可证	宣城福贝	产品类别：配合饲料 产品品种：配合饲料（宠物）	安徽省农业委员会	皖饲证（2014）14015	2014.12.11-2019.12.10
4	饲料生产许可证		产品类别：宠物配合饲料 产品品种：固态宠物配合饲料	安徽省农业农村厅	皖饲证（2019）14015	2019.11.08-2024.11.07
5	饲料生产许可证	上海福智	产品类别：宠物配合饲料 产品品种：固态宠物配合饲料	上海市农业农村委员会	沪饲证（2021）05016	2021.11.11-2026.11.10

如上表所示，公司已取得生产经营所应当具备的全部资质许可，报告期持续拥有上述资质，不存在无证或超出许可范围生产经营的情形。

（四）特许经营权情况

截至 2022 年 6 月 30 日，公司未拥有特许经营权。

十一、主要技术及研发情况

（一）发行人拥有的核心技术情况

公司自成立以来一直重视技术的研发与应用，将技术创新作为实现公司发展战略的重要路径。近年来，公司持续在宠物食品配方设计方案、生产工艺技术等方面加大研发投入，作为高新技术企业，公司已具备较强的独立研发能力，积累了丰富的技术成果。

截至本招股说明书签署日，公司拥有的核心技术具体情况如下：

序号	核心技术	核心技术简介	技术来源	技术所处阶段	保护措施
宠物食品配方设计方案					
1	提高犬猫适口性系统解决方案	本方案通过原料的合理配比、动物蛋白原料比例控制、氨基酸的配搭、动物原料酶解工艺的优化和应用，结合犬、猫的采食行为学设计科学的颗粒大小和硬度，系统性解决宠物偏食挑食问题。	自主研发	大批量生产，并持续进行基础研究改进技术方案	非专利技术，通过保密机制进行保护
2	高鲜肉宠物食品营养方案	本方案根据犬猫食肉天性，在宠粮中添加不同比例、不同种类的鲜肉，辅助特殊膨化工艺及酶解鲜肉原料的应用，满足宠物营养需求的同时，有效降低高肉含量带来的消化问题。	自主研发	大批量生产，并持续进行基础研究改进技术方案	非专利技术，通过保密机制进行保护
3	改善宠物粪便质量配方设计方案	本方案通过合理的营养设置、蛋白原料的筛选和组合、纤维原料的对比和应用，有效提高粪便质量，减少宠物的绿便、软便问题。	自主研发	大批量生产，并持续进行基础研究改进技术方案	非专利技术，通过保密机制进行保护
4	改善宠物肠道健康营养方案	本方案采用高消化率优质原料，筛选应用有利于犬猫肠道健康的益生菌和适宜的植物原料，复配益生元、气味吸附剂等营养物质，有效改善宠物肠道健康。	自主研发	大批量生产，并持续进行基础研究改进技术方案	形成发明专利，同时采取加密措施
5	改善毛色配方设计方案	本方案通过蛋白原料的合理配比，针对毛发生长特性和毛发的成分含量，应用微量元素和透明质酸钠等毛发生长所需营养物质，有效改善宠物毛发的顺滑度、光泽度和柔软度。	自主研发	大批量生产，并持续进行基础研究改进技术方案	形成发明专利，同时采取加密措施
6	提高宠物眼部健康的营养方案	本方案通过合理的营养配比，满足犬猫视力发育的特殊需求，辅助添加具有清肝明目功效的营养性添加剂，帮	自主研发	大批量生产，并持续进行基础研究改进技	非专利技术，通过保密机制进行

序号	核心技术	核心技术简介	技术来源	技术所处阶段	保护措施
		助保持眼睛明亮，缓解泪痕出现，维持眼部健康。		技术方案	保护
生产工艺技术					
1	挤压膨化制备宠物食品技术	该技术利用挤压膨化机进行宠物食品的制备，针对不同营养配方方案，结合配方中功能性物质的温度需求，设定最佳的膨化工艺参数如螺杆转速、喂料速度、螺杆温度和膨化腔内压力等，并通过特制的螺旋结构有效增加剪切力，使得制成的产品颗粒膨化度高、质地均匀、性状稳定。	自主研发	大批量生产	形成实用新型专利，同时采取保密措施
2	粉碎工序参数控制技术	该技术配合使用普通粉碎和超微粉碎工艺，根据宠物品种、宠物不同生长阶段的消化生理特性、宠物食品中原料的品种和占比，控制最佳粉碎细度。通过对粉碎室温度的精准控制，有效减少由于粉碎过程中高速撞击产生的高温对营养物质造成的损失。	自主研发	大批量生产	形成实用新型专利，同时采取保密措施
3	真空后喷涂添加技术	油脂和酶制剂等有利于促进宠物进食和营养物质的消化吸收，采用真空后喷涂添加技术绕开高温制粒工序，将油脂或添加剂喷涂到冷却后的成品颗粒饲料表面，能完整地保持酶活，在负压作用下，油脂能够更均匀的分布在颗粒内外，提高宠物食品的新鲜度和保质期。	自主研发	大批量生产	形成实用新型专利，同时采取保密措施
4	冻干工艺技术	该技术使用真空冻干工艺，将宠物食品在极其低温的环境中脱水，水分从固态直接转化为气态，不需要中间转化为液体状态。在这个过程中产品会保持原来的大小和形状，去除水分防止宠物食品在常温下变质，营养物质能得到最大程度的保留。通过超高压灭菌前处理方式有效控制微生物的滋生，避免后期辐照造成的营养物质流失。	自主研发	大批量生产	形成实用新型专利，同时采取保密措施
5	低温烘焙制备宠物食品技术	该技术将宠物食品原料进行混合后，放入 80℃ 左右的专用烤箱进行烘烤、灭菌，再使用专用烘干机进行低温脱水，能够最大限度的保留宠物食品中的营养物质，宠物食品表层干燥不油腻，适口性较高。	自主研发	小批量生产	非专利技术，通过保密机制进行保护

（二）研究开发情况

1、研发项目情况

截至报告期末，公司正在从事的对公司经营存在重大影响的研发项目情况具

体如下：

研究方向	序号	项目名称	目标	所处阶段
功能性宠物食品研发	1	促进宠物消化、肠道健康及适口性的研究	国内领先	持续研发
	2	利用营养添加剂保养宠物被毛的研发	国内领先	持续研发
	3	罗汉果浸出液及去泪痕生长的研究	国内领先	持续研发
	4	利用添加剂消除体味及改善便状的研究	国内领先	持续研发
	5	解决肠道蛋白代谢及减少氨气产生的技术方案开发	国内领先	持续研发
	6	微量元素在宠物被毛不饱和脂肪酸中应用的开发	国内领先	持续研发
	7	解决尿液酸度及尿路炎症添加物的开发	国内领先	持续研发
	8	增加断奶幼宠肠道健康饲品的开发	国内领先	持续研发
	9	平衡饲料营养、采食量和消化吸收率诱食剂的开发	国内领先	持续研发
新制备方法宠物食品研发	10	低温烘培全价宠物食品及制备方法	国内领先	持续研发
	11	低温烘培全价美毛宠物食品及制备方法	国内领先	持续研发
	12	低温烘培全价去便臭宠物食品及制备方法	国内领先	持续研发
	13	低温烘培全价去泪痕宠物食品及制备方法	国内领先	持续研发
生产设备及工艺的创新	14	鲜肉工艺对猫犬粮适口性的影响	国内领先	持续研发
	15	全自动酶解工艺对猫犬适口性的影响	国内领先	持续研发
	16	提高适口性高效节能肉类酶解物生产方式的开发	国内领先	持续研发
	17	双螺杆膨化机解决制粒、颗粒不稳定的方法的开发	国内领先	持续研发
	18	解决不饱和脂肪酸氧化问题的喷涂装置的开发	国内领先	持续研发
	19	具有烘干机清洁功能且降本便于保存的清洁结构的开发	国内领先	持续研发
	20	解决颗粒规则形状装置的开发	国内领先	持续研发
	21	包装密封性能检测的开发	国内领先	持续研发
	22	碾磨过程中防结块清洁的开发	国内领先	持续研发
宠物的科学喂养	23	猫繁育行为和哺乳行为研究	国内领先	持续研发
宠物湿粮研发	24	宠物湿粮研发	国内领先	持续研发

2、研发费用情况

报告期各期，公司研发费用占营业收入的比例如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
研发费用	880.36	1,638.19	1,236.03	736.68
营业收入	52,490.17	97,837.02	66,407.27	40,495.91
占比	1.68%	1.67%	1.86%	1.82%

（三）研发人员及机构设置

1、研发机构设置

在公司研发体系下，公司设立了技术研发中心、生产调度中心的生产技术部及品质保障中心，分别负责宠物食品配方设计、生产工艺开发及产品质量控制，具体职责如下：

部门	研发职能
技术研发中心	1、根据公司发展战略，负责新产品开发的技术可行性相关工作； 2、根据市场的需求反馈信息等设计新的产品配方设计方案； 3、根据市场的反馈、投诉信息等问题对产品配方设计方案进行调整、优化和升级； 4、对公司产品的市场表现及产品竞争力进行持续的分析和改善； 5、开展科研试验工作，负责产品配方的科学数据的收集、分析和整理，并进行配方试验工作，包括动物试验的实施等； 6、建立与犬厂、科研院所的合作平台，负责研发项目验证的实施。
生产调度中心-生产技术部	1、负责先进生产工艺的引进导入和现行生产工艺的改进提升，研究行业内新兴工艺技术信息的收集、整理等工作； 2、配合研发设计中心的产品配方设计方案优化改善生产工艺参数及标准，以达到配方方案设计的最优效果； 3、根据市场需求，确定关键参数及要求，提出新流程、新工艺，以达到优化质量与成本的效果； 4、负责生产过程中的质量控制，推进质量控制体系的健全和改善，对各生产车间标准化作业中质量控制的监督
品质保障中心	1、负责原材料、半成品、产成品的质量检测工作，包括抽样工作、使用实验室专用仪器对样品的检测工作、数据分析工作等； 2、根据市场需求、反馈和投诉等问题对产品检测标准进行调整、优化； 3、负责先进产品检测技术的引进导入和现行产品检测技术的改进提升，研究行业内新兴检测技术信息的收集、整理等工作

2、研发人员及其变动情况

截至 2022 年 6 月 30 日，公司拥有技术人员 32 人，占员工总人数的比例为 5.97%。公司其他核心人员具体情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”。报告期内，公司其他核心人员稳定，最近三年未发生变动。

（四）技术创新机制

公司主要采取以下措施来促进技术创新：（1）公司建立以客户需求为基础的研究开发理念，满足多样化的客户需求。公司业务部门对国内外市场进行广泛的调研，深入了解行业动向及客户需求状况形成调研意见，公司技术研发中心根据业务部门的调研意见制定立项报告并完成产品的研发。（2）公司在持续加大引进人才力度的同时，不断强化对公司现有技术人员的培养，有计划、有步骤地开展岗位技术培训，提高技术人员的研发水平。（3）公司对研发机构进行不断地建设与完善，持续优化资源配置，制定有效的研发运行及管理机制。公司在项目管理中设立项目产品开发责任制，制定和完善科技创新绩效考核办法，从人员、制度上保证创新工作的开展。（4）在坚持独立研发和创新的同时，公司注重加强与外部科研院所的合作，采取多种技术合作研发模式，产学研合作、企业间技术合作，通过对外技术开发与交流加速技术研发速度，把握最新前沿技术。

十二、安全生产及环境保护情况

（一）安全生产情况

根据国家安全生产法律法规和“安全第一，预防为主，综合治理”的方针政策，公司制定了完善的安全生产管理举措，具体措施如下：

1、制定相关安全生产制度。公司根据相关法规、政策文件制订了与自身发展需求相适应且较为完善的安全生产管理制度，具体包括：《安全生产责任制度》《安全培训教育制度》《安全检查和隐患整改管理制度》《消防安全管理制度》《安全检查维修和作业管理制度》等。上述制度均为公司基于《中华人民共和国安全生产法》等有关法律法规而制定，符合法律法规的具体要求。

2、建立安全生产管理体系。为保障相关制度的正常运行，公司的安全生产管理工作贯彻执行总经理安全责任制，具体的管理机构可分为三个层级：第一层级为公司安全生产工作小组，负责人由公司总经理担任，全面负责公司安全生产管理工作；第二层级为兼职安全管理员，由生产部门的主要负责人组成，负责安全生产管理细则和岗位安全操作规程的制订以及安全生产的监督检查工作；第三层级为各部门经理，主要对本部门安全生产工作负责并组织本部门的安全生产检查和隐患整改落实工作。

3、强化员工安全生产意识。各级主管定期对员工进行劳动安全教育，传达贯彻上级有关安全生产的指令、法规，提高员工对安全生产意义的认识和执行安全生产管理规定的自觉性。新进员工必须接受三级安全教育（部门、车间、班组），经考查合格者方能上岗。

4、加强安全检查和隐患整改。公司的安全检查分为综合检查和日常检查两种。厂级综合检查每季度至少进行一次，由安全管理员组织相关人员进行；日常检查分为员工自查、班组长巡回检查及安全管理员例行检查等，对检查出的安全隐患，需进行原因分析，制定整改措施，并限期进行整改，整改完成后需经安全主管人员核查验收。

报告期内，公司安全生产制度及具体措施能够得到有效执行，公司在生产过程中能够遵守国家和地方安全生产法律法规的规定。报告期内，除未开展生产的上海福益、宣城生物、宣城福新以外，公司已投产的福贝宠物、宣城福贝、上海福智生产经营遵守国家和地方安全生产法律法规的规定，上海市松江区泖港镇城市运行管理中心于2022年7月14日出具《证明》确认，福贝宠物自2019年1月1日至2022年6月30日未受到安全生产行政处罚。宣城经济技术开发区应急管理指挥中心于2022年7月21日出具《证明》确认，宣城福贝自2019年1月1日至2022年6月30日未受到该部门安全生产行政处罚。上海市金山区应急管理局于2022年8月3日出具《关于上海福智宠物食品有限公司安全生产守法情况的证明》确认，上海福智自2022年3月17日至2022年6月30日未受到该部门相关行政处罚。

（二）环境保护情况

1、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，污染物排放量不存在超出许可范围的情形

公司生产加工环节主要包括宠物食品所需原材料谷物、肉制品等农副产品的粉碎、混合、制粒、膨化等加工环节。生产过程中产生的主要污染物为废气和噪声，其中，废气污染源主要系原材料粉碎和混合过程中产生的粉尘、膨化过程中锅炉燃烧产生的燃烧废气、烘干过程中产生的臭气等；噪声污染源主要系原材料粉碎和混合过程中产生的噪声。此外，在生产过程中，会产生少量生活污水和固

体废弃物。

目前，针对生产经营过程中排放的各种污染物，公司及子公司配有相应的防治设施，采取相应的处理措施对污染物进行处理，确保处理后污染物达到国家有关排放标准。公司及下属子公司主要污染物、主要处理设施及处理能力情况如下：

类型	加工环节/ 排放源	污染物 名称	排放量/浓度	主要处理设施	处理能力
废气	投料粉碎工序	颗粒物- 粉尘	松江工厂<0.000021t/a 宣城工厂<0.051t/a 金山工厂<0.297t/a	除尘装置处理，15 米 高排气筒高空排放	处理后达 标排放，对 环境影响 很小
	锅炉燃烧	颗粒物- 烟尘	松江工厂<0.13t/a 宣城工厂<0.005t/a	自带低氮燃烧装置， 15 米高排气筒高空 排放	
		SO ₂	松江工厂<0.333t/a 宣城工厂<0.01t/a 金山工厂<0.0048t/a		
		NO _x	松江工厂<0.917t/a 宣城工厂<0.03t/a 金山工厂<0.0293t/a		
	烘干喷涂工序	臭气	松江工厂<70 无量纲 宣城工厂 126-141 无量纲 金山工厂<1000 无量纲	除异味装置处理，15 米高排气筒高空排放	
噪声	设备运行	噪声	松江工厂昼间≤60dB（A） 夜间≤50dB（A）； 宣城工厂 75-90 dB（A）； 金山工厂昼间≤65dB（A） 夜间≤55dB（A）	降噪设备处理	处理后达 标排放，对 环境影响 很小
废水	锅炉排水、 生活污水	COD	松江工厂<0.63t/a 宣城工厂<0.118t/a 金山工厂<0.6328t/a	经化粪池处理后排入 市政污水管网，进入 污水处理厂集中处理	处理后达 标排放，对 环境影响 很小
		BOD ₅	松江工厂<0.361t/a 宣城工厂<0.024t/a 金山工厂<0.2363t/a		
		SS	松江工厂<0.45t/a 宣城工厂<0.024t/a 金山工厂<0.3249t/a		
		NH ₃ -N	松江工厂<0.045t/a 宣城工厂<0.012t/a 金山工厂<0.054t/a		
固体废 弃物	包装工序	废包装 材料	-	由相关物资部门回收 进行综合利用	对环境 无影响
	粉碎混合工序	除尘器 收集的 粉尘		返回物料加工生产工 序循环再利用	
	办公生活区	生活垃 圾		委托环卫部门定期清 运处理	

报告期内，公司及下属子公司的生产经营严格遵守国家及地方环境保护相关

法律规定，针对生产经营过程中排放的各种污染物，公司及下属子公司配有相应的防治设施，采取相应的处理措施对污染物进行处理，确保处理后污染物排放达到国家及地方有关排放标准，符合国家相关法规的要求，污染物排放量不存在超出许可范围的情形。

2、公司环保投资和相关费用成本支出情况，环保设施实际运行情况

报告期内，公司环保投资和费用支出情况具体如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
环保投资	51.64	263.10	11.55	73.96
相关费用支出	22.98	23.32	12.36	5.23
合计	74.62	286.42	23.91	79.19

公司宠物食品加工所涉及环境污染环节及污染物排放量较少，不属于重污染行业，故报告期内环保投入金额较小。报告期内，公司环保设备的投资，主要用于购置废气处理设备、锅炉改造、车间改造等；发行人环保相关费用主要包括环保技术咨询费、固废处理费、生活垃圾处理费、三废检测费等。2021 年，公司环保投资金额较高，主要系 2021 年公司金山新工厂购置较多环保设备，引致当期环保投资相对较高。

目前，公司环保设施完善，制定了岗位责任制和操作规程，加强现场管理，加强环保设备设施巡检，保证设备运行稳定良好，设备整体运行能力可以覆盖生产过程产生的污染物，实现了生产排放的废气、噪声等处理达标的环保目标。

报告期内，公司的环保投入在一定范围内合理波动，但其总体变动趋势与主要产品产量、能源耗用以及污染物排放量基本一致，符合公司的生产经营状况。随着公司未来产能、产量及环保水平的不断提升，预计公司还将相应加大环保方面的投入。

3、募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额等

公司本次募集资金投资项目“宣城福贝宠物食品扩建项目”目前已按规定取得了相应环境主管部门出具的环境影响登记备案手续，“营销及管理信息化建设项目”、“研发中心建设项目”与“智能仓储配送中心建设项目”不涉及占用

土地和环境保护的问题。“宣城福贝宠物食品扩建项目”的环保措施及相应的资金来源和金额具体如下：

（1）募投项目采取的环保措施

项目施工期主要污染为施工扬尘、施工废水、施工固废、施工噪声。施工过程中公司将严格执行国家、地方对建筑施工场地有关噪声、固废、废水及扬尘等相关规范和规定的要求，将建筑期环境影响控制在最小范围，并将在施工结束后消除上述影响。

在项目运营期，公司对主要污染物的环保治理措施如下：

①废气

废气污染源主要系原材料粉碎和混合过程中产生的粉尘、膨化过程中锅炉燃烧产生的燃烧废气、烘干过程中产生的臭气等，主要处理措施为使用自带低氮燃烧技术的锅炉，污染物排放均能够满足《关于开展锅炉综合整治工作的通知》（宣大气办[2019]33 号文）中对于燃气锅炉的排放限值要求，同时废气经专用管道至排气筒排放，排气筒高度为 15m，达到高空排放标准，对外环境影响很小。

②噪声

噪声污染源主要为输送机、提升机、粉碎机等设备产生的噪声，主要处理措施为在车间内安装消声装置等措施，并采用低噪声设备，进行隔声、减震、消声，对外环境影响很小。

③废水

废水污染源主要为锅炉排水、生活污水，主要处理措施为经油水分离器预处理后与生活污水共同经化粪池预处理后，排入市政污水管网接管入污水处理厂处理达标排放，对外环境影响很小。

④固体废弃物

固体废弃物污染源主要为废包装材料、除尘器收集的粉尘、生活垃圾等，主要处理措施为废包装材料由相关物资部门回收进行综合利用，除尘器收集的粉尘返回物料加工生产工序循环再利用，生活垃圾委托环卫部门定期清运处理，对环境无影响。

（2）环保措施相应的资金来源与金额

该募投项目关于环保措施的计划投资金额约为 200 万元，资金来源于自筹资金或本次发行的募集资金。若本次发行的募集资金到位时间与项目进度要求不一致，公司将根据项目实际进度自筹资金先期投入，募集资金到位后置换已预先投入的自筹资金。募集资金到位后，若本次实际募集资金净额低于项目投资资金需求，不足部分将由公司自筹资金予以解决。

4、公司生产经营与募集资金投资项目符合国家和地方环保要求，报告期内不存在环保行政处罚

公司的生产经营与募集资金投资项目均符合国家和地方的环保要求，报告期内，发行人严格遵守国家及地方环保法律、法规、规章和规范性文件的规定，符合国家和地方的环保要求，报告期内不存在环保行政处罚。具体如下：

（1）公司所从事的业务所属行业分类属于“农副食品加工业”中的“宠物饲料加工”，以上不属于《企业环境信用评价办法（试行）》（环发〔2013〕150号）等文件规定的重污染行业；

（2）公司已按照《中华人民共和国环境影响评价法》《建设项目环境影响评价分类管理名录》《建设项目竣工环境保护验收管理办法》等环境影响评价制度相关法律、法规和规范性文件的规定，对报告期内的已建项目和在建项目均履行了必要的环评手续；

（3）公司已按照《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国大气污染防治法》《排污许可管理办法（试行）》等污染许可管理相关法律、法规和规范性文件的规定，根据建设项目环境影响报告或登记文件及环保主管部门的批复，在报告期内购置了相关环保设备并进行相应的环保投入，落实了相关环境保护措施，并就生产经营过程中的污染物排放事项依法向环境保护主管部门进行排污登记；

（4）公司及其子公司在日常生产运营过程中严格执行公司相关环境管理制度，对项目运营过程中产生的废气、废水、噪声和固体废弃物等污染物进行合规治理和定期监测，并对公司的环保治理设施进行及时的维护修缮，确保各类污染物达标排放。公司定期委托第三方环境检测机构对公司主要污染物治理情况进行

检测，并不定期接受环境保护主管部门的检查。根据公司聘请的第三方环境检测机构对公司主要污染物治理情况的检测报告，公司在报告期内主要污染物排放能够达到国家及地方规定的排放标准；

（5）公司本次募集资金投资项目“宣城福贝宠物食品扩建项目”已编制了环境影响报告表并取得环保部门的批复同意，公司未来将严格执行本次募集资金投资项目的环保措施，确保募集资金投资项目的实施符合各项环保要求。“营销及管理信息化建设项目”不属于《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021年版）》需要环境影响评价的类型，无需环境影响评价。“研发中心建设项目”主要进行研发和检测工作，污染源主要是源于研发和检测工作时产生的少量生活污水和生活垃圾，基本不存在污染，不产生实验废气、废水、危险废物，因此不属于《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021年版）》中“98 专业实验室、研发（试验）基地”中需要环境影响评价的类型，无需环境影响评价。“智能仓储配送中心建设项目”建设内容主要为智能仓储管理系统，污染源主要是少量生活污水和生活垃圾，基本不存在污染。本项目不涉及危险品仓储，不属于《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021年版）》中需要环境影响评价的类型，无需环境影响评价。

（6）公司取得了上海市松江区泖港镇环境保护办公室、宣城市生态环境局经开区分局、上海市金山区生态环境局出具的相关证明、答复文件，确认福贝宠物、宣城福贝、上海福智在报告期内不存在因环境违法行为受到行政处罚的情形。报告期内，公司及其涉及生产的子公司不存在受到环保行政处罚的情形。

十三、境外生产经营情况

截至本招股说明书签署日，公司未在境外设立分支机构，不存在境外从事生产经营活动的情况。

第六节 财务会计信息与管理层分析

以下引用的财务会计数据，非经特别说明，均引自经大信会计师事务所（特殊普通合伙）审计的财务报告或根据其中相关数据计算得出。本节的财务会计数据及有关的分析说明反映了公司 2019 年度、2020 年度、2021 年及 2022 年 1-6 月经审计的财务报表及附注的主要内容。

公司提醒投资者关注本招股说明书所附财务报告和审计报告全文，以获取全部的财务资料。

公司在本节披露的与财务会计信息相关的重大事项及重要性水平判断标准为：根据所处的行业和自身发展阶段，从项目的性质和金额两方面判断财务会计信息的重要性。在判断项目性质的重要性时，公司主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素；在判断项目金额的重要性时，公司实际执行过程中以该财务会计信息相关的重大事项或重要性水平占合并净利润的 5%作为判断标准。

一、财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

资产	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	654,799,013.55	529,962,992.02	516,691,045.13	106,893,268.11
交易性金融资产	-	-	-	314,000,000.00
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-
衍生金融资产	-	-	-	-
应收票据	-	-	-	-
应收账款	20,625,314.68	2,967,395.98	1,917,269.69	7,215,263.97
应收款项融资	-	-	-	-
预付款项	4,602,328.83	6,239,509.97	3,272,402.22	3,422,852.51
其他应收款	1,051,472.77	1,102,996.76	1,626,158.00	1,256,003.98
其中：应收利息	-	-	-	-

资产	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
应收股利	-	-	-	-
存货	94,106,151.74	96,602,209.91	58,590,028.75	38,192,839.02
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	9,014,202.33	20,517,645.45	2,998,389.94	498,601.64
流动资产合计	784,198,483.90	657,392,750.09	585,095,293.73	471,478,829.23
非流动资产：				
债权投资	-	-	-	-
可供出售金融资产	-	-	-	-
其他债权投资	-	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-	-
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	-	-	-	-
固定资产	218,595,239.81	200,825,305.86	33,645,332.09	20,843,419.24
在建工程	23,728,138.29	24,199,332.01	82,239,662.48	25,187,572.03
生产性生物资产	-	-	-	-
使用权资产	5,318,220.31	7,296,290.11	-	-
油气资产	-	-	-	-
无形资产	73,571,581.00	75,251,135.68	36,765,104.34	38,464,797.52
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	5,353,315.47	2,008,512.55	205,165.18	276,047.50
递延所得税资产	1,475,397.94	1,611,038.01	842,606.03	541,781.44
其他非流动资产	106,584.40	1,308,937.00	16,866,668.36	1,600,000.00
非流动资产合计	328,148,477.22	312,500,551.22	170,564,538.48	86,913,617.73
资产总计	1,112,346,961.12	969,893,301.31	755,659,832.21	558,392,446.96

合并资产负债表（续）

单位：元

负债与股东权益	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
流动负债：				
短期借款	9,909,075.00	-	-	-
交易性金融负债	-	-	351,465,221.79	328,307,568.48
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	-
衍生金融负债	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-
应付账款	160,224,463.36	118,562,721.41	44,315,291.63	40,637,192.74
预收款项	-	-	-	10,319,048.04
合同负债	30,240,589.56	29,605,898.12	29,299,897.52	-
应付职工薪酬	10,774,002.79	10,229,261.89	11,894,234.34	6,374,968.24
应交税费	23,222,673.78	28,684,526.31	21,896,551.84	9,635,345.58
其他应付款	5,106,660.76	4,805,445.88	4,794,353.97	6,711,363.29
其中：应付利息	-	-	-	-
应付股利	-	-	-	-
持有待售负债	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	2,468,945.48	3,330,213.54	-	-
其他流动负债	2,536,713.82	2,572,344.35	2,636,990.80	-
流动负债合计	244,483,124.55	197,790,411.50	466,302,541.89	401,985,486.37
非流动负债：				
长期借款	-	-	-	-
应付债券	-	-	-	-
租赁负债	2,426,872.40	3,508,812.96	-	-
长期应付款	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延收益	1,322,434.30	266,138.78	326,576.34	25,678.95
递延所得税负债	23,458.75	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	3,772,765.45	3,774,951.74	326,576.34	25,678.95
负债合计	248,255,890.00	201,565,363.24	466,629,118.23	402,011,165.32
所有者权益：				

负债与股东权益	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
实收资本/股本	361,800,000.00	361,800,000.00	30,000,000.00	30,000,000.00
其他权益工具	-	-	-	-
资本公积	72,412,972.52	72,412,972.52	48,480,353.47	46,235,035.47
其他综合收益	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	19,945,921.62	19,945,921.62	8,220,210.14	897,224.85
未分配利润	403,559,356.28	308,687,161.95	199,054,684.98	75,034,828.70
归属于母公司所有者权益合计	857,718,250.42	762,846,056.09	285,755,248.59	152,167,089.02
少数股东权益	6,372,820.70	5,481,881.98	3,275,465.39	4,214,192.62
所有者权益合计	864,091,071.12	768,327,938.07	289,030,713.98	156,381,281.64
负债和所有者权益总计	1,112,346,961.12	969,893,301.31	755,659,832.21	558,392,446.96

（二）合并利润表

单位：元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、营业收入	524,901,723.18	978,370,190.01	664,072,688.50	404,959,125.73
减：营业成本	331,634,794.80	592,845,697.81	384,191,648.65	232,132,734.41
税金及附加	2,420,233.89	4,237,007.60	2,234,262.59	1,777,487.46
销售费用	58,375,530.59	76,929,574.82	56,096,313.83	49,820,770.51
管理费用	14,082,361.47	25,988,516.61	22,687,073.16	20,790,510.23
研发费用	8,803,628.91	16,381,879.54	12,360,289.08	7,366,835.82
财务费用	-3,773,450.67	-7,961,676.60	-647,242.17	84,190.00
其中：利息费用	241,572.45	446,544.02	-	-
利息收入	4,183,594.04	8,810,934.40	1,070,421.67	205,140.22
加：其他收益	4,347,813.41	11,800,600.93	3,772,055.44	3,632,544.64
投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	13,037,241.96	8,323,639.02
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）	-	-	-	-

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
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）	-	-4,267,397.26	-26,031,123.31	-18,437,808.21
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-926,960.23	-9,306.75	209,044.04	-304,700.22
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
资产处置收益（损失以“-”号填列）	12,208.62	-	-	-211,540.16
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	116,791,685.99	277,473,087.15	178,137,561.49	85,988,732.37
加：营业外收入	276,964.94	480,532.53	667,197.26	285,823.98
减：营业外支出	127,845.25	218,401.18	303,808.30	35,801.79
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	116,940,805.68	277,735,218.50	178,500,950.45	86,238,754.56
减：所得税费用	21,177,672.63	54,170,613.46	38,665,701.14	20,272,117.05
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	95,763,133.05	223,564,605.04	139,835,249.31	65,966,637.51
（一）按经营持续性分类				
1. 持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	95,763,133.05	223,564,605.04	139,835,249.31	65,966,637.51
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. 归属于母公司股东的净利润（净亏损以“-”号填列）	94,872,194.33	221,358,188.45	138,469,371.57	65,291,046.19
2. 少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	890,938.72	2,206,416.59	1,365,877.74	675,591.32
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
（一）不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
（二）将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
六、综合收益总额	95,763,133.05	223,564,605.04	139,835,249.31	65,966,637.51
归属于母公司所有者的综合收益总额	94,872,194.33	221,358,188.45	138,469,371.57	65,291,046.19
归属于少数股东的综合收益总额	890,938.72	2,206,416.59	1,365,877.74	675,591.32
七、每股收益：				
（一）基本每股收益（元/股）	0.26	0.61	0.38	0.18
（二）稀释每股收益（元/股）	0.26	0.61	0.38	0.18

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 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	554,124,624.75	1,065,620,470.94	744,355,136.41	436,234,042.15
收到的税费返还	14,060,780.93	-	-	7,218,916.04
收到其他与经营活动有关的现金	10,285,783.89	39,330,008.67	18,335,608.15	7,030,002.58
经营活动现金流入小计	578,471,189.57	1,104,950,479.61	762,690,744.56	450,482,960.77
购买商品、接受劳务支付的现金	321,132,425.45	633,701,620.17	437,353,219.41	247,280,984.97
支付给职工以及为职工支付的现金	39,032,720.42	64,632,179.77	43,941,640.24	35,468,095.80
支付的各项税费	43,410,382.17	76,502,829.03	45,946,557.68	29,516,603.00
支付其他与经营活动有关的现金	34,856,634.40	79,530,601.99	54,181,722.25	50,576,789.61
经营活动现金流出小计	438,432,162.44	854,367,230.96	581,423,139.58	362,842,473.38
经营活动产生的现金流量净额	140,039,027.13	250,583,248.65	181,267,604.98	87,640,487.39
二、投资活动产生的现金流量				
收回投资收到的现金	-	-	1,706,000,000.00	1,075,436,882.00
取得投资收益所收到的现金	-	-	13,311,461.41	8,464,734.41
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	16,710.00	500.00	-	16,000.00

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
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	16,710.00	500.00	1,719,311,461.41	1,083,917,616.41
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	24,150,986.64	127,582,794.17	90,809,200.10	18,187,128.43
投资支付的现金	-	-	1,392,000,000.00	1,265,615,000.00
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	-	-	1,117,958.27	-
投资活动现金流出小计	24,150,986.64	127,582,794.17	1,483,927,158.37	1,283,802,128.43
投资活动产生的现金流量净额	-24,134,276.64	-127,582,294.17	235,384,303.04	-199,884,512.02
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资收到的现金	-	-	-	212,000,000.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	9,900,000.00	-	-	-
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	9,900,000.00	-	-	212,000,000.00
偿还债务支付的现金	-	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	49,005.00	102,459,889.00	6,854,131.00	30,300,000.00
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	300,000.00
支付其他与筹资活动有关的现金	2,210,386.30	10,914,736.50	-	1,696,000.00
筹资活动现金流出小计	2,259,391.30	113,374,625.50	6,854,131.00	31,996,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	7,640,608.70	-113,374,625.50	-6,854,131.00	180,004,000.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	123,545,359.19	9,626,328.98	409,797,777.02	67,759,975.37
加：期初现金及现金等价物余额	526,317,374.11	516,691,045.13	106,893,268.11	39,133,292.74
六、期末现金及现金等价物余额	649,862,733.30	526,317,374.11	516,691,045.13	106,893,268.11

二、审计意见及关键审计事项

（一）审计意见

大信会计师事务所（特殊普通合伙）审计了上海福贝宠物用品股份有限公司财务报表，包括 2022 年 6 月 30 日、2021 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2022 年 1-6 月、2021 年度、2020 年度、2019 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表，以及财务报表附注。

“大信会计师事务所（特殊普通合伙）认为，后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了福贝宠物 2022 年 6 月 30 日、2021 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日的财务状况以及 2022 年 1-6 月、2021 年度、2020 年度、2019 年度的经营成果和现金流量。”

（二）关键审计事项

关键审计事项是会计师根据职业判断，认为对财务报表审计最为重要的事项。这些事项的应对以对财务报表整体进行审计并形成审计意见为背景，会计师不对这些事项单独发表意见。大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《审计报告》（大信审字[2022]第 4-00835 号）中，对关键审计事项的描述具体如下：

关键审计事项	该事项在审计中是如何应对的
收入确认	
由于收入是重要的财务指标之一，存在管理层为了达到特定目标或期望而操纵收入确认时点的固有风险，因此我们将收入确认识别为关键审计事项。	（1）对照《企业会计准则第 14 号-收入》规定的收入确认基本原则，分析福贝宠物收入确认条件时点是否满足《企业会计准则第 14 号-收入》的规定； （2）将福贝宠物收入确认政策与同行业上市公司进行对比分析； （3）了解、测试销售及收款相关的内部控制制度； （4）采取抽样方式检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、出库单、客户签收、对账单、网店销售明细、网店资金流水、物流结算单等； （5）向本年度主要客户函证销售额、开票、回款等情况； （6）对资产负债表日前后确认的销售收入核对销售合同、出库单、客户签收单、物流结算单等单据，以评估销售收入是否在恰当的

关键审计事项	该事项在审计中是如何应对的
	期间确认； (7)分析并核查福贝宠物的主要客户及变化情况，选取重要客户进行走访，以确认合同执行情况以及应收账款回款情况。

三、财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

1、编制基础

本公司财务报表以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则-基本准则》和具体会计准则等规定（以下合称“企业会计准则”），并基于以下所述重要会计政策、会计估计进行编制。

2、持续经营

公司自本报告期末至少 12 个月内具备持续经营能力，无影响持续经营能力的重大事项。

（二）合并报表范围及其变化

1、合并财务报表的范围

截至 2022 年 6 月 30 日，公司纳入合并财务报表范围的子公司概况如下：

子公司名称	注册地	主要经营地	持股比例（%）		取得方式
			直接	间接	
宣城市福贝宠物食品有限公司	安徽省宣城市经济技术开发区铁山路以南、科技路以西	宣城市	97.00	-	同一控制下企业合并
福益（上海）企业管理有限公司	上海市松江区中辰路 188 号 5 幢 301 室-1	上海市	100.00	-	同一控制下企业合并
上海福智宠物食品有限公司	上海市金山区朱泾镇中达路 460 号	上海市	100.00	-	新设
宣城福贝生物科技有限公司	安徽省宣城市天湖办事处仙霞路以南，马汤路以西	宣城市	100.00	-	新设
宣城福新宠物食品有限公司	安徽省宣城经济技术开发区致和路与宣酒大道交口（科技园南侧）	宣城市	100.00	-	新设

2、合并财务报表范围变化情况

（1）思玛酷

2018年5月，公司通过新设方式设立控股子公司思玛酷（上海）宠物食品有限公司，并自成立日起将其纳入合并范围。

2020年初，公司基于合作未达预期、双方经营理念差异等原因决定退出思玛酷持股。2020年1月19日，公司将其持有的思玛酷155万元出资额（占思玛酷31%股权）与100万元出资额（占思玛酷20%股权）分别转让给河北翼高贸易有限公司和展钰（上海）生物科技有限公司。转让价格系依据经审计的截至2019年9月30日的思玛酷净资产为基础，协商确定为129.13万元与83.31万元。2020年2月，公司完成了思玛酷股权转让的相关交割事宜。

本次出售前思玛酷基本情况如下：

公司名称	思玛酷（上海）宠物食品有限公司	成立时间	2018年5月22日
注册资本	500万元	实收资本	500万元
住所	上海市金山区朱泾镇临源街750号2幢114G室		
经营范围	宠物食品用品、日用百货、日用化学品（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）的批发、进出口、网上零售、佣金代理（拍卖除外）从事宠物食品用品科技领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让。【依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动】		
股东构成	股东名称	出资比例	
	福贝宠物	51.00%	
	思玛酷株式会社	30.00%	
	河北翼高贸易有限公司	15.00%	
	大仓农业株式会社	4.00%	
	合计	100.00%	

2019年-2020年，思玛酷相关财务数据及占公司对应财务指标的比例如下：

单位：万元

年份	2020年 ^(注)		2019年	
	营业收入	净利润	营业收入	净利润
思玛酷	180.58	24.27	844.23	2.16
公司	66,407.27	13,983.52	40,495.91	6,596.66
占比	0.27%	0.17%	2.08%	0.03%

注：公司于2020年2月处置思玛酷股权后，思玛酷于2020年3月起不再纳入合并报表范围，上述表格所列示的2020年度思玛酷的财务数据为2020年1-2月相关数据，不包含2020年3月以后相关数据。

报告期内，思玛酷经营规模较小，营业收入和净利润占公司相应指标的比例较低，转让前后对公司日常经营的影响较小。

（2）上海福智

2020年3月17日，公司通过新设方式设立全资子公司上海福智宠物食品有限公司。

（3）福贝生物

2021年1月15日，公司通过新设方式设立全资子公司宣城福贝生物科技有限公司。

（4）宣城福新

2021年7月2日，公司通过新设方式设立全资子公司宣城福新宠物食品有限公司。

除上述子公司设立、转让外，报告期内公司合并范围无其他变化。

四、主要会计政策和会计估计

（一）遵循企业会计准则的声明

本公司编制的财务报表符合《企业会计准则》的要求，真实、完整地反映了本公司2022年6月30日、2021年12月31日、2020年12月31日、2019年12月31日的财务状况以及2022年1-6月、2021年度、2020年度、2019年度的经营成果和现金流量等相关信息。

（二）会计期间

本公司会计年度为公历年度，即每年1月1日起至12月31日止。

（三）营业周期

本公司以一年12个月作为正常营业周期，并以营业周期作为资产和负债的流动性划分标准。

（四）记账本位币

本公司以人民币为记账本位币。

（五）企业合并

1、同一控制下企业合并

同一控制下企业合并形成的长期股权投资合并方以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的，本公司在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。合并方以发行权益性工具作为合并对价的，按发行股份的面值总额作为股本。长期股权投资的初始投资成本与合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，应当调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

2、非同一控制下企业合并

对于非同一控制下的企业合并，合并成本为购买方在购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值之和。非同一控制下企业合并中所取得的被购买方符合确认条件的可辨认资产、负债及或有负债，在购买日以公允价值计量。购买方对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，体现为商誉价值。购买方对合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期营业外收入。

（六）合并财务报表的编制方法

1、合并财务报表范围

本公司将全部子公司（包括本公司所控制的单独主体）纳入合并财务报表范围，包括被本公司控制的企业、被投资单位中可分割的部分以及结构化主体。

2、统一母子公司的会计政策、统一母子公司的资产负债表日及会计期间

子公司与本公司采用的会计政策或会计期间不一致的，在编制合并财务报表时，按照本公司的会计政策或会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。

3、合并财务报表抵销事项

合并财务报表以本公司和子公司的财务报表为基础，已抵销了本公司与子公司、子公司相互之间发生的内部交易。子公司所有者权益中不属于本公司的份额，

作为少数股东权益，在合并资产负债表中股东权益项目下以“少数股东权益”项目列示。子公司持有本公司的长期股权投资，视为本公司的库存股，作为股东权益的减项，在合并资产负债表中股东权益项目下以“减：库存股”项目列示。

4、合并取得子公司会计处理

对于同一控制下企业合并取得的子公司，视同该企业合并于自最终控制方开始实施控制时已经发生，从合并当期的期初起将其资产、负债、经营成果和现金流量纳入合并财务报表；对于非同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并财务报表时，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其个别财务报表进行调整。

5、处置子公司的会计处理

在不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的长期股权投资，在合并财务报表中，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积不足冲减的，调整留存收益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资方的控制权的，在编制合并财务报表时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，在丧失控制权时转为当期投资收益。

（七）现金及现金等价物的确定标准

本公司在编制现金流量表时所确定的现金，是指本公司库存现金以及可以随时用于支付的存款。在编制现金流量表时所确定的现金等价物，是指持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（八）金融工具

1、金融工具的分类及重分类

金融工具，是指形成一方的金融资产并形成其他方的金融负债或权益工具的

合同。

（1）金融资产

本公司将同时符合下列条件的金融资产分类为以摊余成本计量的金融资产：

①本公司管理金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标；②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。

本公司将同时符合下列条件的金融资产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：①本公司管理金融资产的业务模式既以收取合同现金流量又以出售该金融资产为目标；②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。

对于非交易性权益工具投资，本公司可在初始确认时将其不可撤销地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。该指定在单项投资的基础上作出，且相关投资从发行者的角度符合权益工具的定义。

除分类为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，本公司将其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，如果能消除或减少会计错配，本公司可以将金融资产不可撤销地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。

本公司改变管理金融资产的业务模式时，将对所有受影响的相关金融资产在业务模式发生变更后的首个报告期间的第一天进行重分类，且自重分类日起采用未来适用法进行相关会计处理，不对以前已经确认的利得、损失（包括减值损失或利得）或利息进行追溯调整。

（2）金融负债

金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债；金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债；以摊余成本计量的金融负债。所有的金融负债不进行重分类。

2、金融工具的计量

本公司金融工具初始确认按照公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。因销售产品或提供劳务而产生的、未包含或不考虑重大融资成分的应收账款或应收票据，本公司按照预期有权收取的对价金额作为初始确认金额。金融工具的后续计量取决于其分类。

（1）金融资产

①以摊余成本计量的金融资产。初始确认后，对于该类金融资产采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、重分类、按照实际利率法摊销或确认减值时，计入当期损益。

②以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。初始确认后，对于该类金融资产（除属于套期关系的一部分金融资产外），以公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入）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债务工具投资。初始确认后，对于该类金融资产以公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失均计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

（2）金融负债

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。该类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。初始确认后，对于该类金融负债以公允价值进行后续计量，除与套期会计有关外，交易性金融负债公允价值变动形成的利得或损失（包括利息费用）计入当期损益。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的，由企业自身信用风险变动引起的该金融负债公允价值的变动金额，计入其他综合收益，其他公允价值变动计入当期损益。如果对该金融负债的自身信

用风险变动的影响计入其他综合收益会造成或扩大损益中的会计错配的，本公司将该金融负债的全部利得或损失计入当期损益。

②以摊余成本计量的金融负债。初始确认后，对此类金融负债采用实际利率法以摊余成本计量。

3、本公司对金融工具的公允价值的确认方法

如存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值；如不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。估值技术主要包括市场法、收益法和成本法。在有限情况下，如果用以确定公允价值的近期信息不足，或者公允价值的可能估计金额分布范围很广，而成本代表了该范围内对公允价值的最佳估计的，该成本可代表其在该分布范围内对公允价值的恰当估计。本公司利用初始确认日后可获得的关于被投资方业绩和经营的所有信息，判断成本能否代表公允价值。

4、金融资产和金融负债转移的确认依据和计量方法

（1）金融资产

本公司金融资产满足下列条件之一的，予以终止确认：①收取该金融资产现金流量的合同权利终止；②该金融资产已转移，且本公司转移了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬；③该金融资产已转移，虽然本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有报酬的，但未保留对该金融资产的控制。

本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有报酬的，且保留了对该金融资产控制的，按照继续涉入被转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认相关负债。

金融资产转移整体满足终止确认条件的，将以下两项金额的差额计入当期损益：①被转移金融资产在终止确认日的账面价值；②因转移金融资产而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为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）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价

值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，先按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，然后将以下两项金额的差额计入当期损益：①终止确认部分在终止确认日的账面价值；②终止确认部分收到的对价，与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为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）之和。

（2）金融负债

金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除的，本公司终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

金融负债（或其一部分）终止确认的，本公司将其账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的负债）之间的差额，计入当期损益。

（九）预期信用损失的确定方法及会计处理方法

1、预期信用损失的确定方法

本公司以预期信用损失为基础，对以摊余成本计量的金融资产（含应收款项）、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（含应收款项融资）、租赁应收款进行减值会计处理并确认损失准备。

本公司在每个资产负债表日评估相关金融工具的信用风险自初始确认后是否显著增加，将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减值采用不同的会计处理方法：①第一阶段，金融工具的信用风险自初始确认后未显著增加的，本公司按照该金融工具未来 12 个月的预期信用损失计量损失准备，并按照其账面余额（即未扣除减值准备）和实际利率计算利息收入；②第二阶段，金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加但未发生信用减值的，本公司按照该金融工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备，并按照其账面余额和实际利率计算利息收入；③第三阶段，初始确认后发生信用减值的，本公司按照该金融工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备，并按照其摊余成本（账面余额减已计提减值准备）和实际利率计算利息收入。

（1）较低信用风险的金融工具计量损失准备的方法

对于在资产负债表日具有较低信用风险的金融工具，本公司可以不用与其初

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。

如果金融工具的违约风险较低，债务人在短期内履行其合同现金流量义务的能力很强，并且即便较长时期内经济形势和经营环境存在不利变化但未必一定降低借款人履行其合同现金流量义务的能力，该金融工具被视为具有较低的信用风险。

（2）应收款项、租赁应收款计量损失准备的方法

本公司对于由《企业会计准则第 14 号—收入》规范的交易形成的应收款项（无论是否含重大融资成分）、以及由《企业会计准则第 21 号—租赁》规范的租赁应收款，均采用简化方法，即始终按整个存续期预期信用损失计量损失准备。

根据金融工具的性质，本公司以单项金融资产或金融资产组合为基础评估信用风险是否显著增加。本公司根据信用风险特征将应收票据、应收账款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失。对于划分为组合的应收款项，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况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。对于划分为组合的应收票据，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况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。

（3）其他金融资产计量损失准备的方法

对于除上述以外的金融资产，如：债权投资、其他债权投资、其他应收款、除租赁应收款以外的长期应收款等，本公司按照一般方法，即“三阶段”模型计量损失准备。

本公司在计量金融工具发生信用减值时，评估信用风险是否显著增加考虑了以下因素：

①债务人预期表现和还款行为是否发生显著变化；

②作为债务抵押的担保物价值或第三方提供的担保或信用增级质量是否发生显著变化，这些变化预期将降低债务人按合同规定期限还款的经济动机或者影响违约概率；

③债务人经营成果实际或预期是否发生显著变化；

④债务人所处的法律、监管、市场、经济或技术环境是否发生显著不利变化，并将对债务人对本公司的还款能力产生重大不利影响。

本公司根据款项性质将其他应收款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

其他应收款组合 1：保证金、押金

其他应收款组合 2：备用金

其他应收款组合 3：其他

2、预期信用损失的会计处理方法

为反映金融工具的信用风险自初始确认后的变化，本公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，应当作为减值损失或利得计入当期损益，并根据金融工具的种类，抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值或计入预计负债（贷款承诺或财务担保合同）或计入其他综合收益（以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资）。

（十）存货

1、存货的分类

存货是指本公司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。主要包括原材料、包装物、库存商品、委托加工物资、发出商品。

2、发出存货的计价方法

存货发出时，采取加权平均法确定其发出的实际成本。

3、存货跌价准备的计提方法

资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量，并按单个存货项目计提存货跌价准备，但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备。

4、存货的盘存制度

本公司的存货盘存制度为永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

低值易耗品和包装物采用一次转销法摊销。

（十一）合同资产和合同负债（2020年1月1日起适用）

1、合同资产

本公司将已向客户转让商品或服务而有权收取对价的权利（且该权利取决于时间流逝之外的其他因素）作为合同资产列示。合同资产的减值准备计提参照金融工具预期信用损失法。本公司对于合同资产（无论是否含重大融资成分），均采用简化方法计量损失准备。

合同资产发生减值损失，按应减记金额，借记“资产减值损失”，贷记合同资产减值准备；转回已计提的资产减值准备时，做相反分录。

2、合同负债

本公司将已收或应收客户对价而应向客户转让商品或提供服务的义务列示为合同负债。

本公司将同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示。

（十二）长期股权投资

1、初始投资成本确定

对于企业合并取得的长期股权投资，如为同一控制下的企业合并，应当在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本；非同一控制下的企业合并，应当按照购买日确定的企业合并成本作为长期股权投资的初始投资成本；以支付现金取得的长期股权投资，初始投资成本为实际支付的购买价款；以发行权益性证券取得的长期股权投资，初始投资成本为发行权益性证券的公允价值；通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本应当按照《企业会计准则第12号——债务重组》的有关规定确定；非货币性资产交换取得的长期股权投资，初始投资成本应当按

照《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》的有关规定确定。

2、后续计量及损益确认方法

本公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算，对联营企业和合营企业的长期股权投资采用权益法核算。本公司对联营企业的权益性投资，其中一部分通过风险投资机构、共同基金、信托公司或包括投连险基金在内的类似主体间接持有的，无论以上主体是否对这部分投资具有重大影响，本公司都应当按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定处理，并对其余部分采用权益法核算。

3、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

对被投资单位具有共同控制，是指对某项安排的回报产生重大影响的活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策，包括商品或劳务的销售和购买、金融资产的管理、资产的购买和处置、研究与开发活动以及融资活动等；对被投资单位具有重大影响，是指当持有被投资单位 20%以上至 50%的表决权资本时，具有重大影响。或虽不足 20%，但符合下列条件之一时，具有重大影响：在被投资单位的董事会或类似的权力机构中派有代表；参与被投资单位的政策制定过程；向被投资单位派出管理人员；被投资单位依赖投资公司的技术或技术资料；与被投资单位之间发生重要交易。

（十三）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。同时满足以下条件时予以确认：与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、固定资产分类和折旧方法

本公司固定资产主要分为：房屋建筑物、生产设备、运输设备、电子设备及其他等；折旧方法采用年限平均法。根据各类固定资产的性质和使用情况，确定固定资产的使用寿命和预计净残值。并在年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

除已提足折旧仍继续使用的固定资产和单独计价入账的土地之外，本公司对所有固定资产计提折旧。

资产类别	预计使用寿命（年）	预计净残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	20	0.00	5.00
生产设备	5、10	5.00	19.00、9.50
运输设备	4	5.00	23.75
电子设备及其他	3、5	5.00	31.67、19.00

3、融资租入固定资产的认定依据、计价方法（2021年1月1日以前适用）

融资租入固定资产为实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁。融资租入固定资产初始计价为租赁期开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值较低者作为入账价值；融资租入固定资产后续计价采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提折旧及减值准备。

（十四）在建工程

本公司在建工程分为自营方式建造和出包方式建造两种。在建工程在工程完工达到预定可使用状态时，结转固定资产。预定可使用状态的判断标准，应符合下列情况之一：固定资产的实体建造（包括安装）工作已经全部完成或实质上已经全部完成；已经试生产或试运行，并且其结果表明资产能够正常运行或能够稳定地生产出合格产品，或者试运行结果表明其能够正常运转或营业；该项建造的固定资产上的支出金额很少或者几乎不再发生；所购建的固定资产已经达到设计或合同要求，或与设计或合同要求基本相符。

（十五）无形资产

1、无形资产的计价方法

本公司无形资产按照成本进行初始计量。购入的无形资产，按实际支付的价款和相关支出作为实际成本。投资者投入的无形资产，按投资合同或协议约定的价值确定实际成本，但合同或协议约定价值不公允的，按公允价值确定实际成本。自行开发的无形资产，其成本为达到预定用途前所发生的支出总额。

本公司无形资产后续计量方法分别为：使用寿命有限无形资产采用直线法摊销，并在年度终了，对无形资产的使用寿命和摊销方法进行复核，如与原先估计

数存在差异的，进行相应的调整；使用寿命不确定的无形资产不摊销，但在年度终了，对使用寿命进行复核，当有确凿证据表明其使用寿命是有限的，则估计其使用寿命，按直线法进行摊销。

使用寿命有限的无形资产摊销方法如下：

资产类别	使用寿命（年）	摊销方法
土地使用权	20、50	直线法
软件	3	直线法

2、使用寿命不确定的判断依据

本公司将无法预见该资产为公司带来经济利益的期限，或使用期限不确定等无形资产确定为使用寿命不确定的无形资产。使用寿命不确定的判断依据为：来源于合同性权利或其他法定权利，但合同规定或法律规定无明确使用年限；综合同行业情况或相关专家论证等，仍无法判断无形资产为公司带来经济利益的期限。

每年年末，对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，主要采取自下而上的方式，由无形资产使用相关部门进行基础复核，评价使用寿命不确定判断依据是否存在变化等。

3、内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准，以及开发阶段支出符合资本化条件的具体标准

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；开发阶段的支出，满足确认为无形资产条件的转入无形资产核算：（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。

划分内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段的具体标准：为获取新的技术和知识等进行的有计划的调查阶段，应确定为研究阶段，该阶段具有计划性和探

索性等特点；在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等阶段，应确定为开发阶段，该阶段具有针对性和形成成果的可能性较大等特点。

（十六）长期资产减值

长期股权投资、固定资产、在建工程、无形资产等长期资产于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。

可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

在财务报表中单独列示的商誉，无论是否存在减值迹象，至少每年进行减值测试。减值测试时，商誉的账面价值分摊至预期从企业合并的协同效应中受益的资产组或资产组组合。测试结果表明包含分摊的商誉的资产组或资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认相应的减值损失。减值损失金额先抵减分摊至该资产组或资产组组合的商誉的账面价值，再根据资产组或资产组组合中除商誉以外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。

上述资产减值损失一经确认，以后期间不予转回价值得以恢复的部分。

（十七）长期待摊费用

本公司长期待摊费用是指已经支出，但受益期限在一年以上（不含一年）的各项费用。长期待摊费用按费用项目的受益期限分期摊销。若长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益，则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

（十八）职工薪酬

职工薪酬，是指本公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬主要包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他

长期职工福利。

1、短期薪酬

在职工为本公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益，其他会计准则要求或允许计入资产成本的除外。本公司发生的职工福利费，在实际发生时根据实际发生额计入当期损益或相关资产成本。职工福利费为非货币性福利的，按照公允价值计量。企业为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费、生育保险费等社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额，并确认相应负债，计入当期损益或相关资产成本。

2、离职后福利

本公司在职工提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

3、辞退福利

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

4、其他长期职工福利

本公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划条件的，应当按照有关设定提存计划的规定进行处理；除此外，根据设定受益计划的有关规定，确认和计量其他长期职工福利净负债或净资产。

（十九）股份支付

本公司股份支付包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计量。

存在活跃市场的，按照活跃市场中的报价确定；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。

在各个资产负债表日，根据最新取得的可行权人数变动、业绩指标完成情况等后续信息，修正预计可行权的股票期权数量，并以此为依据确认各期应分摊的费用。对于跨越多个会计期间的期权费用，一般可以按照该期权在某会计期间内等待期长度占整个等待期长度的比例进行分摊。

（二十）收入（2020 年 1 月 1 日以前适用）

1、销售商品收入的确认一般原则：本公司在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方、本公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权、也没有对已售出的商品实施有效控制、收入的金额能够可靠地计量、相关的经济利益很可能流入企业、相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认销售商品收入的实现。

2、销售商品收入的确认具体原则：公司目前主要的产品为犬粮和猫粮等宠物干粮类主粮，公司 ODM/OEM 业务、自主品牌经销模式于客户确认收货后确认收入；自主品牌线上 B2C 模式根据消费者确认收货后（点击确认收货或系统默认收货）确认收入；自主品牌的电商平台入仓模式根据合同约定的对账时间，收到电商平台的结算清单核对无误后确认收入；其他销售模式主要包括直接面向宠物门店等零售终端的销售、工厂直销以及线上分销等，于客户确认收货后确认收入。

（二十一）收入（2020 年 1 月 1 日起适用）

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务控制权时，按照分摊至该项履约义务的交易价格确认收入。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。履约义务是指合同中本公司向客户转让可明确区分商品的承诺。交易价格是指本公司因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及本公司预期将退还给客户的款项。

履约义务是在某一时段内履行、还是在某一时点履行，取决于合同条款及相关法律规定。如果履约义务是在某一时段内履行的，则本公司按照履约进度确认收入。否则，本公司于客户取得相关资产控制权的某一时点确认收入。

公司目前主要的产品为犬粮和猫粮等宠物干粮类主粮，本公司与客户之间的销售合同通常仅包含交付产品的单项履约义务，公司销售的产品按照销售模式不同，收入确认时点有所不同。

1、公司 ODM/OEM 业务、自主品牌经销模式：由于此类销售模式下公司将产品交付客户并经客户确认收货后产品的控制权转移至客户，因此本公司在履行产品交付的履约义务并经客户确认收货后确认收入。

2、自主品牌线上 B2C 模式：由于此类销售模式下公司将产品交付消费者并经消费者确认收货（点击确认收货或系统默认收货）后产品的控制权转移至消费者，因此本公司在履行产品交付的履约义务，并经消费者确认收货（点击确认收货或系统默认收货）后确认收入。

3、自主品牌的电商平台入仓模式：由于此类销售模式下公司收到电商平台的结算清单后产品的控制权转移至客户，因此本公司在收到电商平台的结算清单核对无误后确认收入。

4、其他销售模式：主要包括直接面向宠物门店等零售终端的销售、工厂直销以及线上分销等，由于此类销售模式下公司将产品交付客户并经客户确认收货后产品的控制权转移至客户，因此本公司在履行产品交付的履约义务并经客户确认收货后确认收入。

（二十二）合同成本（2020 年 1 月 1 日起适用）

本公司的合同成本包括为取得合同发生的增量成本及合同履约成本。为取得合同发生的增量成本（“合同取得成本”）是指不取得合同就不会发生的成本。该成本预期能够收回的，本公司将其作为合同取得成本确认为一项资产。

本公司为履行合同发生的成本，不属于存货等其他企业会计准则规范范围且同时满足下列条件的，作为合同履约成本确认为一项资产：

1、该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关，包括直接人工、直接材

料、制造费用（或类似费用）、明确由用户承担的成本以及仅因该合同而发生的其他成本；

2、该成本增加了本公司未来用于履行履约义务的资源；

3、该成本预期能够收回。

本公司将确认为资产的合同履约成本，初始确认时摊销期限不超过一年或一个正常营业周期的，在资产负债表计入“存货”项目；初始确认时摊销期限在一年或一个正常营业周期以上的，在资产负债表中计入“其他非流动资产”项目。

本公司将确认为资产的合同取得成本，初始确认时摊销期限不超过一年或一个正常营业周期的，在资产负债表计入“其他流动资产”项目；初始确认时摊销期限在一年或一个正常营业周期以上的，在资产负债表中计入“其他非流动资产”项目。

本公司对合同取得成本、合同履约成本确认的资产（以下简称“与合同成本有关的资产”）采用与该资产相关的商品收入确认相同的基础进行摊销，计入当期损益。取得合同的增量成本形成的资产的摊销年限不超过一年的，在发生时计入当期损益。

与合同成本有关的资产的账面价值高于下列两项的差额时，本公司将超出部分计提减值准备并确认为资产减值损失：

1、因转让与该资产相关的商品预期能够取得的剩余对价；

2、为转让该相关商品估计将要发生的成本。

以前期间减值的因素之后发生变化，使得前述两项差额高于该资产账面价值的，应当转回原已计提的资产减值准备，并计入当期损益，但转回后的资产账面价值不超过假定不计提减值准备情况下的该资产在转回日的账面价值。

（二十三）政府补助

1、政府补助类型及会计处理

政府补助是指本公司从政府无偿取得的货币性资产或非货币性资产（但不包括政府作为所有者投入的资本）。政府补助为货币性资产的，应当按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，应当按照公允价值计量；公允价值

不能可靠取得的，按照名义金额计量。与日常活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益。与日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

政府文件明确规定用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助，确认为与资产相关的政府补助。政府文件未明确规定补助对象的，能够形成长期资产的，与资产价值相对应的政府补助部分作为与资产相关的政府补助，其余部分作为与收益相关的政府补助；难以区分的，将政府补助整体作为与收益相关的政府补助。与资产相关的政府补助确认为递延收益。确认为递延收益的金额，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入当期损益。

除与资产相关的政府补助之外的政府补助，确认为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

本公司取得政策性优惠贷款贴息，财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款银行以政策性优惠利率向本公司提供贷款的，以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用；财政将贴息资金直接拨付给本公司的，本公司将对应的贴息冲减相关借款费用。

2、政府补助确认时点

政府补助在满足政府补助所附条件并能够收到时确认。按照应收金额计量的政府补助，在期末有确凿证据表明能够符合财政扶持政策规定的相关条件且预计能够收到财政扶持资金时予以确认。除按照应收金额计量的政府补助外的其他政府补助，在实际收到补助款项时予以确认。

（二十四）递延所得税资产和递延所得税负债

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，确定该计税基础为其差额），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。

递延所得税资产的确认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。如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，则减记递延所得税资产的账面价值。

对与子公司及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，确认递延所得税负债，除非本公司能够控制暂时性差异转回的时间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。对与子公司及联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，当该暂时性差异在可预见的未来很可能转回且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额时，确认递延所得税资产。

（二十五）租赁（2021 年 1 月 1 日前适用）

1、经营租赁的会计处理方法

经营租赁的租金支出在租赁期内按照直线法计入相关资产成本或当期损益。

2、融资租赁的会计处理方法

以租赁资产的公允价值与最低租赁付款额的现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，租入资产的入账价值与最低租赁付款额之间的差额作为未确认融资费用，在租赁期内按实际利率法摊销。最低租赁付款额扣除未确认融资费用后的余额作为长期应付款列示。

（二十六）租赁（2021 年 1 月 1 日起适用）

1、租入资产的会计处理

在租赁期开始日，本公司对除短期租赁和低价值资产租赁以外的租赁确认使用权资产和租赁负债，并在租赁期内分别确认折旧费用和利息费用。

本公司在租赁期内各个期间采用直线法，将短期租赁和低价值资产租赁的租赁付款额计入当期费用。

（1）使用权资产

使用权资产，是指承租人可在租赁期内使用租赁资产的权利。在租赁期开始日，使用权资产按照成本进行初始计量。该成本包括：①租赁负债的初始计量金额；②在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；③承租人发生的初始直接费用；④承租人为拆卸及移除租

赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本。

本公司使用权资产折旧采用年限平均法分类计提。对于能合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产预计剩余使用寿命内计提折旧；对于无法合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。

本公司按照《企业会计准则第8号——资产减值》的相关规定来确定使用权资产是否已发生减值并进行会计处理。

（2）租赁负债

租赁负债按照租赁期开始日尚未支付的租赁付款额的现值进行初始计量。租赁付款额包括：①固定付款额（包括实质固定付款额），存在租赁激励的，扣除租赁激励相关金额；②取决于指数或比率的可变租赁付款额；③根据承租人提供的担保余值预计应支付的款项；④购买选择权的行权价格，前提是承租人合理确定将行使该选择权；⑤行使终止租赁选择权需支付的款项，前提是租赁期反映出承租人将行使终止租赁选择权；

本公司采用租赁内含利率作为折现率；如果无法合理确定租赁内含利率的，则采用本公司的增量借款利率作为折现率。本公司按照固定的周期性利率计算租赁负债在租赁期内各期间的利息费用，并计入财务费用。该周期性利率是指公司所采用的折现率或修订后的折现率。

未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。

当本公司对续租选择权、终止租赁选择权或者购买选择权的评估结果发生变化的，则按变动后的租赁付款额和修订后的折现率计算的现值重新计量租赁负债，并相应调整使用权资产的账面价值。当实质租赁付款额、担保余值预计的应付金额或者取决于指数或比率的可变租赁付款额发生变动的，则按变动后的租赁付款额和原折现率计算的现值重新计量租赁负债，并相应调整使用权资产的账面价值。

2、出租资产的会计处理

（1）经营租赁会计处理

本公司在租赁期内各个期间采用直线法，将经营租赁的租赁收款额确认为租金收入。本公司将发生的与经营租赁有关的初始直接费用予以资本化，在租赁期内按照与租金收入相同的确认基础分期计入当期收益。

（2）融资租赁会计处理

本公司在租赁开始日，将应收融资租赁款，未担保余值之和与其现值的差额确认为未实现融资收益，在将来收到租金的各期间内确认为租赁收入。本公司发生的与出租交易相关的初始直接费用，计入应收融资租赁款的初始入账价值中。

（二十七）重要会计政策变更、会计估计变更的说明

1、会计政策变更及依据

（1）财政部于 2019 年 4 月发布了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号）（以下简称“财务报表格式”），执行企业会计准则的企业应按照企业会计准则和该通知的要求编制财务报表。

（2）财政部于 2017 年颁布了修订后的《企业会计准则第 14 号—收入》（以下简称“新收入准则”）。本公司于 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则以及通知，对会计政策相关内容进行调整。

新收入准则取代了财政部于 2006 年颁布的《企业会计准则第 14 号—收入》及《企业会计准则第 15 号—建造合同》（统称“原收入准则”）。在原收入准则下，本公司以风险报酬转移作为收入确认时点的判断标准。新收入准则引入了收入确认计量的“五步法”，并针对特定交易或事项提供了更多的指引，在新收入准则下，本公司以控制权转移作为收入确认时点的判断标准，具体收入确认和计量的会计政策参见本节“四、主要会计政策和会计估计”之“（二十一）收入（2020 年 1 月 1 日起适用）”。

本公司依据新收入准则有关特定事项或交易的具体规定调整了相关会计政策。依据新收入准则的规定，根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。同时，本公司依据新收入准则对与收入相关的

信息披露要求提供更多披露，例如重要合同或业务与履约义务相关的信息和与分摊至剩余履约义务的交易价格相关的信息，包括履约义务通常的履行时间、重要的支付条款、公司承诺转让的商品的性质（包括说明公司是否作为代理人）、公司承担的预期将退还给客户的款项等类似义务、质量保证的类型及相关义务等。

本公司对收入来源及客户合约流程进行复核以评估新收入准则对财务报表的影响。本公司的收入主要为销售取得的收入，且收入来源于与客户签订的核定价格的商品销售合同，收入仍于向客户交付时点确认。采用新收入准则对本公司除财务报表列报以外无重大影响。

本公司根据首次执行新收入准则的累计影响数，调整 2020 年 1 月 1 日的留存收益及财务报表相关项目金额，对可比期间信息不予调整，本公司仅对在首次执行日尚未完成的合同的累计影响数进行调整。

（3）财政部于 2018 年 12 月发布了修订后的《企业会计准则第 21 号——租赁》。本公司自 2021 年 1 月 1 日起执行。对于首次执行日前已存在的合同，本公司选择不重新评估其是否为租赁或者包含租赁。本公司根据首次执行的累计影响数，调整首次执行当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，不调整可比期间信息。

2、会计政策变更的影响

（1）执行修订后财务报表格式的影响

根据财务报表格式的要求，除执行上述修订后的会计准则产生的列报变化以外，本公司将原计入“管理费用”项目中的研发费用单独列示为“研发费用”项目、将“资产处置收益”项目单独列示、将“应收利息”“应收股利”并入“其他应收款”项目列示等。本公司追溯调整了比较期间报表，该会计政策变更对合并及公司净利润和股东权益无影响。

（2）执行新收入准则的影响

合并报表项目	会计政策变更前 2019 年 12 月 31 日余额	新收入准则影响	会计政策变更后 2020 年 1 月 1 日余额
负债：			
预收款项	10,319,048.04	-10,319,048.04	-

合同负债	-	14,740,112.54	14,740,112.54
其他应付款	6,711,363.29	-5,747,674.60	963,688.69
其他流动负债	-	1,326,610.10	1,326,610.10
母公司报表项目	会计政策变更前 2019年12月31日余额	新收入准则影响	会计政策变更后 2020年1月1日余额
负债：			
预收款项	2,579,938.72	-2,579,938.72	-
合同负债	-	2,366,916.28	2,366,916.28
其他流动负债	-	213,022.44	213,022.44

本公司自2020年1月1日起执行新收入准则，由以控制权转移作为收入确认时点的判断标准取代以风险报酬转移作为收入确认时点的判断标准，本公司在执行新收入准则后，各项业务收入确认保持不变。

假定自2019年1月1日开始全面执行新收入准则，其对2019年度/2019年12月31日的合并财务报表营业收入、归属于公司普通股股东的净利润、资产总额以及归属于公司普通股股东的净资产不产生影响。

（3）执行修订后租赁准则的影响

合并报表项目	2020年12月31日	影响金额	2021年1月1日
资产：			
使用权资产	-	8,001,514.37	8,001,514.37
负债：			
一年内到期的非流动负债	-	2,021,314.42	2,021,314.42
租赁负债	-	5,980,199.95	5,980,199.95
母公司报表项目	2020年12月31日	影响金额	2021年1月1日
资产：			
使用权资产	-	6,845,906.42	6,845,906.42
负债：			
一年内到期的非流动负债	-	1,641,287.74	1,641,287.74
租赁负债	-	5,204,618.68	5,204,618.68

报告期内，公司未发生会计估计变更事项。

五、非经常性损益

申报会计师对公司报告期内的非经常性损益进行了鉴证，并出具了《上海福

贝宠物用品股份有限公司非经常性损益审核报告》（大信专审字[2022]第 4-00140 号），申报会计师认为：福贝宠物编制的 2022 年 1-6 月、2021 年度、2020 年度、2019 年度的非经常性损益明细表在所有重大方面符合中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号—非经常性损益（2008）》的有关规定。

公司报告期非经常性损益具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-1.33	-0.27	-3.71	-21.27
越权审批或无正式批准文件的税收返还、减免	-	-	-	-
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	444.78	1,180.06	397.21	383.25
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-	-
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-	-
非货币性资产交换损益	-	-	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-	-
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-	-
债务重组损益	-	-	-	-
企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-	-
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-	-
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-	-
除同公司主营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、其他非流动金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债、可供出售金融资产、其他非流动金融资产取得的投资收益	-	-426.74	-1,271.97	-1,011.42

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-	-
对外委托贷款取得的损益	-	-	-	-
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-	-
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-	-	-
受托经营取得的托管费收入	-	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	7.46	26.48	20.05	5.12
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-251.95	-60.00
非经营性损益对利润总额的影响的合计	450.91	779.53	-1,110.38	-704.31
减：所得税影响数	97.94	219.82	312.02	208.40
减：少数股东影响数	2.28	8.83	8.52	6.33
归属于母公司的非经常性损益影响数	350.70	550.88	-1,430.92	-919.04
扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润	9,136.52	21,584.94	15,277.85	7,448.15

报告期内，公司归属于母公司普通股股东的非经常性损益金额分别为-919.04万元、-1,430.92万元、550.88万元和350.70万元，占归属于母公司普通股股东的净利润的比例分别为-14.08%、-10.33%、2.49%和3.70%。

六、税项

（一）主要税种和税率

税种	计税依据	税率			
		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
增值税	产品销售收入、应税服务	13%、9%、6%	13%、9%、6%	13%、9%、6%	16%、13%、10%、9%、6%
企业所得税	应纳税所得额	15%、25%	15%、25%	15%、25%	15%、25%
城市维护建设税	实际缴纳的流转税	5%、7%	5%、7%	5%、7%	5%、7%
教育费附加	实际缴纳的流转税	3%	3%	3%	3%
地方教育费附加	实际缴纳的流转税	2%	2%	2%	2%

注：2019年1月至2019年3月国内宠物主粮销售收入按10%的税率计缴增值税，2019年4月之后税率降为9%；2019年1月至2019年3月除宠物主粮外的其他产品销售收入按16%的税率计缴增值税，2019年4月之后税率降为13%。

不同税率的纳税主体企业所得税税率说明：

纳税主体名称	所得税税率			
	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
上海福贝宠物用品股份有限公司	15%	15%	15%	15%
宣城市福贝宠物食品有限公司	25%	25%	25%	25%
福益（上海）企业管理有限公司	25%	25%	25%	25%
上海福智宠物食品有限公司	25%	25%	25%	-
宣城福贝生物科技有限公司	25%	25%	-	-
宣城福新宠物食品有限公司	25%	25%	-	-
思玛酷（上海）宠物食品有限公司	-	-	25%	25%

（二）重要税收优惠及批文

公司于 2018 年 11 月 2 日被上海市科学技术委员会、上海市财政局和国家税务总局上海市税务局认定为高新技术企业，证书编号：GR201831003551，有效期三年。公司于 2021 年 11 月 18 日取得编号为 GR202131002022 的高新技术企业证书，有效期三年。根据国家税务总局《国家税务总局关于实施高新技术企业所得税优惠有关问题的通知》（国税函[2009]203 号），2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日公司企业所得税适用税率为 15%。

报告期内，公司享受的企业所得税税收优惠金额及影响情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
所得税税收优惠金额	679.82	1,255.99	1,073.54	487.66
利润总额	11,694.08	27,773.52	17,850.10	8,623.88
税收优惠占利润总额的比例	5.81%	4.52%	6.01%	5.65%

报告期内，公司依法享受的企业所得税税收优惠金额分别为 487.66 万元、1,073.54 万元、1,255.99 万元和 679.82 万元，占当期利润总额的比例分别为 5.65%、6.01%、4.52%和 5.81%。报告期内公司所得税优惠金额占利润总额的比例较小，公司的经营业绩对税收优惠不存在重大依赖。

七、报告期内的主要财务指标

（一）主要财务指标

报告期内，公司主要财务指标如下：

项目	2022年6月30日/2022年1-6月	2021年12月31日/2021年度	2020年12月31日/2020年度	2019年12月31日/2019年度
流动比率（倍）	3.21	3.32	1.25	1.17
速动比率（倍）	2.82	2.84	1.13	1.08
资产负债率（母公司）	16.61%	14.89%	72.74%	80.89%
利息保障倍数 ^[注1]	485.08	622.97	-	-
应收账款周转率（次）	88.99	400.59	145.43	89.36
存货周转率（次）	6.96	7.64	7.94	6.55
息税折旧摊销前利润（万元）	12,952.81	28,989.70	18,198.09	8,927.37
归属于发行人股东的净利润（万元）	9,487.22	22,135.82	13,846.94	6,529.10
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	9,136.52	21,584.94	15,277.85	7,448.15
研发投入占营业收入的比例	1.68%	1.67%	1.86%	1.82%
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	0.39	0.69	6.04	2.92
每股净现金流量（元）	0.34	0.03	13.66	2.26
归属于发行人股东的每股净资产（元）	2.39	2.12	9.63	5.21

注1：2019年至2020年，公司无利息支出；2021年及2022年1-6月，公司利息费用为44.65万元和24.16万元，主要系执行新租赁准则，确认租赁负债在租赁期内各期间的利息费用。

注2：以上财务指标除特别注明外，为合并报表口径。

注3：2022年1-6月应收账款周转率、存货周转率已年化处理。

注4：上述主要财务指标计算方法如下：

（1）流动比率=流动资产/流动负债

（2）速动比率=速动资产/流动负债

（3）资产负债率=负债总额/资产总额（以母公司数据为基础）

（4）利息保障倍数=（利润总额+利息费用）/利息费用

（5）应收账款周转率=营业收入/应收账款平均净额

（6）存货周转率=营业成本/存货平均余额

（7）息税折旧摊销前利润=净利润+所得税+利息支出+固定资产折旧+使用权资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销

（8）研发投入占营业收入的比例=研发费用/营业收入

（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/期末普通股股份总数

（10）每股净现金流量=现金及现金等价物净增加/（减少）额/期末普通股股份总数

（11）归属于发行人股东的每股净资产=期末净资产/期末股本总额

（二）近三年及一期净资产收益率及每股收益

按照中国证券监督管理委员会《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）要求计算的净资产收益率和每股收益如下：

期间	报告期利润	加权平均 净资产收益率（%）	每股收益（元）	
			基本	稀释
2022年 1-6月	归属于普通股股东的净利润	11.71	0.26	0.26
	扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润	11.28	0.25	0.25
2021年	归属于普通股股东的净利润	36.59	0.61	0.61
	扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润	35.68	0.60	0.60
2020年	归属于普通股股东的净利润	62.54	0.38	0.38
	扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润	69.01	0.42	0.42
2019年	归属于普通股股东的净利润	73.84	0.18	0.18
	扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润	84.23	0.21	0.21

八、经营成果分析

单位：万元

项目	2022年 1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
一、营业收入	52,490.17	97,837.02	66,407.27	40,495.91
减：营业成本	33,163.48	59,284.57	38,419.16	23,213.27
税金及附加	242.02	423.70	223.43	177.75
销售费用	5,837.55	7,692.96	5,609.63	4,982.08
管理费用	1,408.24	2,598.85	2,268.71	2,079.05
研发费用	880.36	1,638.19	1,236.03	736.68
财务费用	-377.35	-796.17	-64.72	8.42
其中：利息费用	24.16	44.65	-	-
利息收入	418.36	881.09	107.04	20.51
加：其他收益	434.78	1,180.06	377.21	363.25
投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	1,303.72	832.36
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	-	-	-	-

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
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）	-	-426.74	-2,603.11	-1,843.78
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-92.70	-0.93	20.90	-30.47
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
资产处置收益（损失以“-”号填列）	1.22	-	-	-21.15
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	11,679.17	27,747.31	17,813.76	8,598.87
加：营业外收入	27.70	48.05	66.72	28.58
减：营业外支出	12.78	21.84	30.38	3.58
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	11,694.08	27,773.52	17,850.10	8,623.88
减：所得税费用	2,117.77	5,417.06	3,866.57	2,027.21
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	9,576.31	22,356.46	13,983.52	6,596.66
（一）按经营持续性分类				
1. 持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	9,576.31	22,356.46	13,983.52	6,596.66
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. 归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）	9,487.22	22,135.82	13,846.94	6,529.10
2. 少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	89.09	220.64	136.59	67.56

（一）营业收入分析

1、营业收入结构分析

报告期内，公司营业收入的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	52,478.90	99.98%	97,507.02	99.66%	66,384.48	99.97%	40,344.21	99.63%
其他业务收入	11.28	0.02%	330.00	0.34%	22.79	0.03%	151.70	0.37%
合计	52,490.17	100.00%	97,837.02	100.00%	66,407.27	100.00%	40,495.91	100.00%

报告期内，公司营业收入分别为 40,495.91 万元、66,407.27 万元、97,837.02

万元和 52,490.17 万元。其中，公司主营业务收入分别为 40,344.21 万元、66,384.48 万元、97,507.02 万元和 52,478.90 万元，占比分别为 99.63%、99.97%、99.66% 和 99.98%。公司主营业务突出，为公司营业收入的主要来源。

公司其他业务收入金额分别为 151.70 万元、22.79 万元、330.00 万元和 11.28 万元，占比分别为 0.37%、0.03%、0.34%和 0.02%。公司其他业务收入主要为活动积分兑换除公司主营业务以外的产品所产生的相关收入，金额及占比均较低。

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	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
犬粮	23,166.75	44.14%	44,272.26	45.40%	34,007.34	51.23%	24,915.16	61.76%
猫粮	28,694.04	54.68%	52,177.29	53.51%	31,598.16	47.60%	14,895.37	36.92%
其他产品	618.11	1.18%	1,057.47	1.08%	778.98	1.17%	533.68	1.32%
主营业务收入	52,478.90	100.00%	97,507.02	100.00%	66,384.48	100.00%	40,344.21	100.00%

报告期内，犬粮和猫粮为公司主营业务收入的主要来源，二者合计占主营业务收入的比例分别为 98.68%、98.83%、98.92%和 98.82%。报告期内，随着公司在国内销售渠道的不断拓展及品牌的推广，犬粮产品与猫粮产品销售收入均保持持续增长的良好趋势。其中，2020 年犬粮销售收入同比增长 36.49%，猫粮销售收入同比增长 112.13%；2021 年犬粮销售收入同比增长 30.18%，猫粮销售收入同比增长 65.13%。

由于宠物猫相比于宠物犬具有喂养更加方便、活动面积相对较小且不需要占用太多时间等优点，更加适合年轻人的生活方式及居住环境，年轻养宠人群对宠物猫的关注度逐步提升。近年来随着养猫热潮的兴起，越来越多人将宠物猫作为养宠选择，猫粮的销售收入增速超过犬粮，销售收入占比逐年提升。

报告期内，公司主营业务中其他产品收入主要为其他宠物食品及宠物用品等销售收入，主营业务收入中其他产品收入金额分别为 533.68 万元、778.98 万元、1,057.47 万元及 618.11 万元，占公司主营业务收入的比例为 1.32%、1.17%、1.08% 和 1.18%，占比较小。

2、主营业务收入地区分布

报告期内，公司主营业务收入按地区划分的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
非网络渠道销售	46,250.93	88.13%	85,164.60	87.34%	56,213.49	84.68%	34,641.16	85.86%
华东	29,614.98	56.43%	55,622.57	57.04%	34,595.02	52.11%	20,845.45	51.67%
华南	5,701.42	10.86%	10,062.68	10.32%	7,807.79	11.76%	4,429.96	10.98%
西北	4,128.67	7.87%	7,192.62	7.38%	4,824.01	7.27%	2,506.39	6.21%
华北	2,406.49	4.59%	3,987.47	4.09%	3,140.54	4.73%	2,598.04	6.44%
华中	1,324.41	2.52%	2,695.73	2.76%	2,192.64	3.30%	1,309.22	3.25%
东北	2,016.58	3.84%	3,511.64	3.60%	1,984.88	2.99%	1,295.54	3.21%
西南	1,058.38	2.02%	2,091.89	2.15%	1,668.60	2.51%	1,656.55	4.11%
网络渠道销售	6,227.97	11.87%	12,342.42	12.66%	10,170.99	15.32%	5,703.05	14.14%
合计	52,478.90	100.00%	97,507.02	100.00%	66,384.48	100.00%	40,344.21	100.00%

注：非网络渠道销售收入统计口径包括 ODM/OEM 收入、经销模式收入、其他模式中非网络渠道收入。

报告期内，受区域消费水平、宠物饲养规模等因素的影响，公司销售主要集中在华东、华南地区。

3、主营业务收入按销售模式分类

报告期内，公司主营业务收入按销售模式分类情况如下：

单位：万元

项目		2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		收入	比例	收入	比例	收入	比例	收入	比例
ODM/OEM 业务收入小计		32,288.59	61.53%	59,395.83	60.91%	38,194.86	57.54%	22,530.50	55.85%
自主品牌业务	经销	12,856.74	24.50%	24,160.22	24.78%	16,897.74	25.45%	11,199.51	27.76%
	线上 B2C	5,165.19	9.84%	10,476.05	10.74%	8,325.43	12.54%	4,254.52	10.55%
	电商平台入仓	1,062.26	2.02%	1,851.56	1.90%	1,806.93	2.72%	1,395.70	3.46%
	其他模式	1,106.12	2.11%	1,623.36	1.66%	1,159.52	1.75%	963.98	2.39%
	小计	20,190.30	38.47%	38,111.19	39.09%	28,189.62	42.46%	17,813.71	44.15%
合计		52,478.90	100.00%	97,507.02	100.00%	66,384.48	100.00%	40,344.21	100.00%

报告期内，公司产品主要通过 ODM/OEM 业务模式以及自主品牌业务模式销售。

（1）ODM/OEM 模式

近年来，随着国民收入水平的不断提升以及养宠习惯的逐步普及，作为日常养宠的必需品，国内宠物食品市场规模不断提升，市场空间广阔。宠物食品行业的蓬勃发展吸引了行业参与者不断增加。一方面，“网易严选”等综合性知名消费品品牌商自身具备较为成熟的销售体系、广泛的客户基础以及较高的品牌知名度及认可度，该等参与者希望借助自身已有的发展优势开拓宠物食品品类，抓住国内宠物食品发展的机遇；另一方面，如“豆柴”等国内宠物食品品牌商经营团队较早从事宠物相关的行业如宠物用品、宠物保健品等，报告期内逐步加强对宠物食品的品类市场开拓，并依托自身的客户资源以及发展特点专注于品牌建设、销售体系完善、养宠理念推广等，逐步建立起自身独特的宠物食品品牌地位。上述综合性知名消费品品牌商以及宠物食品品牌商已成为国内宠物食品市场重要的参与者，具备一定的市场竞争力。

由于宠物食品生产对生产工艺、供应链管理、营养学基础研究等综合性要求较高、行业进入门槛较高，较少宠物食品生产加工企业能够在产品质量可靠性稳定性、配方持续开发能力、客户需求响应能力等方面满足该等品牌商对宠物食品供应商的准入要求。作为国内综合优势领先的宠物食品供应商，公司吸引了行业内宠物食品品牌商与公司接洽并寻求合作，并通过双方在产品品质、销售渠道等方面的良性互补合作实现了销售规模的持续提升，具有商业合理性。在国内宠物食品市场快速增长以及下游需求空间广阔背景下，公司与该等品牌商采用 ODM/OEM 模式进行合作，有利于公司充分抓住行业发展机遇、发挥公司供应链管理优势、进一步提升产品竞争力、市场影响力，符合公司经营发展需要。

报告期内，公司 ODM/OEM 业务收入金额分别为 22,530.50 万元、38,194.86 万元、59,395.83 万元及 32,288.59 万元，ODM/OEM 销售收入总体保持增长。

（2）自主品牌模式

①经销模式

报告期内，公司自主品牌销售以经销渠道为主，经销模式下，公司能够充分

发挥经销商覆盖面更广的优势，借助经销商的渠道资源更有效地开拓和巩固市场，提升品牌知名度，对公司的自主品牌宣传以及新产品推广有着重要意义。

报告期内，公司自主品牌经销收入分别为 11,199.51 万元、16,897.74 万元、24,160.22 万元和 12,856.74 万元，占主营业务收入的比重分别为 27.76%、25.45%、24.78%和 24.50%。

②线上 B2C 模式

报告期内，公司网络销售渠道主要包括以阿里巴巴（淘宝、天猫）为代表的线上 B2C 渠道及以京东为代表的电商平台入仓渠道。

其中，公司线上 B2C 模式的销售金额分别为 4,254.52 万元、8,325.43 万元、10,476.05 万元和 5,165.19 万元，占主营业务收入比例为 10.55%、12.54%、10.74%和 9.84%，线上 B2C 模式销售金额不断增长，主要原因如下：①电商平台极大地提高了宠物食品消费的便捷性，加速了我国宠物消费者线上消费习惯的养成，成为宠物食品销售的重要渠道；②报告期内，随着公司自主品牌的市场知名度以及品牌影响力的提升，公司不断加强线上 B2C 模式线上平台的销售推广力度，先后在淘宝、天猫商城、京东等线上平台开设品牌旗舰店。

③电商平台入仓模式

报告期内，公司电商平台入仓模式的销售金额分别为 1,395.70 万元、1,806.93 万元、1,851.56 万元和 1,062.26 万元，占主营业务收入比重为 3.46%、2.72%、1.90%和 2.02%，电商平台入仓模式销售金额总体有所上升。

④其他模式

公司其他销售模式主要包括直接面向宠物门店等零售终端的销售，以及少量工厂直销、线上分销，该业务模式主要作为对现有销售渠道的补充。

报告期内，公司其他模式销售收入分别为 963.98 万元、1,159.52 万元、1,623.36 万元和 1,106.12 万元。随着公司自主品牌的顺利推广，其他模式销售收入总体有所增长。

4、主营业务收入变动分析

报告期内，公司主要产品收入变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年
	收入	变动率	收入	变动率	收入	变动率	收入
犬粮	23,166.75	10.55%	44,272.26	30.18%	34,007.34	36.49%	24,915.16
猫粮	28,694.04	31.15%	52,177.29	65.13%	31,598.16	112.13%	14,895.37
其他产品	618.11	21.27%	1,057.47	35.75%	778.98	45.97%	533.68
合计	52,478.90	21.07%	97,507.02	46.88%	66,384.48	64.55%	40,344.21

注：2022 年 1-6 月主要产品收入变动率系同比变动数据。

2019 年-2021 年，公司主营业务收入分别为 40,344.21 万元、66,384.48 万元和 97,507.02 万元，同比增长 64.55%和 46.88%。2022 年 1-6 月，公司主营业务收入为 52,478.90 万元，较 2021 年 1-6 月同期主营业务收入 43,344.85 万元，同比增长 21.07%。报告期内，公司经营良好，主营业务收入有所增长，具有较强的持续盈利能力。

（1）犬粮收入变动分析

2019 年-2021 年，公司犬粮产品收入分别为 24,915.16 万元、34,007.34 万元和 44,272.26 万元，同比增长 36.49%和 30.18%。2022 年 1-6 月，公司实现犬粮销售收入 23,166.75 万元，较 2021 年 1-6 月同期犬粮销售收入 20,956.01 万元，同比增长 10.55%。报告期内，公司犬粮收入保持稳定增长，主要原因系：1）公司配合 ODM/OEM 客户优化产品结构，中高端产品销售规模有所上升；2）公司自主品牌犬粮产品中以“比乐”为代表的中高端品牌销售规模有所提升。

（2）猫粮收入变动分析

2019 年-2021 年，猫粮的销售收入分别为 14,895.37 万元、31,598.16 万元和 52,177.29 万元，同比增长 112.13%和 65.13%。2022 年 1-6 月，公司猫粮销售收入为 28,694.04 万元，较 2021 年 1-6 月同期猫粮销售收入 21,879.12 万元，同比增长 31.15%。报告期内，公司猫粮收入保持快速增长，主要原因系：下游市场对猫粮产品的需求迅速增长，在此背景下，ODM/OEM 业务中网易严选等 ODM 客户采购订单不断增加；同时，公司把握市场发展机遇，推出多款适销对路的猫粮产品，并加大自主品牌猫粮产品的推广力度，自主品牌猫粮产品销售规模亦有所增长。

（3）其他主营产品收入变动分析

报告期内，公司其他主营产品主要包括其他宠物食品及宠物用品等。报告期内，公司其他主营产品的营业收入分别为 533.68 万元、778.98 万元、1,057.47 万元及 618.11 万元，占主营业务收入的比例分别为 1.32%、1.17%、1.08%及 1.18%，占比较小。

5、主要产品单价、销量情况

报告期内，公司主要产品在各销售模式下的单价、销量情况如下：

犬粮														
项目		2022 年 1-6 月			2021 年度				2020 年度				2019 年度	
		单价 （元/吨）	单价变 动比例	销量（吨）	单价 （元/吨）	单价变 动比例	销量（吨）	销量变动 比例	单价 （元/吨）	单价变 动比例	销量（吨）	销量变 动比例	单价 （元/吨）	销量（吨）
ODM/OEM 业务		9,408.75	0.60%	8,982.63	9,352.30	9.09%	17,288.91	13.00%	8,572.98	18.09%	15,300.35	-5.82%	7,259.56	16,246.68
自主品 牌业 务	经销	14,826.71	5.01%	6,114.22	14,119.49	4.64%	12,351.02	36.76%	13,493.76	10.64%	9,031.42	37.61%	12,196.19	6,563.09
	线上 B2C	25,509.09	-12.25%	1,630.13	29,069.78	-0.03%	2,830.90	23.01%	29,077.75	6.83%	2,301.33	82.71%	27,219.89	1,259.56
	电商 平台 入仓	18,690.01	6.90%	467.41	17,483.14	11.98%	810.28	-5.98%	15,613.29	39.89%	861.81	-14.32%	11,161.37	1,005.88
	其他	14,471.14	6.71%	427.00	13,561.42	12.63%	750.77	35.68%	12,040.90	23.95%	553.34	-4.88%	9,714.28	581.72
	小计	17,033.93	1.48%	8,638.77	16,785.04	2.43%	16,742.98	31.34%	16,387.30	17.53%	12,747.91	35.47%	13,943.08	9,410.25
合计		13,146.94	1.06%	17,621.40	13,009.05	7.29%	34,031.89	21.33%	12,124.58	24.86%	28,048.26	9.32%	9,710.89	25,656.93
猫粮														
项目		2022 年 1-6 月			2021 年度				2020 年度				2019 年度	
		单价 （元/吨）	单价变 动比例	销量（吨）	单价 （元/吨）	单价变 动比例	销量（吨）	销量变动 比例	单价 （元/吨）	单价变 动比例	销量（吨）	销量变 动比例	单价 （元/吨）	销量（吨）
ODM/OEM 业务		13,887.20	1.53%	17,099.60	13,678.20	1.79%	31,545.71	69.32%	13,438.11	12.02%	18,630.47	108.66%	11,996.00	8,928.60

自主品牌业务	经销	17,586.86	3.50%	2,062.50	16,992.65	0.57%	3,841.26	42.88%	16,895.87	17.09%	2,688.39	29.71%	14,430.10	2,072.62
	线上B2C	34,787.46	-4.37%	198.06	36,378.64	0.99%	416.10	32.69%	36,020.68	3.95%	313.59	93.01%	34,653.46	162.47
	电商平台入仓	19,678.39	3.24%	92.94	19,061.09	2.37%	221.13	-4.06%	18,619.49	32.65%	230.48	22.35%	14,036.60	188.37
	其他	12,233.47	22.48%	366.45	9,988.11	4.97%	566.59	16.86%	9,514.88	13.73%	484.84	10.70%	8,366.07	437.98
	小计	18,189.58	1.64%	2,719.96	17,895.55	1.37%	5,045.08	35.72%	17,653.43	20.71%	3,717.30	29.91%	14,624.24	2,861.43
合计		14,477.64	1.53%	19,819.56	14,259.68	0.85%	36,590.79	63.73%	14,139.29	11.92%	22,347.78	89.55%	12,633.87	11,790.03

（1）犬粮产品

报告期各期，公司犬粮产品单价分别为 9,710.89 元/吨、12,124.58 元/吨、13,009.05 元/吨和 13,146.94 元/吨，同比增长 24.86%、7.29%和 1.06%。随着 ODM/OEM 客户结构的优化以及自主品牌中平均价格相对较高的“比乐”系列产品销量及占比的提升，ODM/OEM 模式及自主品牌业务模式下犬粮产品单位价格均呈上升趋势。

2019 年-2021 年，ODM/OEM 模式下犬粮产品销量分别为 16,246.68 吨、15,300.35 吨和 17,288.91 吨。2020 年销量略有下降，主要系：公司结合自身产能情况以及下游犬粮市场需求升级，优化犬粮 ODM/OEM 产品结构，部分中小客户订单有所减少，引致 ODM/OEM 模式下犬粮销量略有减少。

2019 年-2021 年，自主品牌业务犬粮产品销量分别为 9,410.25 吨、12,747.91 吨和 16,742.98 吨，同比增长 35.47%和 31.34%，保持增长，主要系：凭借先进的生产工艺技术、良好的产品质量，公司自主品牌市场认可度和美誉度不断提升，且公司不断加大自主品牌推广力度，公司自主品牌业务犬粮产品销量保持增长。

（2）猫粮产品

报告期各期，公司猫粮产品单价分别为 12,633.87 元/吨、14,139.29 元/吨、14,259.68 元/吨和 14,477.64 元/吨，同比增长 11.92%、0.85%和 1.53%。2019 年-2020 年，随着网易严选、广州麦和等定位于中高端宠物食品的 ODM 客户对公司猫粮产品采购规模及占比的上升，以及自主品牌中平均价格相对较高的“比乐”系列产品销量及占比的提升，ODM/OEM 模式及自主品牌业务模式下猫粮产品单位价格均呈上升趋势。2021 年以来，猫粮产品单价基本相当。

2019 年-2021 年，公司猫粮产品销量分别为 11,790.03 吨、22,347.78 吨和 36,590.79 吨，同比增长 89.55%和 63.73%。随着养猫热潮的兴起，越来越多人将宠物猫作为养宠选择，下游市场对猫粮产品的需求迅速增长，同时公司不断加大自主品牌推广力度，ODM/OEM 模式及自主品牌业务模式下猫粮产品销量均保持增长。

6、产销量等业务数据与财务数据的一致性

报告期内，公司产销量数据与主营业务收入数据如下：

年度	产量（吨）	销量（吨）	主营业务收入（万元）
2022 年 1-6 月	37,399.92	37,570.54	52,478.90
2021 年度	71,047.52	71,173.88	97,507.02
2020 年度	51,841.45	50,462.32	66,384.48
2019 年度	37,613.46	37,506.61	40,344.21

2019 年-2021 年，公司产量、销量呈持续上涨趋势，主营业务收入逐年增加，公司产销量情况与销售收入等财务数据的变化情况相一致。

7、其他业务收入

报告期各期，公司其他业务收入金额分别为 151.70 万元、22.79 万元、330.00 万元和 11.28 万元。公司其他业务收入的主要内容为活动积分兑换公司产品以外的礼品（如手机等）收入以及部分客户新产品打样费等，具体明细如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
积分兑换	5.22	46.30%	278.91	84.52%	5.61	24.62%	144.60	95.32%
打样费	5.84	51.83%	35.38	10.72%	7.75	34.01%	3.54	2.33%
其他	0.21	1.87%	15.71	4.76%	9.43	41.38%	3.56	2.35%
合计	11.28	100.00%	330.00	100.00%	22.79	100.00%	151.70	100.00%

（1）积分兑换

报告期内，积分兑换收入系根据公司于展会活动、其他营销活动期间制定的积分返利活动政策，给予符合出货目标的经销商积分返利，该等积分返利可兑换公司《积分商城商品清单》中的礼品（手机、家用电器等）或者公司主营产品（犬粮、猫粮），其中，兑换礼品产生的销售收入计入“其他业务收入”。2020 年及 2022 年 1-6 月公司其他业务收入中积分兑换收入金额较小，主要系公司调整了积分返利使用政策，积分兑换的内容改为公司主营产品犬粮、猫粮，仅个别零星营销活动返利积分可兑换礼品，引致当期其他业务收入中积分兑换收入金额较小。

（2）打样费

报告期内，公司其他业务收入中打样费收入分别为 3.54 万元、7.75 万元、

35.38 万元和 5.84 万元。公司为国内宠物食品品牌商客户提供 ODM 服务，在产品量产前，根据客户产品市场需求及技术要求，公司为客户定制化生产相应样品并收取打样费。

（3）其他

报告期内，公司其他业务收入还包括销售原材料等收入，该等事项金额较小，且具有偶发性。

8、第三方回款情况

2019 年-2021 年，公司存在第三方回款情形，第三方回款金额分别为 2,729.71 万元、13.66 万元和 0.46 万元，占当期营业收入的比例分别为 6.74%、0.02%和 0.00%，占比下降趋势显著。2022 年 1-6 月，公司不存在第三方回款情形。

根据证监会《监管规则适用指引—发行类第 5 号》中关于第三方回款核查的相关规定，公司对第三方回款的范围界定如下：①如客户为法人单位，则任何客户公司对公账户之外的回款均认定为第三方回款；②如客户为个体工商户或个人，则将其银行账户和个体工商户经营者本人以外的机构或人员的回款，认定为第三方回款。

2019 年-2021 年，公司第三方回款具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
（1）客户为自然人控制的企业，该企业法人、实际控制人代为付款	-	-	-	-	987.54	2.44%
（2）客户为个体工商户或自然人通过直系亲属代为付款	-	-	-	-	192.78	0.48%
与自身经营模式相关，符合行业经营特点的第三方回款小计	-	-	-	-	1,180.32	2.91%
（3）客户为企业，通过其他股东和董监高代为付款	-	-	-	-	250.54	0.62%
（4）客户通过其他亲属或合作伙伴代为付款	-	-	-	-	190.60	0.47%
（5）客户的员工或主要经办人员代为付款	-	-	-	-	438.64	1.08%

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
（6）客户委托其他第三方付款等其他合理原因导致的第三方回款	-	-	-	-	183.97	0.45%
（7）员工代收货款	-	-	-	-	0.82	0.00%
其他合理原因导致第三方回款小计	-	-	-	-	1,064.57	2.63%
微信回款	0.46	0.00%	13.66	0.02%	484.83	1.20%
第三方回款金额总计	0.46	0.00%	13.66	0.02%	2,729.71	6.74%
营业收入金额	97,837.02	100.00%	66,407.27	100.00%	40,495.91	100.00%

注：由于企业微信收款记录无法查询交易对手方户名，且部分客户无法提供对方微信汇款截图，基于谨慎性考虑，将微信回款全部作为第三方回款单独统计列示。

报告期初，公司存在第三方回款的主要原因为：公司部分客户基于款项支付便利性等因素由第三方进行付款，该等第三方主要为小型有限公司法人、个体工商户性质的非法人经营单位主要经营者的夫妻、父母、子女、兄弟等近亲属家庭成员、商业合作伙伴和主要经办人员等。

报告期初，公司为拓展市场、维护客户关系，对上述第三方回款行为未予以充分重视，系公司业务高速发展期经营特点，具有一定的合理性。2019 年-2021 年，随着公司不断完善财务规范和加强内控控制，公司第三方回款金额占当期营业收入的比例分别为 6.74%、0.02%和 0.00%，占比下降趋势显著。

报告期内，公司进一步规范收款流程，对第三方回款行为进行了严格规范。公司制定了严格的资金管理制度，建立资金预算、授权审批资金支付等内部控制制度，降低第三方回款金额。具体整改措施如下：

（1）约束客户的第三方付款行为。公司在与客户签订合同时，明确要求法人客户必须使用自身对公账户支付货款、个体工商户及自然人客户必须使用合同签订方经营者本人账户支付货款；

（2）规范偶发性第三方付款。客户要求通过第三方付款时，必须经公司内部审批程序同意，并同时提供委托付款协议，明确客户和付款方的委托关系；

（3）加强业务人员的培训。财务部门和销售部门联合对业务人员进行培训，要求其在与客户协商付款时，即明确要求从客户对公账户汇款；

（4）业务人员定期与客户对账，确认销售以及第三方回款的真实性；

（5）内审部门不定期对台账抽查审计，确保客户与业务部门、财务部三者之间的信息一致性。

公司严格执行内部整改措施，使得公司有效降低了第三方回款比例，2020年，基于谨慎性考虑，公司第三方回款金额仅为微信回款，金额为13.66万元，占公司营业收入的比例仅为0.02%。2021年，公司微信回款金额为0.46万元，占营业收入比例不足0.01%。2022年1-6月，公司不存在第三方回款情形。

综上，公司报告期内第三方回款得到有效整改规范，第三方回款下降的原因真实、合理。

9、现金交易情况

2019年至2021年，公司存在零星现金销售交易，主要系少量线下商业零售收款及零星废品收款，具体情况如下所示：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
现金销售收款	-	0.40	0.23	3.37
营业收入	52,490.17	97,837.02	66,407.27	40,495.91
现金收款占营业收入比例	-	0.00%	0.00%	0.01%
现金采购付款	-	-	-	-
营业成本	33,163.48	59,284.57	38,419.16	23,213.27
现金付款占营业成本比例	-	-	-	-

2019年至2021年，公司现金销售回款的金额分别为3.37万元、0.23万元和0.40万元，占各期营业收入的比例分别为0.01%、0.00%和0.00%，占比较小且逐年降低。公司现金收款主要系部分个体工商户、自然人客户出于交易方便，采用现金方式结算，具有一定的商业合理性。2022年1-6月，公司不存在现金收款情况。

报告期内，公司不存在现金付款情形。

公司现金交易相关方不存在关联方的情况，公司已经建立起有效的现金交易内控制度，规范和完善了现金收款、现金付款以及现金日常库存管理等流程，并

严格执行该制度。

10、员工个人账户代收零星货款

报告期初，公司存在少量通过公司员工账户代收货款的情形，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
员工代收货款金额	-	-	-	-	-	-	0.82	0.00%
营业收入	52,490.17	100.00%	97,837.02	100.00%	66,407.27	100.00%	40,495.91	100.00%

2019年，公司存在少量销售人员代收货款的情况，代收货款金额为0.82万元，占当期营业收入的比例不足0.01%，占比较低。报告期初员工代收货款情形主要系：针对一些零星销售，公司销售人员收取客户货款后转入公司账户。

报告期内，公司已逐步规范员工代收货款情形，该类收款金额及占比显著下降。2020年以来，公司不存在通过员工代收货款的情形。

11、返利情况

报告期内，公司为促进经销商更好地利用自身资源及渠道优势推广自主品牌产品，根据经销商销售目标、回款目标完成情况、品牌推广情况，按照约定的金额比例折算成等值产品对经销商予以实物兑付。报告期内，因营销策略调整，公司具体的返利目标条款略有调整，但返利形式及计提比例未发生重大变化。公司对经销渠道的销售返利类型主要包括年度销售返利、季度销售返利和活动返利，具体类型如下：

返利类型	细分类别	主要内容
年度销售返利	年度完成任务返利	公司与经销商在合同中按年度约定相应品牌产品出货目标，完成出货目标的经销商给予实际出货金额乘以返利点数折算成的返利金额，经销商使用返利金额兑换公司产品。
	任务增长返利	对于年度出货金额较上年度增长达到约定目标的经销商，按照合同约定给予经销商一定的返利，经销商使用返利金额兑换公司产品。
	年度重点推广产品返利	为支持公司重点推广的品牌系列产品的销售，按照合同约定给予经销商一定的返利，经销商使用返利金额兑换公司产品。
季度销售返利	季度销售返利	公司与经销商在合同中按季度约定相应品牌产品出货目标，完成出货目标的经销商给予实际出货金额乘以返利点

返利类型	细分类别	主要内容
		数折算成的返利金额，经销商使用返利金额兑换公司产品。
活动返利	展会活动返利	公司针对行业内主要展会推出的活动返利，给予符合相应品牌产品出货目标、回款目标或者品牌推广效益的经销商积分返利或者产品返利，其中积分返利可兑换公司《积分商城商品清单》中的物品或者公司产品。
	其他营销活动返利	为支持公司面向终端客户的产品品牌推广活动如“提前双十一”、“618”等，对配合品牌推广活动的经销商给予一定返利支持，返利按照公司发布活动政策的规定，对符合条件的经销商按照活动要求可核销的金额作为返利，经销商可凭借返利金额兑换公司产品。

报告期内，公司主要返利的具体情况如下：

单位：万

返利类型	细分类别	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
年度销售返利	年度完成任务返利	231.94	605.79	445.02	213.20
	任务增长返利	116.93	229.09	189.93	57.18
	年度重点推广产品返利	56.98	79.86	165.62	43.08
	小计	405.84	914.74	800.56	313.45
季度销售返利	季度销售返利小计	266.46	565.05	466.70	175.85
活动返利	展会活动返利	-	401.99	421.75	347.38
	其他营销活动返利	620.54	589.30	503.00	603.18
	小计	620.54	991.28	924.74	950.56
合计		1,292.84	2,471.08	2,192.01	1,439.87

注 1：公司返利采用积分核算制，上表列示金额仅为返利对应的积分。

注 2：2022 年 1-6 月，公司年度销售返利系根据年度出货目标及预计出货实现情况计提。

注 3：展会活动上半年未开展，故 2022 年 1-6 月无展会活动返利。

2019 年至 2021 年，公司返利规模有所上升，主要原因如下：随着公司自主品牌知名度和市场美誉度不断提升，品牌形象的成功塑造、产品配方的不断升级及销售渠道的不断拓展，使得公司自主品牌产品的订货量、销售量不断增长，引致年度销售返利、季度销售返利金额有所上升。

公司返利政策约定包括依据公司与客户合同约定返利条款、公司针对展会活动公开制定的返利政策以及由经销商申请公司内部审批等形式，并按照相关约定进行返利计提和发放，严格按照当期采购、回款、品牌推广等情况执行返利政策约定，并通过货返或实物兑换的形式实现，各期末计提返利部分已冲减当期营业

收入，不存在跨期情形。

除上述政策性返利外，2020 年以来，为进一步巩固公司与 ODM 战略客户的合作关系，公司给予合作稳定且具有战略意义的 ODM 客户一定的返利，该等返利在客户后续采购商品时抵减商品货款，返利金额均在当年 12 月 31 日前使用完毕。2020 年、2021 年及 2022 年 1-6 月，公司 ODM 战略客户返利金额为 601.38 万元、448.44 万元和 259.32 万元，占当期主营业务收入比例为 0.91%、0.46%和 0.49%，占比较低。

（二）营业成本分析

1、营业成本总体情况

报告期内，公司营业成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
犬粮	14,582.88	43.97%	26,382.93	44.50%	19,519.59	50.81%	14,560.52	62.72%
猫粮	18,181.19	54.82%	32,042.07	54.05%	18,443.70	48.01%	8,198.33	35.32%
其他主营产品	395.83	1.19%	612.17	1.03%	449.48	1.17%	299.52	1.29%
主营业务成本	33,159.90	99.99%	59,037.17	99.58%	38,412.76	99.98%	23,058.38	99.33%
其他业务成本	3.58	0.01%	247.40	0.42%	6.40	0.02%	154.89	0.67%
合计	33,163.48	100.00%	59,284.57	100.00%	38,419.16	100.00%	23,213.27	100.00%

报告期内，公司营业成本分别为 23,213.27 万元、38,419.16 万元、59,284.57 万元和 33,163.48 万元。其中，公司主营业务成本分别为 23,058.38 万元、38,412.76 万元、59,037.17 万元和 33,159.90 万元，占营业成本的比例分别为 99.33%、99.98%、99.58%和 99.99%，构成情况与营业收入基本保持一致。

报告期内，公司其他业务成本分别为 154.89 万元、6.40 万元、247.40 万元和 3.58 万元，占营业成本的比例分别为 0.67%、0.02%、0.42%和 0.01%，主要为活动积分兑换礼品成本等，金额及占比较低。

2、主营业务成本结构

根据新收入准则的规定，2020 年起物流费用由销售费用调整至营业成本核算。为保持数据可比性，剔除物流费用影响后，报告期各期公司主营业务成本结

构如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	28,360.46	88.34%	51,700.57	90.36%	33,195.24	90.23%	20,183.83	87.53%
直接人工	892.36	2.78%	1,542.67	2.70%	857.53	2.33%	625.83	2.71%
制造费用	2,061.38	6.42%	2,248.21	3.93%	1,262.19	3.43%	1,080.52	4.69%
委托加工费	788.52	2.46%	1,723.87	3.01%	1,474.28	4.01%	1,168.20	5.07%
合计	32,102.71	100.00%	57,215.32	100.00%	36,789.24	100.00%	23,058.38	100.00%

2019 年至 2021 年，公司主营业务成本结构相对稳定，直接材料占比较高，且略有上升，一方面系由于原材料价格有所上升以及公司高端产品销售占比上升、产品配方升级使部分价值较高的原料例如大豆分离蛋白等原材料用量增加，另一方面系由于随着生产规模的扩大，规模效应显现，因此制造费用占比总体有所下降。2022 年 1-6 月，公司主营业务成本中，制造费用占比有所上升，主要系福智工厂于 2021 年 10 月开始试生产，固定资产折旧等金额较高所致。

3、主要产品主营业务成本结构

公司主要产品包括犬粮、猫粮等宠物干粮类主粮，剔除物流费用影响后，报告期各期公司犬粮产品、猫粮产品主营业务成本结构如下：

（1）犬粮产品

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	11,954.58	86.84%	22,227.62	88.83%	16,209.18	88.52%	12,604.74	86.57%
直接人工	358.81	2.61%	675.32	2.70%	426.86	2.33%	399.54	2.74%
制造费用	911.90	6.62%	1,007.52	4.03%	635.87	3.47%	691.32	4.75%
委外加工费	541.56	3.93%	1,111.10	4.44%	1,040.08	5.68%	864.92	5.94%
合计	13,766.86	100.00%	25,021.57	100.00%	18,311.99	100.00%	14,560.52	100.00%

(2) 猫粮产品

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	16,052.07	89.34%	28,945.99	91.44%	16,609.27	91.79%	7,285.09	88.86%
直接人工	527.74	2.94%	862.88	2.73%	428.32	2.37%	223.84	2.73%
制造费用	1,140.76	6.35%	1,235.10	3.90%	623.18	3.44%	386.11	4.71%
委外加工费	246.95	1.37%	612.76	1.94%	434.20	2.40%	303.28	3.70%
合计	17,967.53	100.00%	31,656.73	100.00%	18,094.97	100.00%	8,198.33	100.00%

4、制造费用分析

(1) 制造费用的明细及变动

在成本核算时，公司根据当月各产品产量占当月总产量的比例将制造费用进行分配，并结转至当期产成品生产成本。在确认产品收入时，公司将对应产品的生产成本结转至主营业务成本。由于公司产品定制化程度较高，生产批次多，且当期产成品并未完全对外实现销售，因此选择生产成本中的制造费用明细进行分析。

报告期内，公司生产成本中的制造费用明细如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
能源耗用	931.71	45.24%	1,182.73	50.29%	770.45	58.73%	643.03	59.99%
折旧	781.60	37.95%	561.76	23.88%	231.61	17.65%	191.11	17.83%
低值易耗品	204.62	9.94%	339.81	14.45%	108.07	8.24%	83.16	7.76%
房租	68.46	3.32%	152.38	6.48%	152.38	11.62%	69.87	6.52%
其他	72.95	3.54%	115.32	4.90%	49.41	3.77%	84.64	7.90%
合计	2,059.33	100.00%	2,352.00	100.00%	1,311.93	100.00%	1,071.82	100.00%

公司制造费用主要包括能源耗用、折旧、低值易耗品及房租。2019 年至 2021 年，制造费用中能源耗用、折旧、低值易耗品金额逐年上升，主要系随着业务规模的持续扩大，为提高产品产能、改进生产设备、提高生产效率，公司对能源、生产设备及低值易耗品的采购有所增加，随着上海福智工厂于 2021 年下半年投

产新增能源耗用、固定资产折旧等，公司 2021 年-2022 年 1-6 月制造费用增长较多。2020 年较 2019 年，制造费用中房租金额增长较快，主要系出租方上海禾力贸易中心于当年调整了租金价格，引致制造费用中分摊的租金金额有所上升。

（2）产量与能源耗用分析

公司生产主要耗用的能源为电力、柴油及天然气。2019 年，公司使用生物质燃料作为能源。报告期内，公司各期的自有产量与主要能源耗用情况如下：

主要能源	期间	能源耗用量/ 采购量	产品产量（吨）	单位产量能源耗用
电 （单位：度）	2022 年 1-6 月	4,194,359.00	27,392.32	153.12
	2021 年	5,774,668.00	48,967.17	117.93
	2020 年	4,168,378.00	33,026.88	126.21
	2019 年	3,072,643.00	22,530.83	136.38
柴油 （单位：吨）	2022 年 1-6 月	313.06	6,480.49	0.0483
	2021 年	606.17	13,479.61	0.0450
	2020 年	532.43	11,383.50	0.0468
	2019 年	494.45	10,095.12	0.0490
天然气 （单位：立方）	2022 年 1-6 月	909,930.00	20,911.83	43.51
	2021 年	1,426,149.00	35,487.56	40.19
	2020 年	863,084.00	21,643.38	39.88
	2019 年	227,720.78	3,908.84	58.26
生物质燃料 （单位：吨）	2019 年	1,045.62	8,526.87	0.12

注 1：公司自有生产基地包括母公司上海工厂及子公司宣城工厂、福智工厂。其中仅上海工厂使用柴油，故上表中柴油对应的产品产量为上海工厂产量；仅宣城工厂、福智工厂使用天然气，故上表中该等能源对应产品产量为宣城工厂、福智工厂产量；仅宣城工厂 2019 年使用生物质燃料，故上表中该等能源对应产品产量为宣城工厂产量。

注 2：宣城工厂于 2019 年 10 月 10 日使用天然气替代生物质燃料，故 2019 年生物质燃料对应产量为 2019 年 1 月 1 日-10 月 10 日产量，天然气对应产量为 2019 年 10 月 11 日-12 月 31 日产量。

报告期内，公司单位产量能源耗用总体较为稳定。

电力耗用方面，宣城工厂一期扩产项目于 2020 年第四季度投产，受益于宣城工厂产线增加，扩产项目仅包括膨化等环节，各生产线共用环节如投料、包装等电能利用率提高，同时，宣城工厂一期扩建项目设备成新率高、能源耗用更少，引致 2020 年至 2021 年公司每吨产量电能耗用量略有下降，具有合理性。2022

年 1-6 月，每吨产量电能耗用量有所上升，主要系：①公司新增部分环保设备，环保设备运行功率较大，引致耗电量有所增加；②福智工厂产量有所提升，但仍处于试生产阶段，产能利用率相对较低，其单位产量能耗相对较高，带动每吨产量电能耗用量的上升。

柴油耗用及生物质燃料耗用方面，报告期内公司每吨产量能源耗用量较为稳定。

天然气耗用方面，宣城工厂于 2019 年 10 月起使用更清洁的天然气能源替代生物质燃料，由于公司启用当年按惯例需预充值一定量天然气作为储备，引致 2019 年每吨产量天然气采购量相对较高，具有合理性。剔除天然气储备采购影响，2019 年 10-12 月，公司单位产量天然气耗用为 44.45，与 2020 年、2021 年基本相当。报告期内，公司单位产量天然气采购量较为稳定，符合公司实际经营状况。

（三）毛利率分析

1、毛利的构成情况

报告期内，公司毛利的主要构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
主营业务毛利	19,319.00	99.96%	38,469.85	99.79%	27,971.72	99.94%	17,285.83	100.02%
其他业务毛利	7.69	0.04%	82.60	0.21%	16.39	0.06%	-3.19	-0.02%
综合毛利	19,326.69	100.00%	38,552.45	100.00%	27,988.10	100.00%	17,282.64	100.00%

公司主要从事宠物食品的研发、生产与销售，报告期内，公司毛利主要来源于犬粮、猫粮等产品。报告期内，公司主营业务毛利分别为 17,285.83 万元、27,971.72 万元、38,469.85 万元和 19,319.00 万元，主营业务毛利占公司毛利总额的比例分别为 100.02%、99.94%、99.79%和 99.96%，公司主营业务盈利能力突出且较为稳定。

报告期内，公司主营业务毛利具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
犬粮	8,583.87	44.43%	17,889.34	46.50%	14,487.75	51.79%	10,354.64	59.90%
猫粮	10,512.85	54.42%	20,135.21	52.34%	13,154.46	47.03%	6,697.04	38.74%
其他主营产品	222.28	1.15%	445.30	1.16%	329.51	1.18%	234.15	1.35%
主营业务毛利	19,319.00	100.00%	38,469.85	100.00%	27,971.72	100.00%	17,285.83	100.00%

报告期内，公司主营业务毛利主要来源于犬粮、猫粮产品，该等产品毛利合计占主营业务毛利的比例分别为 98.65%、98.82%、98.84%和 98.85%，占比较高。

2、综合毛利率分析

（1）综合毛利率情况

项目	2022 年 1-6 月			2021 年度			2020 年度			2019 年度	
	毛利率	毛利率（剔除运费）	收入占比	毛利率	毛利率（剔除运费）	收入占比	毛利率	毛利率（剔除运费）	收入占比	毛利率	收入占比
主营业务毛利率	36.81%	38.83%	99.98%	39.45%	41.32%	99.66%	42.14%	44.58%	99.97%	42.85%	99.63%
其他业务毛利率	68.22%	68.22%	0.02%	25.03%	25.03%	0.34%	71.91%	71.91%	0.03%	-2.10%	0.37%
综合毛利率	36.82%	38.83%	100.00%	39.40%	41.27%	100.00%	42.15%	44.59%	100.00%	42.68%	100.00%

报告期内，公司综合毛利率分别为 42.68%、42.15%、39.40%和 36.82%。公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，将物流费用结转至营业成本，剔除物流费影响后，公司 2020 年、2021 年及 2022 年 1-6 月综合毛利率为 44.59%、41.27%和 38.83%。2021 年以来，受原材料价格上涨、福智工厂投产后新增折旧摊销等因素影响，公司综合毛利率略有下降。

（2）毛利率的同行业比较

报告期内，公司及同行业可比公司在业务模式、业务规模、客户结构、外购成品等方面存在一定差异，引致毛利率有所差异，具体差异如下：

项目	福贝宠物	乖宝宠物	中宠股份	佩蒂股份
业务模式	以 ODM/OEM、自主品牌相结合的销售模式，自主品牌业务模式主要包括经销模式、线上 B2C 模式、电商平台入仓模式等。2021 年 ODM/OEM 模式收入占	业务板块分为自有品牌业务（直销和经销）、OEM/ODM 业务和国外品牌代理业务。2021 年，OEM/ODM 收入占比 46.33%，自有品牌收入占比为 51.95%。	主要产品为宠物零食，且以境外市场的 ODM/OEM 业务为主。宠物主粮主要在境内市场销售，境内销售采用直销与经销相结合的模式。其中直销的主要销	主要产品为宠物零食，且以境外市场的 ODM/OEM 业务为主。宠物主粮主要在境内市场销售，在国内市场，公司主要通过在线上 and 线下同步进行全渠道布

项目	福贝宠物	乖宝宠物	中宠股份	佩蒂股份
	比 60.91%，自主品牌收入占比为 39.09%。其中自主品牌业务模式中经销收入占比 24.78%，线上 B2C 收入占比 10.74%。	其中自有品牌业务中经销收入占比 31.76%，直销收入（主要为电商平台店铺销售）占比 16.70%。	售渠道为网络直营店及烟台工厂店，经销的主要销售渠道包括电商渠道、商超渠道、专业渠道。2021 年，境外销售收入占比 76.03%，以 OEM 模式为主。	局，同时还代理了部分国际知名宠物品牌进入国内市场。2021 年，境外销售收入占比 83.45%，以 ODM/OEM 模式为主。
业务规模	2019 年-2021 年，公司主营业务宠物主粮相关产品收入分别为 40,344.21 万元、66,384.48 万元和 97,507.02 万元。	2019 年-2021 年，宠物主粮业务收入分别为 48,348.53 万元、69,551.18 万元和 91,200.67 万元。	2019 年-2021 年，宠物主粮业务收入分别为 6,270.66 万元、14,210.36 万元和 30,646.13 万元。	2019 年-2021 年，宠物主粮业务收入为 2,032.09 万元、12,339.41 万元和 14,986.89 万元。
客户结构	以 ODM/OEM 客户、经销商及终端消费者为主。	以 ODM/OEM 客户、经销商及终端消费者为主。	以 ODM/OEM 客户为主。	以 ODM/OEM 客户为主。
外购成品	公司宠物主粮不存在外购成品情形。	2021 年，外购主粮产品 507.60 吨。	2019 年-2021 年，宠物干粮业务外购成品销售占比分别为 25.68%、24.74%和 52.54%。	2019 年-2021 年，主粮产品线尚未建成投产，相关产品系外购。

由上表可知，公司与乖宝宠物在业务模式、业务规模、客户结构及外购成品等方面更为相似，与公司的可比性更高。具体分析如下：

就业务模式而言，公司与乖宝宠物主要业务模式均为 ODM/OEM 模式与自主品牌业务，业务模式结构较为相似，同时公司与乖宝宠物自主品牌业务下经销与线上 B2C（直销）收入占比亦较为相似，而中宠股份、佩蒂股份均以境外 ODM/OEM 业务为主，与公司可比性相对较弱。

就业务规模而言，2019 年-2021 年，公司主营业务宠物主粮相关产品收入分别为 40,344.21 万元、66,384.48 万元和 97,507.02 万元，乖宝宠物的宠物主粮业务收入分别为 48,348.53 万元、69,551.18 万元和 91,200.67 万元。公司与乖宝宠物在宠物主粮业务规模方面较为相似，而中宠股份、佩蒂股份宠物主粮业务规模相对较小，与公司可比性相对较弱。

就客户结构而言，公司及乖宝宠物客户结构均以 ODM/OEM 客户、经销商及终端消费者为主，中宠股份、佩蒂股份客户以 ODM/OEM 客户为主，公司与乖宝宠物在客户结构方面可比性较强。

就外购成品而言，公司在宠物主粮业务方面不存在外购成品情形，乖宝宠物仅 2021 年存在少量外购宠物主粮产品，可比性较强，而中宠股份存在一定规模的外购成品，佩蒂股份宠物主粮均系外购，可比性相对较弱。

综上，公司与中宠股份、佩蒂股份虽同处于宠物食品行业，中宠股份、佩

蒂股份主要产品为宠物零食，且以境外市场的 ODM/OEM 业务为主，中宠股份、佩蒂股份的宠物主粮业务在业务模式、业务规模、外购成品等方面与公司存在较大差异，因此毛利率可比性相对较弱，乖宝宠物与公司的可比性更高。

报告期内，公司主营业务毛利率及同行业可比公司毛利率情况如下：

公司	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
乖宝宠物-宠物主粮	42.21%	37.44%	41.69%	43.08%
中宠股份-宠物主粮	25.01%	18.90%	33.31%	43.45%
中宠股份-自产自销宠物主粮毛利率	29.47%	33.36%	35.19%	40.48%
佩蒂股份-宠物主粮	-	17.69%	14.08%	-
福贝宠物	38.83%	41.32%	44.58%	42.85%

注 1：上表中数据根据各公司定期报告、募集说明书、招股说明书等公开资料计算。

注 2：为保持毛利率的可比性，上表中 2020 年、2021 年、2022 年 1-6 月毛利率均为剔除运费后的毛利率。

报告期内，公司主营业务毛利率水平与乖宝宠物主粮业务毛利率差异较小。受业务模式、业务规模、客户结构、外购成品等多种因素影响，公司主营业务毛利率与中宠股份、佩蒂股份宠物主粮毛利率存在一定差异。2020 年-2021 年，佩蒂股份宠物主粮毛利率较低，根据其公开信息披露，佩蒂股份宠物主粮产品产线尚未建成投产，相关产品系外购，故其宠物主粮毛利率低于公司、乖宝宠物及中宠股份。

就毛利率变动趋势而言，2019 年-2020 年，受原材料价格上涨因素影响，公司分模式、分产品毛利率总体亦有所下降，如经销模式下犬粮、猫粮毛利率有所下降，线上 B2C 模式下犬粮、猫粮毛利率有所下降。但由于当年公司毛利率较高的 ODM 客户采购占比上升及中高端自主品牌比乐销售占比上升，抵消了成本上涨的影响，使得综合毛利率有所上升。同期，受原材料价格上涨等因素影响，乖宝宠物主粮毛利率、中宠股份自产自销宠物主粮毛利率亦有所下降。

2020 年以来，受原材料价格上涨等因素影响，在公司各模式销售结构相对稳定的情况下，公司主营业务毛利率有所下降。2020 年-2021 年，乖宝宠物主粮业务毛利率亦有所下降，2022 年，其毛利率上升的主要原因系“主粮产品销售价格普遍提升，加之毛利率高的产品销售占比上升所致”。2020 年以来，中宠股份自产自销宠物主粮毛利率亦有所下降，根据其公开资料披露，系“玉米、小麦、

包材等相关原辅料价格上涨，以及人工成本上涨，拉升了成本，进而拉低了毛利率”。

综上，公司与同行业可比公司乖宝宠物主粮业务在毛利率水平及变动趋势方面不存在重大差异，具有合理性。

3、主营业务毛利率分析

为保持毛利率的可比性，如无特别说明，本部分“主营业务毛利率分析”中所列示的2020年、2021年、2022年1-6月毛利率均为剔除运费后的毛利率。

（1）主要产品毛利率情况

报告期各期，公司主营业务毛利率分别为42.85%、44.58%、41.32%和38.83%，报告期内，公司主营产品包括犬粮、猫粮等宠物干粮类主粮，各产品毛利率对主营业务毛利率的贡献情况分析如下：

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019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
犬粮	40.57%	44.14%	43.48%	45.40%	46.15%	51.23%	41.56%	61.76%
猫粮	37.38%	54.68%	39.33%	53.51%	42.73%	47.60%	44.96%	36.92%
其他主营产品	40.41%	1.18%	49.22%	1.08%	51.10%	1.17%	43.88%	1.32%
主营业务毛利率	38.83%	100.00%	41.32%	100.00%	44.58%	100.00%	42.85%	100.00%

注：收入占比为各产品收入占主营业务收入的比例。

报告期内，公司主要产品为犬粮、猫粮等宠物干粮类主粮，犬粮、猫粮两类产品收入合计占主营业务收入的比例分别为98.68%、98.83%、98.92%和98.82%。

报告期内，公司犬粮、猫粮毛利率变动分析具体如下：

①犬粮产品

2019年至2020年，公司犬粮产品毛利率分别为41.56%、46.15%，毛利率有所上升，主要系：公司犬粮产品毛利率较高的自主品牌销售收入占比逐年上升，尤其是毛利率较高的自主品牌线上B2C业务收入占比逐年上升。2021年至2022年1-6月，犬粮产品毛利率为43.48%和40.57%，受原材料价格上涨等因素影响，毛利率略有下降。报告期内，ODM/OEM业务及自主品牌业务下犬粮产品毛利率

情况如下：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 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
ODM/OEM 业务	20.12%	36.48%	26.28%	36.52%	29.46%	38.57%	25.86%	47.34%
自主品牌业务	52.32%	63.52%	53.38%	63.48%	56.63%	61.43%	55.68%	52.66%
犬粮产品	40.57%	100.00%	43.48%	100.00%	46.15%	100.00%	41.56%	100.00%

2020 年较 2019 年，公司 ODM/OEM 犬粮产品毛利率较 2019 年上升 3.60 个百分点，主要系公司配合 ODM/OEM 客户优化产品结构，中高端产品销售占比有所上升。

2019 年至 2020 年，公司自主品牌业务中毛利率较高的线上 B2C 模式销售收入占比不断提高，引致自主品牌业务犬粮产品毛利率上升。

2021 年以来，受原材料价格上涨等因素影响，ODM/OEM 业务、自主品牌业务犬粮毛利率均有所下降。其中，2022 年 1-6 月，ODM/OEM 业务犬粮毛利率下降 6.16 个百分点，系受原材料成本及制造费用上升影响，ODM/OEM 业务犬粮单位成本上升所致，具体而言：一方面，公司 ODM 犬粮产品原材料成本有所上升，主要系：小麦等谷物类原材料主要在犬粮产品中使用，2022 年上半年小麦等谷物类原材料价格上涨幅度较大，同时公司响应客户持续改进产品配方需求，对部分产品适量调整鲜肉、益生菌等原材料的投入比例，产品单位原材料成本有所上升，引致 ODM 犬粮产品毛利率有所下降；另一方面，公司 ODM 犬粮产品制造费用成本有所上升，主要系公司 ODM 犬粮产品在福智工厂的产量占比相对较高，由于福智工厂试生产期间，生产规模效应尚未显现，该工厂生产产品单位制造费用金额较高，引致 ODM 犬粮产品成本上升、毛利率有所下降。

②猫粮产品

报告期内，公司猫粮产品毛利率分别为 44.96%、42.73%、39.33%和 37.38%。

报告期内，ODM/OEM 业务及自主品牌业务下猫粮产品毛利率情况如下：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 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
ODM/OEM 业务	34.35%	82.76%	36.24%	82.70%	38.93%	79.23%	40.26%	71.91%
自主品牌业务	51.93%	17.24%	54.09%	17.30%	57.26%	20.77%	56.99%	28.09%
猫粮产品	37.38%	100.00%	39.33%	100.00%	42.73%	100.00%	44.96%	100.00%

报告期内，猫粮产品销售收入主要来源于 ODM/OEM 业务。2019 年至 2020 年，ODM/OEM 业务猫粮产品毛利率相对较为稳定。

2021 年以来，受原材料价格上涨等因素影响，ODM/OEM 业务、自主品牌业务猫粮毛利率均略有下降。

（2）不同销售模式毛利率情况

报告期内，公司不同销售模式毛利率及其对主营业务毛利率的贡献情况分析如下：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 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
ODM/OEM 业务	30.59%	61.53%	33.51%	60.91%	35.68%	57.54%	32.72%	55.85%
自主品牌业务	经销	45.40%	24.50%	46.07%	24.78%	48.98%	25.45%	50.21%
	线上 B2C	68.76%	9.84%	72.10%	10.74%	73.64%	12.54%	73.50%
	电商平台入仓	61.79%	2.02%	59.14%	1.90%	61.99%	2.72%	56.70%
	其他	41.07%	2.11%	37.36%	1.66%	37.77%	1.75%	38.72%
自主品牌业务	52.00%	38.47%	53.49%	39.09%	56.64%	42.46%	55.66%	44.15%
主营业务毛利率	38.83%	100.00%	41.32%	100.00%	44.58%	100.00%	42.85%	100.00%

①ODM/OEM 业务

2019 年至 2020 年，公司 ODM/OEM 业务毛利率分别为 32.72%和 35.68%，毛利率有所增长，主要系毛利率相对更高的猫粮产品销售收入占比不断提升所致。2021 年-2022 年 1-6 月，公司 ODM/OEM 业务毛利率为 33.51%和 30.59%，有所下降。报告期内，ODM/OEM 业务下犬粮、猫粮产品销售收入及毛利率情况

如下：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 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
犬粮	20.12%	26.18%	26.28%	27.22%	29.46%	34.34%	25.86%	52.35%
猫粮	34.35%	73.54%	36.24%	72.65%	38.93%	65.55%	40.26%	47.54%
其他	20.49%	0.28%	23.93%	0.13%	47.05%	0.11%	36.94%	0.11%
ODM/OEM 业务	30.59%	100.00%	33.51%	100.00%	35.68%	100.00%	32.72%	100.00%

2019 年至 2020 年，随着养猫热潮的兴起，下游市场对猫粮产品的需求迅速增长，猫粮的销售收入增速超过犬粮，销售收入占比逐年提升，从而带动了 ODM/OEM 业务的毛利率的上升。

2021 年以来，受原材料价格上涨、制造费用上升等因素影响，ODM/OEM 业务犬粮、猫粮产品毛利率均有所下降。

②自主品牌业务

依托于稳定的产品质量、国产自主品牌的价格优势以及公司完善的销售体系，公司自主品牌产品在整个宠物主粮市场上具有一定的认可度，目前公司旗下拥有比乐、爱倍等品牌，具有一定的自主定价权以及品牌溢价，因而公司的自主品牌毛利率高于 ODM/OEM 业务毛利率。

报告期内，公司自主品牌业务毛利率分别 55.66%、56.64%、53.49%和 52.00%。2020 年较 2019 年，自主品牌业务毛利率基本一致。2021 年以来，受原材料价格上涨等因素影响，自主品牌业务下各模式、各产品毛利率均略有下降，引致自主品牌业务毛利率整体略有下降。

A.经销模式

报告期内经销模式毛利率分别为 50.21%、48.98%、46.07%和 45.40%，毛利率相对较为稳定。经销模式下，各品牌产品销售收入及毛利率情况如下：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 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
比乐	46.90%	91.87%	47.11%	93.09%	49.57%	92.26%	50.77%	79.06%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 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
爱倍	32.14%	3.65%	32.09%	3.52%	41.26%	2.56%	43.66%	7.23%
其他	25.61%	4.48%	32.21%	3.39%	42.23%	5.17%	50.44%	13.71%
经销模式	45.40%	100.00%	46.07%	100.00%	48.98%	100.00%	50.21%	100.00%

报告期内，公司经销模式以比乐系列产品为主。报告期内，公司比乐系列产品经销模式毛利率分别为 50.77%、49.57%、47.11%及 46.90%，毛利率保持相对较为稳定。

B.线上 B2C 模式

线上 B2C 模式为公司自主品牌网络渠道销售收入主要收入来源，2019 年-2021 年，线上 B2C 模式毛利率分别为 73.50%、73.64%和 72.10%，毛利率较为稳定。2022 年 1-6 月，线上 B2C 模式毛利率为 68.76%，受电商活动促销等因素影响，毛利率有所下降。线上 B2C 模式下，公司主推比乐系列产品，其销售收入及毛利率情况如下：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 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
比乐	69.84%	93.51%	73.31%	92.75%	74.81%	93.22%	75.79%	90.30%
爱倍	59.80%	0.33%	50.16%	0.16%	58.58%	0.35%	63.11%	1.46%
其他	52.86%	6.16%	56.81%	7.09%	57.60%	6.44%	50.20%	8.24%
线上 B2C 模式	68.76%	100.00%	72.10%	100.00%	73.64%	100.00%	73.50%	100.00%

报告期内，公司线上 B2C 模式以比乐系列产品为主。报告期内，公司比乐系列产品线上 B2C 模式毛利率分别为 75.79%、74.81%、73.31%及 69.84%，毛利率总体相对较为稳定。

C.电商平台入仓模式

报告期内，电商平台入仓模式毛利率分别为 56.70%、61.99%、59.14%和 61.79%，总体有所上升，主要系该模式下公司经营策略及品牌结构有所调整所致。

电商平台入仓模式下，公司主要经营比乐、爱倍两个品牌。报告期初，公司主要将电商平台入仓模式定位于爱倍系列产品的销售推广。2019 年至 2020 年，

随着公司经营策略的转变及比乐系列产品品牌知名度和市场美誉度的不断提升，公司加大了比乐系列产品的销售推广力度，毛利率较高的比乐系列产品销售收入占比不断增加，引致电商平台入仓模式毛利率有所上升。2021 年，受原材料价格上涨等因素影响，电商平台入仓模式毛利率略有下降。

电商平台入仓模式下，比乐、爱倍等品牌产品销售收入及毛利率情况如下：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 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
比乐	68.87%	76.00%	71.16%	58.44%	76.73%	46.09%	76.31%	13.42%
爱倍	42.86%	7.19%	45.10%	23.30%	52.15%	34.49%	53.59%	69.95%
其他	37.85%	16.81%	38.59%	18.26%	44.48%	19.42%	53.92%	16.63%
电商平台入仓模式	61.79%	100.00%	59.14%	100.00%	61.99%	100.00%	56.70%	100.00%

报告期内，公司电商平台入仓模式下毛利率较高的比乐系列产品销售占比上升较大，引致电商平台入仓模式毛利率总体有所上升。

D.其他模式

报告期内，公司其他模式销售收入占比分别为 2.39%、1.75%、1.66%和 2.11%，毛利率分别为 38.72%、37.77%、37.36%和 41.07%。该模式销售收入金额及占比均较小，毛利率总体较为稳定。

（3）同产品在不同销售模式下的毛利率差异原因

报告期内，公司犬粮、猫粮产品在各模式下毛利率情况如下：

犬粮产品				
模式	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
ODM/OEM	20.12%	26.28%	29.46%	25.86%
自主品牌业务	52.32%	53.38%	56.63%	55.68%
其中：经销	44.24%	44.35%	47.06%	48.47%
线上 B2C	69.03%	72.63%	74.31%	75.05%
电商平台入仓	62.32%	60.62%	63.05%	56.54%
其他	44.29%	42.46%	41.16%	38.47%
犬粮毛利率	40.57%	43.48%	46.15%	41.56%

猫粮产品				
模式	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
ODM/OEM	34.35%	36.24%	38.93%	40.26%
自主品牌业务	51.93%	54.09%	57.26%	56.99%
其中：经销	49.03%	50.92%	54.41%	55.11%
线上 B2C	74.45%	76.65%	77.49%	78.57%
电商平台入仓	59.99%	55.67%	60.25%	58.10%
其他	37.45%	29.12%	32.97%	38.38%
猫粮毛利率	37.38%	39.33%	42.73%	44.96%

同产品在不同销售模式下的毛利率差异原因

①ODM/OEM 模式与自主品牌业务的毛利率差异

从产品上来看，ODM/OEM 业务产品与自主品牌业务产品在产品配方设计、品牌定位等方面存在一定的差异，公司不存在同一产品在 ODM/OEM 模式与自主品牌业务同时销售的情形，因此公司 ODM/OEM 模式与自主品牌业务的毛利率存在一定的差异。

报告期内，公司自主品牌业务下猫粮、犬粮产品毛利率高于 ODM/OEM 模式，主要系：A.自主品牌业务下，公司销售的自主品牌产品拥有一定的品牌溢价，其销售价格及毛利率相对较高，而 ODM/OEM 模式下，公司根据客户需求或产品规划自主进行产品配方设计形成产品设计开发方案，或按照客户提供的设计方案，经双方认可后进行定制化生产，产品后续市场开拓、品牌建设等均由 ODM/OEM 客户自行完成，公司仅获取配方设计、生产服务等产品价值，品牌溢价归属于 ODM/OEM 客户，因此 ODM/OEM 模式毛利率相对较低；B.自主品牌业务下，公司产品市场推广（包括线上、线下各类推广活动）、物流配送等销售费用主要由公司负责，而 ODM/OEM 业务下产品市场推广及物流费由 ODM/OEM 客户自主承担，考虑到相应市场推广及物流成本，自主品牌产品定价高于 ODM/OEM 业务产品单价，引致自主品牌业务毛利率高于 ODM/OEM 业务毛利率。

②自主品牌业务下各模式毛利率差异

自主品牌业务下，公司销售模式主要包括经销模式、线上 B2C 模式和电商

平台入仓模式。其他模式主要作为对现有销售渠道的补充，其收入及占比均较小。

A.经销模式与线上 B2C 模式、电商平台入仓模式毛利率差异

自主品牌业务各销售模式下，同一产品的生产成本基本一致。线上 B2C 模式、电商平台入仓模式产品毛利率高于经销模式，主要系销售渠道差异引致定价策略有所不同。一方面，自主品牌业务下，线上 B2C 模式、电商平台入仓模式为线上销售渠道，直接面向终端消费者，其销售价格为终端售价，销售价格相对较高；经销模式主要为线下销售渠道，客户均为经销商，由于经销商采购规模相对较大，且需要保证经销商留有一定的利润空间，因此公司与经销商的结算价格低于产品终端售价，引致线上 B2C 模式、电商平台入仓模式产品毛利率高于经销模式。另一方面，线上 B2C 模式及电商平台入仓模式下，公司需要投入较多的市场推广费用及物流费，以保证自主品牌的推广效果，因此其销售定价高于经销模式下销售价格。

综合考虑不同模式下物流费及推广费，公司自主品牌业务下各销售模式毛利率较为接近，具体如下：

业务模式	财务指标	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
经销模式	收入	12,856.74	24,160.22	16,897.74	11,199.51
	成本	7,019.22	13,028.42	8,621.26	5,576.20
	毛利额	5,837.52	11,131.81	8,276.48	5,623.31
	销售费用-物流费	412.55	692.63	530.19	436.54
	净毛利额	5,424.97	10,439.17	7,746.29	5,186.77
	模拟净毛利率	42.20%	43.21%	45.84%	46.31%
线上 B2C 模式	收入	5,165.19	10,476.05	8,325.43	4,254.52
	成本	1,613.52	2,922.83	2,194.33	1,127.54
	毛利额	3,551.67	7,553.21	6,131.10	3,126.98
	销售费用-平台推广费	1,495.15	2,565.28	1,739.61	675.15
	销售费用-物流费	426.22	720.90	692.52	505.72
	净毛利额	1,630.29	4,267.03	3,698.98	1,946.11
	模拟净毛利率	31.56%	40.73%	44.43%	45.74%
平台入仓模式	收入	1,062.26	1,851.56	1,806.93	1,395.70
	成本	405.91	756.53	686.79	604.39

业务模式	财务指标	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
	毛利额	656.34	1,095.03	1,120.14	791.31
	销售费用-平台推广费	114.50	167.26	114.59	57.49
	销售费用-物流费	120.06	219.01	228.18	220.48
	净毛利额	421.78	708.76	777.37	513.34
	模拟净毛利率	39.71%	38.28%	43.02%	36.78%

注 1：模拟净毛利率=（收入-成本-物流费-平台推广费）/收入。

注 2：为保持数据可比性，上表中成本均为不含物流费成本。

由上表可知，综合考虑不同业务模式下公司承担的物流费及网络平台推广费，公司自主品牌业务下经销模式、线上 B2C 模式及平台入仓模式模拟净毛利率较为接近，保持在 40%-45%水平，具有一定的合理性。2019 年，平台入仓模式模拟净毛利率相对较低，系该模式下当期销售产品主要为价格及毛利率相对较低的爱倍品牌产品。2022 年 1-6 月，线上 B2C 模式模拟净毛利率相对较低，主要系公司加大了自主品牌推广力度以及受疫情影响物流价格有所上升，引致平台推广费及物流费金额相对较大。

B.线上 B2C 模式与电商平台入仓模式毛利率差异

线上 B2C 模式与电商平台入仓模式均为线上销售渠道，线上 B2C 模式产品毛利率高于电商平台入仓模式，主要系产品结构及经营品牌定位差异所致，线上 B2C 模式主要经营比乐品牌，电商平台入仓模式主要经营比乐、爱倍两个品牌，比乐品牌定位于中高端市场，面向消费水平更高的消费群体，比乐系列产品价格及毛利率高于爱倍品牌产品，因此线上 B2C 模式下产品毛利率高于电商平台入仓模式。

线上 B2C 模式、电商平台入仓模式下分品牌销售及毛利率情况如下：

线上 B2C 模式								
品牌	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 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
比乐	69.84%	93.51%	73.31%	92.75%	74.81%	93.22%	75.79%	90.30%
爱倍	59.80%	0.33%	50.16%	0.16%	58.58%	0.35%	63.11%	1.46%
其他	52.86%	6.16%	56.81%	7.09%	57.60%	6.44%	50.20%	8.24%
线上 B2C 模式	68.76%	100.00%	72.10%	100.00%	73.64%	100.00%	73.50%	100.00%

电商平台入仓模式								
品牌	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 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
比乐	68.87%	76.00%	71.16%	58.44%	76.73%	46.09%	76.31%	13.42%
爱倍	42.86%	7.19%	45.10%	23.30%	52.15%	34.49%	53.59%	69.95%
其他	37.85%	16.81%	38.59%	18.26%	44.48%	19.42%	53.92%	16.63%
电商平台入仓模式	61.79%	100.00%	59.14%	100.00%	61.99%	100.00%	56.70%	100.00%

报告期内，电商平台入仓模式下毛利率较高的比乐系列产品销售占比上升较大，电商平台入仓模式整体毛利率有所上升，引致电商平台入仓模式毛利率与线上 B2C 模式毛利率差异不断缩小。

（4）同产品在同一销售模式的毛利率波动原因

①ODM/OEM 模式

报告期内，犬粮、猫粮产品在 ODM/OEM 模式下毛利率情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
犬粮毛利率	20.12%	26.28%	29.46%	25.86%
猫粮毛利率	34.35%	36.24%	38.93%	40.26%

A.ODM/OEM 模式犬粮毛利率变化分析

受客户结构、产品类型、原材料价格等因素影响，报告期内 ODM/OEM 业务犬粮产品毛利率略有波动。报告期内，ODM/OEM 模式犬粮产品单位售价和单位成本变动对毛利率影响量化分析如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
单位成本（元/吨）	7,515.72	6,894.49	6,047.57	5,382.56
单位成本变化对毛利率变动的贡献	-6.64%	-9.88%	-9.16%	-
单位售价（元/吨）	9,408.75	9,352.30	8,572.98	7,259.56
产品价格变化对毛利率变动的贡献	0.48%	6.70%	12.76%	-
累计贡献	-6.16%	-3.18%	3.60%	-

注 1：毛利率变动幅度=本期毛利率-上期毛利率=单位成本变化对毛利率变动的贡献+产品售价变化对毛利率变动的贡献；

注 2：单位成本变化对毛利率变动的贡献=（上期产品单位成本-本期产品单位成本）/上期产

品单位售价；

注 3：产品价格变化对毛利率变动的贡献=（1/上期产品单位售价-1/本期产品单位售价）*本期产品单位成本。

2020 年较 2019 年，公司犬粮产品毛利率较 2019 年上升 3.60 个百分点，主要系产品定位中高端的客户销售占比有所上升，同时在产能短期内相对有限的情况下，公司适当优化了 ODM/OEM 客户结构。具体而言，一方面，部分定位于中高端犬粮产品的 ODM 客户加大了对公司的采购规模，其毛利率相对较高，带动了 2020 年犬粮毛利率的上升。另一方面，上海佰派为公司 OEM 客户，且主要采购犬粮产品，OEM 模式下，配方及部分辅料由上海佰派自行提供，公司生产附加值相对较低，因此该客户毛利率较低，受公司优化客户结构、该客户经营调整等因素影响，2020 年，公司对上海佰派销售收入及占比大幅下降。

2021 年以来，受原材料价格上涨等因素影响，ODM/OEM 业务犬粮毛利率有所下降。2022 年 1-6 月，ODM/OEM 业务犬粮毛利率下降 6.16 个百分点，系受原材料成本及制造费用上升影响，ODM/OEM 业务犬粮单位成本上升所致，具体而言：一方面，公司 ODM 犬粮产品原材料成本有所上升，主要系：小麦等谷物类原材料主要在犬粮产品中使用，2022 年上半年小麦等谷物类原材料价格上涨幅度较大，同时公司响应客户持续改进产品配方需求，对部分产品适量调整鲜肉、益生菌等原材料的投入比例，产品单位原材料成本有所上升，引致 ODM 犬粮产品毛利率有所下降；另一方面，公司 ODM 犬粮产品制造费用成本有所上升，主要系公司 ODM 犬粮产品在福智工厂的产量占比相对较高，由于福智工厂试生产期间，生产规模效应尚未显现，该工厂生产产品单位制造费用金额较高，引致 ODM 犬粮产品成本上升、毛利率有所下降。

B.ODM/OEM 模式猫粮毛利率变化分析

报告期内，ODM/OEM 业务猫粮产品单位售价和单位成本变动对毛利率影响量化分析如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
单位成本（元/吨）	9,116.67	8,721.16	8,207.01	7,166.43
单位成本变化对毛利率变动的贡献	-2.89%	-3.83%	-8.67%	-
单位售价（元/吨）	13,887.20	13,678.20	13,438.11	11,996.00
产品价格变化对毛	1.00%	1.14%	7.34%	-

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
利率变动的贡献				
累计贡献	-1.89%	-2.69%	-1.33%	-

注 1：毛利率变动幅度=本期毛利率-上期毛利率=单位成本变化对毛利率变动的贡献+产品售价变化对毛利率变动的贡献；

注 2：单位成本变化对毛利率变动的贡献=（上期产品单位成本-本期产品单位成本）/上期产品单位售价；

注 3：产品价格变化对毛利率变动的贡献=（1/上期产品单位售价-1/本期产品单位售价）*本期产品单位成本。

2019 年至 2020 年，ODM/OEM 模式下猫粮产品毛利率分别为 40.26%和 38.93%，较为稳定。2021 年以来，受原材料价格上涨等因素影响，ODM/OEM 模式猫粮毛利率略有下降。

②自主品牌业务

自主品牌业务方面，公司拥有比乐、爱倍等多品牌、差异化的产品矩阵，能够有效覆盖各类目标消费人群。其中“比乐”品牌秉持“营养金字塔”的产品设计理念，主打高端食材、营养价值更高的原味粮标准产品，定位为中高端品牌，面向消费水平更高的消费群体，其产品价格及毛利率较爱倍而言相对较高；“爱倍”品牌主打“健康喂养”的产品设计理念，具有亲民实惠、品质稳定的特点，定位为大众品牌的宠物主粮。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，提高产品的市场份额和客户粘性。

自主品牌业务中，比乐品牌为公司近年来重点推广品牌，经销模式、线上 B2C 模式主要销售比乐品牌产品，电商平台入仓模式主要销售比乐、爱倍品牌产品。其他模式主要作为对现有销售渠道的补充，其销售收入及占比均较小，对公司整体毛利率影响较小。

A.经销模式

报告期内，经销模式下犬粮、猫粮产品毛利率情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
犬粮毛利率	44.24%	44.35%	47.06%	48.47%
猫粮毛利率	49.03%	50.92%	54.41%	55.11%

a.经销模式犬粮毛利率变化分析

经销模式下，犬粮产品毛利率分别为 48.47%、47.06%、44.35%和 44.24%。2020 年毛利率与 2019 年基本持平，2021 年以来，受原材料价格上涨等因素影响，毛利率略有下降。经销模式下销售的犬粮产品主要为比乐系列犬粮产品，其销售收入占比及毛利率具体如下：

品牌	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	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
比乐	44.92%	96.43%	44.82%	96.34%	47.22%	95.32%	48.48%	84.93%
其他	25.81%	3.57%	31.84%	3.66%	43.67%	4.68%	48.43%	15.07%
合计	44.24%	100.00%	44.35%	100.00%	47.06%	100.00%	48.47%	100.00%

由上表可知，报告期内，公司收入占比较高的比乐系列产品毛利率总体相对较为稳定。

b.经销模式猫粮毛利率变化分析

经销模式下，猫粮产品毛利率分别为 55.11%、54.41%、50.92%和 49.03%。2020 年毛利率与 2019 年基本持平，2021 年以来，受原材料价格上涨等因素影响，毛利率略有下降。经销模式下销售的猫粮产品主要为比乐系列猫粮产品，其销售收入占比及毛利率具体如下：

品牌	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	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
比乐	52.52%	84.62%	53.86%	87.18%	56.44%	87.50%	58.35%	68.75%
其他	29.86%	15.38%	30.89%	12.82%	40.20%	12.50%	47.99%	31.25%
合计	49.03%	100.00%	50.92%	100.00%	54.41%	100.00%	55.11%	100.00%

由上表可知，报告期内，公司收入占比较高的比乐系列产品毛利率总体相对较为稳定。

B.线上 B2C 模式

报告期内，线上 B2C 模式下犬粮、猫粮产品毛利率情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
犬粮毛利率	69.03%	72.63%	74.31%	75.05%
猫粮毛利率	74.45%	76.65%	77.49%	78.57%

a.线上 B2C 模式犬粮毛利率

线上 B2C 模式下，犬粮产品毛利率分别为 75.05%、74.31%、72.63%和 69.03%，总体较为稳定。2022 年 1-6 月，受原材料价格上涨、电商活动促销等因素影响，B2C 模式下犬粮产品毛利率略有下降。线上 B2C 模式下销售的犬粮产品主要为比乐系列犬粮产品，其销售收入占比及毛利率具体如下：

品牌	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	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
比乐	69.05%	99.80%	72.67%	99.80%	74.35%	99.46%	75.17%	97.48%
其他	62.69%	0.20%	53.10%	0.20%	67.14%	0.54%	70.45%	2.52%
合计	69.03%	100.00%	72.63%	100.00%	74.31%	100.00%	75.05%	100.00%

由上表可知，报告期内，公司收入占比较高的比乐系列产品毛利率总体相对较为稳定。

b.线上 B2C 模式猫粮毛利率

线上 B2C 模式下，猫粮产品毛利率分别为 78.57%、77.49%、76.65%和 74.45%，总体较为稳定。2022 年 1-6 月，受原材料价格上涨、电商活动促销等因素影响，B2C 模式下猫粮产品毛利率略有下降。线上 B2C 模式下销售的猫粮产品主要为比乐系列猫粮产品，其销售收入占比及毛利率具体如下：

品牌	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	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
比乐	74.68%	98.72%	76.79%	99.33%	77.57%	97.81%	79.97%	88.71%
其他	56.99%	1.28%	55.49%	0.67%	74.19%	2.19%	67.60%	11.29%
合计	74.45%	100.00%	76.65%	100.00%	77.49%	100.00%	78.57%	100.00%

报告期内，公司线上 B2C 模式下猫粮中比乐系列产品毛利率总体相对较为稳定。

C.电商平台入仓模式

报告期内，电商平台入仓模式下犬粮、猫粮产品毛利率情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
犬粮毛利率	62.32%	60.62%	63.05%	56.54%
猫粮毛利率	59.99%	55.67%	60.25%	58.10%

a.电商平台入仓模式犬粮毛利率

2019 年至 2020 年，电商平台入仓模式下，犬粮产品毛利率分别为 56.54% 和 63.05%，有所上升，主要系毛利率较高的比乐系列产品销售占比提升。2021 年，受原材料价格上涨等因素影响，毛利率略有下降。2022 年 1-6 月，毛利率较高的比乐系列产品销售占比提升，引致该模式下犬粮毛利率略有上升。电商平台入仓模式下销售的犬粮产品主要为比乐、爱倍系列犬粮产品，其销售收入占比及毛利率具体如下：

品牌	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	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
比乐	68.00%	80.36%	70.27%	65.73%	76.01%	52.34%	75.83%	15.76%
爱倍	42.34%	7.73%	44.62%	24.48%	50.99%	37.72%	53.27%	75.70%
其他	36.98%	11.91%	35.84%	9.80%	40.57%	9.94%	49.98%	8.54%
合计	62.32%	100.00%	60.62%	100.00%	63.05%	100.00%	56.54%	100.00%

随着该模式下主要经营品牌的转变及公司中高端品牌比乐系列产品的品牌知名度和市场美誉度不断提升，公司毛利率较高的比乐系列产品销售收入占比不断增加，引致报告期内电商平台入仓模式下犬粮毛利率总体有所上升。

b. 电商平台入仓模式猫粮毛利率

报告期内，电商平台入仓模式下，猫粮产品毛利率分别为 58.10%、60.25%、55.67%和 59.99%。各品牌毛利率及收入占比情况如下：

品牌	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	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
比乐	74.71%	57.56%	76.67%	35.81%	80.70%	29.95%	84.50%	3.93%
爱倍	46.83%	4.84%	47.06%	20.08%	57.24%	26.92%	55.78%	47.81%
其他	39.15%	37.60%	42.54%	44.11%	47.93%	43.13%	58.25%	48.26%
合计	59.99%	100.00%	55.67%	100.00%	60.25%	100.00%	58.10%	100.00%

注：“其他”主要为通过考拉海购等渠道下的电商平台入仓模式销售，其销售品牌主要为 GREACES 等品牌。

2019 年至 2020 年，电商平台入仓模式猫粮产品毛利率较为稳定。2021 年，受原材料价格上涨等因素影响，毛利率略有下降。2022 年 1-6 月，毛利率较高的比乐系列产品销售占比提升，引致该模式下猫粮毛利率有所上升。

（四）期间费用分析

报告期内，公司各项期间费用及占营业收入的比例情况如下表：

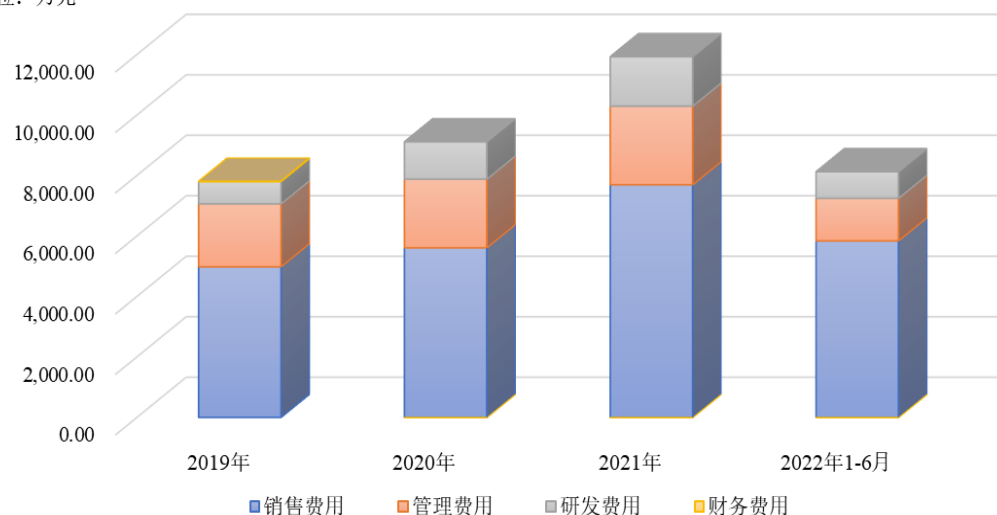
单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例
销售费用	5,837.55	11.12%	7,692.96	7.86%	5,609.63	8.45%	4,982.08	12.30%
管理费用	1,408.24	2.68%	2,598.85	2.66%	2,268.71	3.42%	2,079.05	5.13%
研发费用	880.36	1.68%	1,638.19	1.67%	1,236.03	1.86%	736.68	1.82%
财务费用	-377.35	-0.72%	-796.17	-0.81%	-64.72	-0.10%	8.42	0.02%
合计	7,748.81	14.76%	11,133.83	11.38%	9,049.64	13.63%	7,806.23	19.28%
营业收入	52,490.17	100.00%	97,837.02	100.00%	66,407.27	100.00%	40,495.91	100.00%

报告期内，公司期间费用分别为 7,806.23 万元、9,049.64 万元、11,133.83 万元和 7,748.81 万元，占营业收入的比例分别为 19.28%、13.63%、11.38%和 14.76%。

报告期内，公司期间费用的构成情况如下图所示：

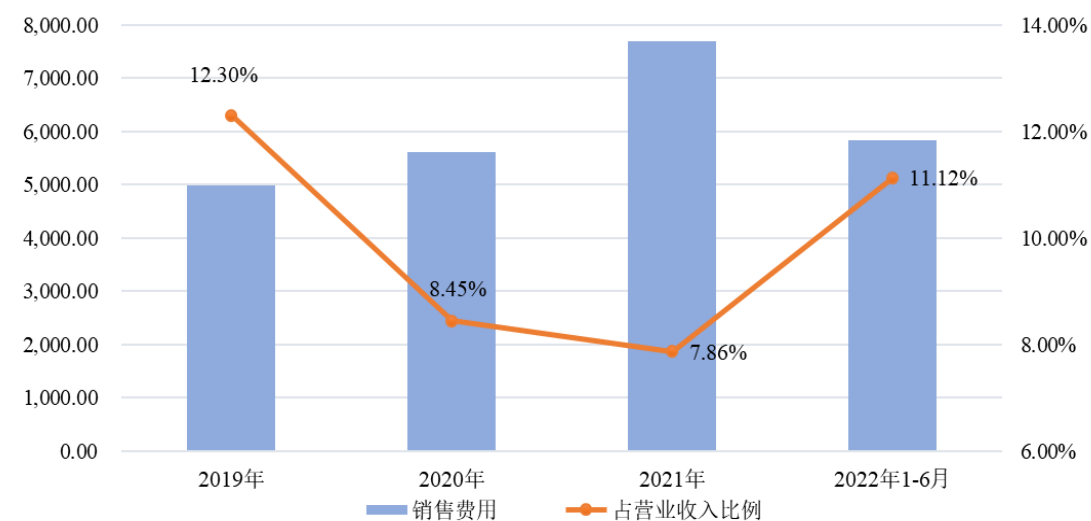
单位：万元



1、销售费用分析

报告期内，销售费用占营业收入比例如下图所示：

单位：万元



报告期内，公司的销售费用明细如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例
销售推广及服务费	3,494.18	6.66%	3,971.37	4.06%	2,764.08	4.16%	1,548.39	3.82%
职工薪酬	1,922.86	3.66%	2,930.85	3.00%	2,528.63	3.81%	1,800.64	4.45%
物流费及仓储费	17.69	0.03%	30.96	0.03%	21.72	0.03%	1,315.98	3.25%
差旅及办公费	113.38	0.22%	321.54	0.33%	154.26	0.23%	162.07	0.40%
检测及防伪费	47.09	0.09%	187.41	0.19%	94.50	0.14%	94.62	0.23%
业务招待费	30.38	0.06%	58.00	0.06%	26.70	0.04%	27.93	0.07%
咨询服务费	180.01	0.34%	113.69	0.12%	5.09	0.01%	18.21	0.04%
折旧及摊销	8.24	0.02%	10.49	0.01%	4.53	0.01%	5.58	0.01%
其他	23.73	0.05%	68.65	0.07%	10.12	0.02%	8.66	0.02%
合计	5,837.55	11.12%	7,692.96	7.86%	5,609.63	8.45%	4,982.08	12.30%
营业收入	52,490.17	100.00%	97,837.02	100.00%	66,407.27	100.00%	40,495.91	100.00%

报告期内，公司销售费用分别为 4,982.08 万元、5,609.63 万元、7,692.96 万元和 5,837.55 万元，销售费用占营业收入比重分别为 12.30%、8.45%、7.86%和 11.12%。公司销售费用主要包括销售人员销售推广及服务费、职工薪酬、物流费等，报告期内随着业务规模的快速增长，公司销售费用总体保持稳步增长。

公司主要销售费用的具体变化情况如下：

（1）销售推广及服务费

报告期内，公司销售推广及服务费分别为 1,548.39 万元、2,764.08 万元、3,971.37 万元及 3,494.18 万元，公司的销售推广及服务费主要包括电商推广费、展览费用、业务宣传费等费用，公司不存在向主要客户支付该费用的情况。由于公司产品的品牌、质量被终端消费者认可需要一定的过程，为实现产品品牌的塑造及口碑的积累需要进行大量的销售推广活动及广告宣传。报告期内公司销售推广费随着公司业务的逐步拓展而有所增加。

报告期内，公司销售推广及服务费具体内容如下：

单位：万元

销售推广费 明细内容	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电商推广费	1,609.66	46.07%	2,732.54	68.81%	1,854.20	67.08%	732.64	47.32%
展会费	51.53	1.47%	297.81	7.50%	218.85	7.92%	280.93	18.14%
包装物	172.26	4.93%	315.52	7.94%	226.69	8.20%	127.18	8.21%
POP 宣传费	76.58	2.19%	174.83	4.40%	136.40	4.93%	221.03	14.27%
平面媒体广告投放费	943.40	27.00%	-	-	-	-	-	-
版权使用费	-	-	-	-	112.96	4.09%	73.68	4.76%
其他	640.76	18.34%	450.68	11.35%	214.98	7.78%	112.92	7.29%
合计	3,494.18	100.00%	3,971.37	100.00%	2,764.08	100.00%	1,548.39	100.00%

①电商推广费

报告期内，公司电商推广费金额分别为 732.64 万元、1,854.20 万元、2,732.54 万元和 1,609.66 万元。电商推广费主要为在天猫、京东等电商平台投放广告或购买品牌推广服务所产生的费用，如在淘宝、天猫平台以直通车、钻石展位、淘宝客等形式进行广告投放推广；在京东平台以京准通等方式进行广告投放推广，让顾客通过关键词搜索或者通过点击展示在推广网站上的广告进入公司线上店铺页面。2019 年至 2021 年，为持续获取和保持客户流量，提升公司在天猫、京东等平台的曝光率，公司投入更多的电商推广成本以保证理想的营销效果。

②展会费

报告期内，公司展会费金额分别为 280.93 万元、218.85 万元、297.81 万元

和 51.53 万元。展会费主要系公司参加亚宠展及其他大型区域性宠物行业展览会、公司举行新品发布会而支付的展位费及展会活动相关物料费用。参加宠物行业展览会一方面可以促进自主品牌推广，提升品牌知名度，一方面可以通过展会引入新的优质经销商，加强新市场的开发拓展。2020 年及 2022 年 1-6 月，展会费金额有所下降，主要系考虑到疫情影响，公司参展展会数量有所减少，同时公司当年未举行线下产品发布会。

③包装物

报告期内，包装物费用分别为 127.18 万元、226.69 万元、315.52 万元和 172.26 万元。包装物费用主要系公司线上销售所产生的包材费用，公司将产品直接销售给终端消费者，为避免运输途中发生破损，公司采用纸箱、气泡袋等包装物对产品进行封装，并将相应的包装物采购成本结转至销售费用。2019 年至 2021 年，随着公司线上销售收入的不断增长，包装物费用随之增长。

④POP 宣传费

报告期内，公司 POP 宣传费金额分别为 221.03 万元、136.40 万元、174.83 万元和 76.58 万元。POP 宣传费主要为公司开展线下营销活动时所采购、领用的广告宣传品，如宣传海报、产品宣传手册、装饰品、宠物用品赠品等宣传物料。2020 年以来公司 POP 宣传费有所降低，主要系：（1）受疫情影响，公司举办的线下宣传活动有所减少；（2）随着公司自主品牌的顺利推广以及电商渠道的日益兴起，公司加强了互联网形式的宣传，线下 POP 宣传用品投入有所减少。

⑤平面媒体广告投放费

2022 年，公司加大自主品牌推广力度，新增平面媒体广告投放等营销渠道进行产品推广。具体而言，公司与分众传媒旗下的弛众广告有限公司签订《广告发布合作框架合同书》，对方根据公司需求及计划在电梯传统平面媒体、智能屏散点投放比乐品牌及产品宣传图片，双方根据广告投放情况结算相应费用，2022 年 1-6 月，公司广告投放费用为 943.40 万元。

⑥版权使用费

2019 年至 2020 年，公司版权使用费金额分别为 73.68 万元和 112.96 万元，系向 Hasbro International Inc.（以下简称“孩之宝”）支付的小马宝莉、变形金

刚等版权使用费。为更好地推广公司自主品牌，公司与美国著名玩具公司孩之宝签订知识产权许可协议，将该等卡通形象用于宠物喂食碗等周边宠物用品，搭配公司宠物主粮产品进行销售。根据合同约定，孩之宝将小马宝莉、变形金钢等 5 大系列内容的版权授权给公司使用，授权期间为 2018 年 4 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，公司根据授权周边宠物用品的销售情况支付相应版权使用费。

⑦其他

其他销售推广及服务费用主要为公司在微博、小红书、抖音、知乎等自媒体平台投入的业务宣传费及其他营销活动所产生的销售推广费用，金额较小。报告期内，随着自媒体平台的不断兴起，公司投入的推广费用有所增加。

（2）职工薪酬

报告期内，公司销售人员薪酬分别为 1,800.64 万元、2,528.63 万元、2,930.85 万元和 1,922.86 万元，报告期内公司销售人员薪酬总体有所增长，主要系：一方面，为进一步加强公司产品下游市场的开拓以及自主品牌推广，公司扩充了销售人员队伍。报告期各期末，公司销售人员人数分别为 118 人、133 人、169 人和 205 人；另一方面，报告期内，公司产品市场开拓取得良好的市场口碑，随着销售收入增长，销售部门员工的奖金及绩效相应有所增加。

（3）物流费及仓储费

公司物流费主要为经销模式、线上 B2C 模式、电商平台入仓模式及 ODM/OEM 模式部分客户的物流运输费用。报告期内，公司物流费呈上升趋势，主要系公司经销及线上 B2C 模式收入增长所致。

报告期内，公司物流费及仓储费具体金额如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
物流费	1,057.18	1,821.86	1,623.52	1,279.54
仓储费	17.69	30.96	21.72	36.45
合计	1,074.87	1,852.82	1,645.24	1,315.98

注：根据新收入准则，公司将 2020 年、2021 年及 2022 年 1-6 月物流费结转至营业成本，上表中物流费系从营业成本中还原后的金额。

①物流费

报告期内，公司物流费主要为经销模式、线上 B2C 模式和电商平台入仓模式下公司承担的物流运输费用，公司各销售模式下物流费与销量配比情况如下：

模式	2022 年 1-6 月			2021 年		
	物流费 (万元)	销售数量 (Kg)	单位重量 物流费 (元/Kg)	物流费 (万元)	销售数量 (Kg)	单位重量 物流费 (元/Kg)
ODM/OEM	54.26	26,209,648.15	0.02	120.47	48,936,019.17	0.02
经销模式	412.55	8,222,812.41	0.50	692.63	16,255,870.16	0.43
线上 B2C	426.22	1,926,074.51	2.21	720.90	3,582,282.66	2.01
电商平台入仓	120.06	566,791.16	2.12	219.01	1,049,611.14	2.09
其他模式	44.09	830,789.28	0.53	68.84	1,350,096.17	0.51
合计	1,057.18	37,756,115.50	0.28	1,821.86	71,173,879.30	0.26
模式	2020 年			2019 年		
	物流费 (万元)	销售数量 (Kg)	单位重量 物流费 (元/Kg)	物流费 (万元)	销售数量 (Kg)	单位重量 物流费 (元/Kg)
ODM/OEM	163.54	33,983,950.81	0.05	105.48	25,215,177.58	0.04
经销模式	530.19	11,784,159.36	0.45	436.54	8,659,063.35	0.50
线上 B2C	692.52	2,854,158.41	2.43	505.72	1,429,822.16	3.54
电商平台入仓	228.18	1,124,332.78	2.03	220.48	1,194,668.58	1.85
其他模式	9.09	1,047,204.61	0.09	11.31	1,021,637.70	0.11
合计	1,623.52	50,793,805.97	0.32	1,279.54	37,520,369.37	0.34

ODM/OEM 模式和经销模式下，单次货运量较大，公司采用大宗物流配送，且 ODM/OEM 模式下物流配送方式主要为客户自提，因此单位重量物流费相对较低；线上 B2C 模式和电商平台入仓模式下，每笔线上销售订单均需通过快递进行配送，因而单位重量物流费相对较高。其他模式主要为直接面向上海地区宠物门店等零售终端的销售，其物流费金额较小。

A.ODM/OEM 模式物流费分析

公司 ODM/OEM 模式下物流费金额相对较小，单位重量物流费相对较低且较为稳定，主要系：①公司 ODM/OEM 模式下运输方式包括客户自提和公司配送等物流方式，其中大部分 ODM/OEM 客户合同约定物流配送方式为客户自提，因此公司无需承担物流费用；②由公司负责配送的 ODM/OEM 客户主要集中在

华东地区，分布较为稳定且运费相对较低。

报告期内，由公司负责配送的 ODM/OEM 客户对应销量及运费情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
销售数量（Kg）	2,715,131.48	5,995,971.23	9,047,019.23	5,456,303.51
物流费（万元）	54.26	120.47	163.54	105.48
单位重量物流费（元/Kg）	0.20	0.20	0.18	0.19

ODM/OEM 模式下，由公司负责配送的 ODM/OEM 客户主要集中在上海、浙江等华东地区，且 ODM/OEM 客户订货规模相对较大，公司与主要物流公司结算价格为 0.18-0.20 元/Kg，公司平均物流费单价处于合理范围内，物流价格与 ODM/OEM 模式下单位重量物流费较为匹配。

综上所述，公司 ODM/OEM 模式下物流费与销量较为匹配。

B.经销模式物流费分析

报告期内，经销模式下单位重量物流费分别为 0.50 元/Kg、0.45 元/Kg、0.43 元/Kg 和 0.50 元/Kg。2020 年，经销模式下单位重量物流费为 0.45 元/Kg，较 2019 年略有下降，主要系部分物流公司价格调整及 2020 年华东地区经销收入占比有所提升影响。2021 年，经销模式下单位重量物流费与 2020 年基本持平。2022 年 1-6 月，受疫情管控影响，上海地区物流运力相对不足，物流价格有所上涨，导致经销模式下单位重量物流费有所增加。

经销模式下，公司销售区域相对集中于华东、华北、华中地区，根据发行人与主要物流公司约定的物流收费标准，华东主要地区物流价格为 0.30-0.40 元/KG，华北、华中主要地区物流费价格为 0.50-0.65 元/KG，公司平均物流费单价处于合理范围内，物流价格与经销模式下单位重量物流费较为匹配。

综上所述，公司经销模式下物流费与销量较为匹配。

C.线上 B2C 模式物流费分析

2019 年-2021 年，线上 B2C 模式下单位重量物流费分别为 3.54 元/Kg、2.43 元/Kg 和 2.01 元/Kg，有所下降，主要系快递公司价格调整及公司新增物流价格相对更低的供应商影响。2022 年 1-6 月，线上 B2C 模式下单位重量物流费为 2.21 元/Kg，受疫情管控影响，上海地区物流运力相对不足，物流价格有所上涨。

报告期内，公司线上 B2C 模式下物流件数、销售数量及物流单价情况如下：

项目	物流费 (万元)	物流件数	销售数量(Kg)	每件物流 产品重量 (Kg/件)	单位重量 物流费 (元/Kg)
2022 年 1-6 月	426.22	322,465	1,926,074.51	5.97	2.21
2021 年	720.90	649038	3,582,282.66	5.52	2.01
2020 年	692.52	534202	2,854,158.41	5.34	2.43
2019 年	505.72	277951	1,429,822.16	5.14	3.54

a.2019 年-2020 年线上 B2C 模式物流费变动分析

2019 年、2020 年，公司线上 B2C 模式下单位重量物流费分别为 3.54 元/Kg、2.43 元/Kg，2020 年较 2019 年单位重量物流费有所下降，降幅为 31.36%，主要系：①德邦快递于 2020 年进行价格调整，物流价格有所下降；②公司 2020 年开始与中通快递合作，配送线上 B2C 快递，中通快递物流单价相对较低，引致物流单价整体下降。

1) 现有合作物流商物流单价下降分析

随着公司线上 B2C 订单数量的不断增加，德邦快递于 2020 年 3 月 8 日适当调整了其物流报价，调整前后主要地区快递价格对比如下：

单位：元/Kg

地区	2019 年 1 月 1 日- 2020 年 3 月 7 日（调整前）			2020 年 3 月 8 日- 2020 年 12 月 31 日（调整后）			物流单价 测算涨幅
	首重 1KG 价格	续重单价 (元/KG)	按照 5KG 测 算物流 单价	首重 1KG 价格	续重单价 (元/KG)	按照 5KG 测 算物流 单价	
上海	7	1	2.20	6	1	2.00	-9.09%
江苏、浙江	8	1	2.40	7	1	2.20	-8.33%
安徽	9	1	2.60	8	1	2.40	-7.69%
北京、天津、湖南、 湖北、河南、河北、 福建、江西、广东、 山东、陕西、重庆	9	2.6	3.88	8	2.4	3.52	-9.28%
广西、海南、辽宁、 内蒙古、四川	10	3.1	4.48	9	3	4.20	-6.25%
云南、贵州、甘肃、 青海	10	3.6	4.88	10	3.4	4.72	-3.28%
黑龙江、吉林	11	3.5	5.00	10	3.4	4.72	-5.60%

注 1：按照 5KG 测算物流单价=[首重价格+（5KG -首重 1KG）*续重单价]/5KG；

注 2：由于 2019 年、2020 年每件物流重量分别为 5.14KG、5.34KG，故选取 5KG 作为测算标准。

2020 年 3 月 8 日，德邦快递对所有地区的首重价格进行了调整，并降低了华北、华中、华南、东北等地区的续重价格，引致单位重量物流费有所下降。

2) 新增物流费单价较低的物流服务商

公司 2020 年 3 月起与中通快递合作，由中通快递配送部分线上 B2C 快递，中通快递物流价格相对较低，其物流价格明细如下：

3Kg 以下				
地区	运费/kg			
	0<n≤500g	500g<n≤1kg	1kg<n≤2kg	2kg<n≤3Kg
上海、江苏、浙江、安徽	3.1	3.6	4.1	4.3
北京、天津、山东、广东、福建、江西、湖北、湖南、河南、河北、山西、陕西、四川、重庆、广西、辽宁、海南、黑龙江、吉林、云南、贵州	3.1	3.6	4.3	5.3
甘肃、宁夏、青海、内蒙	5	8	14	20
新疆	7	14	21	28
3Kg 以上				
地区	面单价格 (元/张)	运费/Kg	按照 5KG 测 算物流单价	与德邦物流 降幅测算
上海	3	0.50	1.10	-50.00%
江苏、浙江、安徽	3	0.60	1.20	-50.00%
福建、江西、山东、广东、天津、河北、湖北、湖南、河南	3	1.50	2.10	-45.88%
广西、陕西、山西、重庆、辽宁、黑龙江、吉林、四川、云南、贵州、海南、北京	3	2.00	2.60	-41.96%
内蒙、青海、宁夏、甘肃	3	4.00	4.60	-5.74%
新疆	3	6.00	6.60	-

注：以广东地区 10Kg 为例，快递费用为 3 元面单+运费 10*1.5 元=18 元；

注：公司线上 B2C 主要以 3Kg 以上产品为主，故仅模拟测算 3Kg 以上物流单价。

中通快递物流价格低于德邦快递，公司对德邦快递采购金额及占比有所下降，引致单位重量物流费有所下降。2019 年-2020 年，线上 B2C 模式下主要物流公司采购金额及占比如下：

单位：万元

物流公司	2020 年		2019 年	
	采购金额	占比	采购金额	占比
德邦快递	378.94	54.72%	411.36	81.34%
中通快递	172.78	24.95%	-	-
其他	140.80	20.33%	94.36	18.66%
合计	692.52	100.00%	505.72	100.00%

b.2020 年至 2021 年线上 B2C 模式物流费变动分析

2020 年、2021 年，公司线上 B2C 模式下单位重量物流费分别为 2.43 元/Kg、2.01 元/Kg，2021 年较 2020 年单位重量物流费有所下降，降幅为 17.28%，主要系德邦快递于 2021 年进行价格调整，物流价格有所下降。

随着公司线上 B2C 订单数量的不断增加，德邦快递于 2021 年 4 月 11 日适当调整了首重重量（1KG 调整为 3KG）及物流报价，调整前后主要地区快递价格对比如下：

单位：元/Kg

地区	2021 年 1 月 1 日- 2021 年 4 月 10 日（调整前）			2021 年 4 月 11 日- 2021 年 12 月 31 日（调整后）			物流单价 测算涨幅
	首重 1KG 价格	续重单价 （元/KG）	按照 5KG 测 算物流 单价	首重 3KG 价格	续重单价 （元/KG）	按照 5KG 测 算物流 单价	
上海	6	1	2.00	9	1	2.20	10.00%
江苏、浙江	7	1	2.20	9	1	2.20	-
安徽	8	1	2.40	10	1	2.40	-
广东	8	2.4	3.52	8	1.2	2.08	-40.91%
北京、天津、湖南、 湖北、河南、河北、 福建、江西、山东、 陕西、重庆	8	2.4	3.52	10	1.5	2.60	-26.14%
广西、海南、辽宁、 内蒙古、四川	9	3	4.20	12	2	3.20	-23.81%
云南、贵州、甘肃、 青海、黑龙江、吉林	10	3.4	4.72	15	2.5	4.00	-15.25%

2021 年 4 月 11 日，德邦快递调整了其首重重量，并降低了华北、华中、华南、东北等地区的续重价格，引致单位重量物流费有所下降。

由上表可知，德邦快递华北、华中、华南、东北等地区单位重量物流费的测

算降幅与公司物流费单价降幅具有一定的匹配性。

c.2021 年至 2022 年 1-6 月线上 B2C 模式物流费变动分析

2021 年-2022 年 1-6 月，公司线上 B2C 模式下单位重量物流费分别为 2.01 元/Kg 和 2.21 元/Kg，有所上升，主要系 2022 年 1-6 月，受疫情管控影响，上海地区物流运力相对不足，物流价格有所上涨，例如德邦快递疫情期间对每件快递加收 0.5 元-1 元服务费，圆通快递疫情期间对每件快递加收出港防疫费用（3Kg 以内为 0.5 元，3Kg 以上按 0.3 元/Kg 加收），引致单位重量物流费有所上升，具有合理性。

综上所述，2019 年-2021 年，因物流公司收费标准有所下降以及公司优化物流公司配送结构，线上 B2C 模式单位重量物流费有所下降，物流费单价及变动与公司合作的主要物流公司收费标准及变动较为匹配，2022 年 1-6 月，受上海地区疫情影响，物流价格有所上涨，引致单位重量物流费有所上升。总体而言，公司线上 B2C 模式下公司物流费与销量较为匹配。

D.电商平台入仓模式

报告期内，电商平台入仓模式下单位重量物流费分别为 1.85 元/Kg、2.03 元/Kg、2.09 元/Kg 和 2.12 元/Kg。电商平台入仓模式下，京东平台根据京东仓库与终端消费者所在地的距离，安排离消费者距离较近的京东仓库进行配送，因此电商平台入仓模式下，单位重量物流费低于线上 B2C 模式。电商平台入仓模式下，物流件数、销售数量及物流单价情况如下：

项目	物流费 (万元)	物流件数	销售数量(Kg)	每件物流 产品重量 (Kg/件)	单位重量 物流费 (元/Kg)
2022 年 1-6 月	120.06	36,871	566,791.16	15.37	2.12
2021 年	219.01	77012	1,049,611.14	13.63	2.09
2020 年	228.18	78279	1,124,332.78	14.36	2.03
2019 年	220.48	76764	1,194,668.58	15.56	1.85

注：上表中物流件数统计口径为订单数量。

根据电商平台入仓模式主要销售平台京东物流费收费标准，按照报告期内京东电商平台入仓模式平均每件物流产品重量约 14KG 测算单位重量物流费如下：

项目	首重价格	配送服务续价	根据平均 14KG 测算物流费单价
同区配送服务	淡季：5.5 元/单 旺季：6.5 元/单	1.5 元/Kg	1.57 元/KG~1.64 元/KG
跨区配送服务	淡季：6.5 元/单 旺季：7.5 元/单	2.5 元/Kg	2.43 元/KG~2.50 元/KG

注：首重为 3KG，旺季为 1 月-2 月、6 月、10 月-12 月。

报告期内，电商平台入仓模式下单位重量物流费整体均位于同区配送服务物流费单价与跨区配送服务物流费单价合理范围内，物流费单价不存在异常。

电商平台入仓模式下，公司主推大包装（10Kg 以上）产品，因此每件物流产品重量高于线上 B2C 业务模式。2020 年，单位重量物流费有所上升，主要系比乐系列产品的销售规模增长较快，比乐系列小包装（10Kg）产品较多，引致销售数量基本不变的情况下，物流件数有所增加，单位重量物流费有所上升。2021 年，该模式下单位重量物流费与 2020 年基本持平。

综上所述，公司电商平台入仓模式下物流费与销量较为匹配。

②仓储费

报告期内，公司仓储费金额较小，主要系电商平台入仓模式下平台收取的仓储服务费及公司原子公司思玛酷租赁仓库所产生的仓储费，具体如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
电商平台入仓仓储费（万元）	17.69	30.96	17.46	20.12
电商平台入仓销量（Kg）	566,791.16	1,049,611.14	1,124,332.78	1,194,668.58
单位重量仓储费（元/Kg）	0.31	0.30	0.16	0.17
思玛酷仓储费（万元）	-	-	4.27	16.33
思玛酷销量（Kg）	-	-	56,592.82	261,873.03
单位重量仓储费（元/Kg）	-	-	0.75	0.62
仓储费合计	17.69	30.96	21.72	36.45

电商平台入仓模式下，仓储服务费主要受入库产品体积、存储天数、出库订单数量等多种因素影响，与销量匹配性较弱，报告期内，电商平台入仓模式仓储费金额总体较小；思玛酷仓储费与其销量基本匹配，单位重量仓储费较为稳定。

（4）公司销售费用率与同行业公司对比情况

公司销售费用率与同行业公司的比较情况如下：

公司	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
乖宝宠物	13.85%	13.82%	13.12%	17.53%
中宠股份	7.93%	8.44%	8.26%	9.92%
佩蒂股份	4.25%	4.30%	4.28%	6.83%
平均值	8.68%	8.85%	8.55%	11.43%
福贝宠物	11.12%	7.86%	8.45%	12.30%

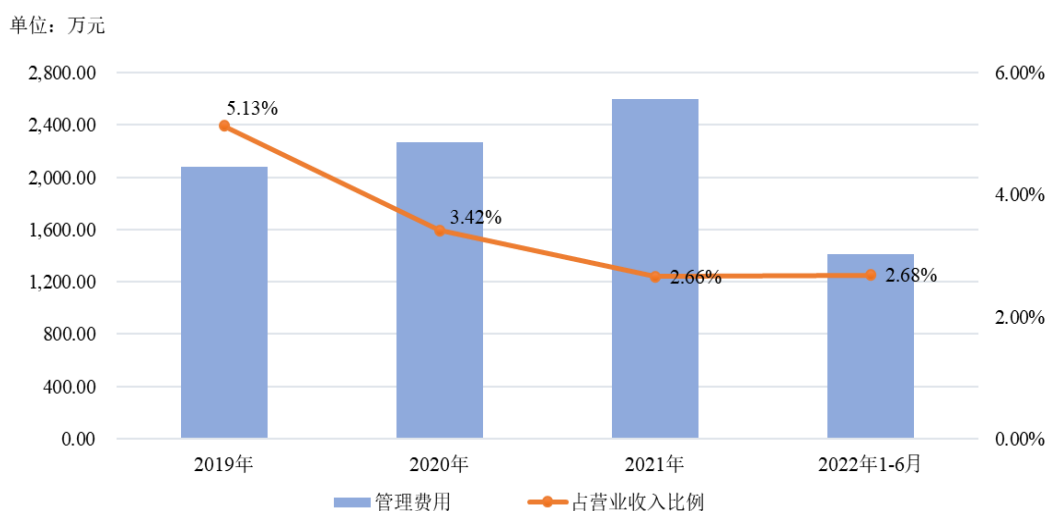
注：上表中数据根据各公司定期报告或招股说明书等计算。

2019 年-2021 年，公司销售费用率水平与同行业可比公司基本相当。2022 年 1-6 月，公司销售费用率有所上升，主要系公司加大自主品牌推广力度，新增平面媒体广告投放等多种营销渠道进行产品推广。

具体而言，公司销售费用率水平低于乖宝宠物，主要系乖宝宠物投入了较多的业务宣传费如明星代言费、电视节目赞助费等，公司此类宣传推广活动较少；公司销售费用率总体高于中宠股份、佩蒂股份，主要系：①公司所处上海地区整体薪酬水平较高，且公司为推广自主品牌、开拓国内市场而建设专业销售团队导致销售人员职工薪酬占营业收入比例相对较高；②公司线上 B2C 模式及电商平台入仓模式下，每笔线上销售订单均需通过快递进行配送，因而物流费用占营业收入比重相对较高。

2、管理费用分析

报告期内，管理费用占营业收入的比例如下图所示：



报告期内，公司管理费用明细如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例
职工薪酬	946.41	1.80%	1,545.92	1.58%	1,346.19	2.03%	1,124.91	2.78%
差旅及办公费	183.59	0.35%	435.36	0.44%	286.74	0.43%	227.75	0.56%
股权激励	-	-	-	-	189.08	0.28%	60.00	0.15%
咨询服务费	30.09	0.06%	247.01	0.25%	168.43	0.25%	378.19	0.93%
折旧及摊销	140.66	0.27%	162.11	0.17%	93.90	0.14%	97.37	0.24%
修理费	11.32	0.02%	34.63	0.04%	42.84	0.06%	70.47	0.17%
业务招待费	32.24	0.06%	52.57	0.05%	29.22	0.04%	28.67	0.07%
存货盘点及报废	10.04	0.02%	41.83	0.04%	22.06	0.03%	28.53	0.07%
其他	53.89	0.10%	79.41	0.08%	90.26	0.14%	63.17	0.16%
合计	1,408.24	2.68%	2,598.85	2.66%	2,268.71	3.42%	2,079.05	5.13%
营业收入	52,490.17	100.00%	97,837.02	100.00%	66,407.27	100.00%	40,495.91	100.00%

报告期内，公司管理费用主要由职工薪酬、差旅及办公费、咨询服务费、折旧及摊销、股权激励费用等构成。报告期内，公司管理费用分别为 2,079.05 万元、2,268.71 万元、2,598.85 万元和 1,408.24 万元，占营业收入的比例分别为 5.13%、3.42%、2.66%和 2.68%。

报告期内，随着经营规模的扩大，公司职工薪酬、差旅及办公费等费用支出有所增加，管理费用规模有所上升。

公司管理费用率与同行业公司的比较情况如下：

公司	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
乖宝宠物	4.44%	4.97%	5.58%	7.28%
中宠股份	3.38%	3.63%	4.00%	3.57%
佩蒂股份	6.73%	8.57%	6.60%	10.52%
平均值	4.85%	5.73%	5.39%	7.12%
福贝宠物	2.68%	2.66%	3.42%	5.13%

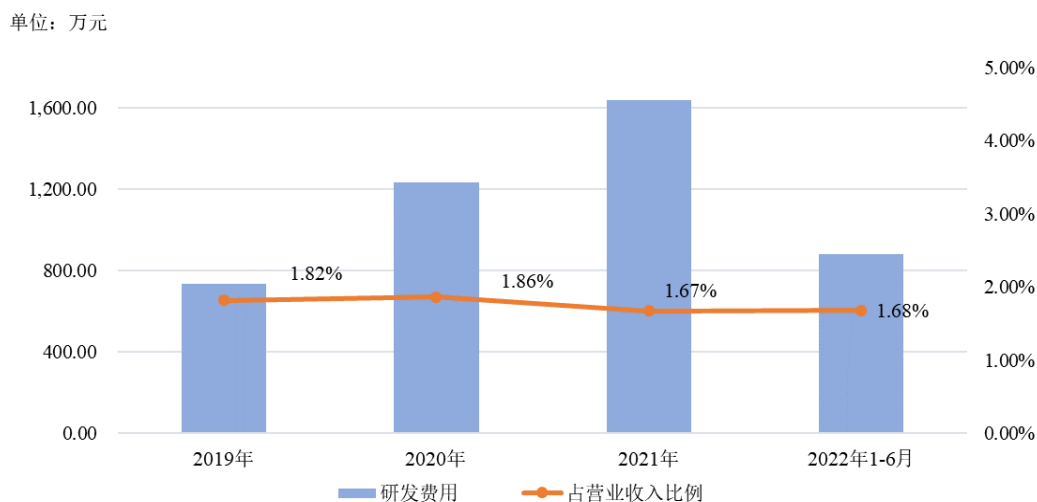
注：上表中数据根据各公司定期报告或招股说明书等计算。

报告期内，公司管理费用率总体低于同行业可比公司平均水平，主要系同行业可比公司主营产品更为多元化，其业务对象除国内客户外还涵盖大量海外客户，产品及经营业务、业务区域的多元化相应导致其对管理行政团队规模、办公

经营场所数量等要求更高，管理人员职工薪酬、差旅办公费及折旧摊销相对更高，公司业务集中在国内，且子公司相对较少，管理架构相对较为简单，公司管理人员更为精简，管理费用率相对较低。

3、研发费用分析

报告期内，公司研发费用及其占营业收入比例如下图所示：



(1) 研发费用构成

报告期内，公司研发费用明细如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例
材料	529.18	1.01%	888.06	0.91%	746.88	1.12%	466.88	1.15%
职工薪酬	221.84	0.42%	424.45	0.43%	272.96	0.41%	168.33	0.42%
股权激励	-	-	-	-	35.45	0.05%	-	-
其他费用	129.34	0.25%	325.68	0.33%	180.74	0.27%	101.47	0.25%
合计	880.36	1.68%	1,638.19	1.67%	1,236.03	1.86%	736.68	1.82%
营业收入	52,490.17	100.00%	97,837.02	100.00%	66,407.27	100.00%	40,495.91	100.00%

报告期内，公司研发费用分别为 736.68 万元、1,236.03 万元、1,638.19 万元和 880.36 万元，占营业收入的比重分别为 1.82%、1.86%、1.67%和 1.68%。

报告期内，为进一步优化、改进宠物食品配方设计方案，提升产品质量，丰

富产品类别，公司适当加大了研发投入。

（2）研发费用率与同行业可比公司对比分析

公司研发费用率与同行业公司的比较情况如下：

公司	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
乖宝宠物	1.81%	2.31%	2.19%	2.53%
中宠股份	1.44%	1.43%	1.55%	1.34%
佩蒂股份	1.79%	1.78%	1.95%	2.57%
平均值	1.68%	1.84%	1.90%	2.15%
福贝宠物	1.68%	1.67%	1.86%	1.82%

注：上表中数据根据各公司定期报告或招股说明书等计算。

报告期内，公司研发费用率与同行业可比公司平均水平基本相当。

（3）研发项目情况

报告期内，公司主要研发项目（报告期内合计支出 100 万元以上）情况如下：

单位：万元

研究方向	序号	研发项目	报告期费用支出	整体预算	实施进度
功能性宠物食品研发	1	促进宠物消化、肠道健康及适口性的研究	334.05	415.00	持续研发
	2	利用营养添加剂保养宠物被毛的研发	310.45	400.00	持续研发
	3	利用添加剂消除体味及改善便状的研究	279.85	300.00	持续研发
	4	微量元素在宠物被毛不饱和和脂肪酸中应用的开发	271.97	300.00	持续研发
	5	解决肠道蛋白代谢及减少氨气产生的技术方案开发	234.62	250.00	持续研发
	6	平衡饲料营养、采食量和消化吸收率诱食剂的开发	173.80	250.00	持续研发
	7	罗汉果浸出液及去泪痕生长的研究	159.48	180.00	持续研发
	8	解决尿液酸度及尿路炎症添加物的开发	146.37	250.00	持续研发
生产设备 及工艺的 创新	9	提高适口性高效节能肉类酶解物生产方式的开发	408.26	450.00	持续研发
新制备方法 宠物食品 研发	10	低温烘培全价美毛宠物食品及制备方法	151.33	180.00	持续研发
	11	低温烘培全价去便臭宠物食品及制备方法	111.97	130.00	持续研发

研究方向	序号	研发项目	报告期费用支出	整体预算	实施进度
	12	低温烘培全价宠物食品及制备方法	105.07	130.00	持续研发
宠物的科学喂养	13	猫繁育行为和哺乳行为研究	254.52	360.00	持续研发
宠物湿粮研发	14	宠物湿粮研发	179.67	370.00	持续研发
合计			3,121.40	-	-

4、财务费用分析

报告期内，公司的财务费用明细如下：

单位：万元

财务费用	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
利息支出	24.16	44.65	-	-
减：利息收入	418.36	881.09	107.04	20.51
汇兑损失（“-”号为汇兑收益）	-	-	-	-0.02
手续费支出	16.86	40.27	42.32	28.95
合计	-377.35	-796.17	-64.72	8.42

报告期内，公司财务费用分别为8.42万元、-64.72万元、-796.17万元和-377.35万元，占营业收入的比例分别为0.02%、-0.10%、-0.81%和-0.72%。报告期内，公司财务费用主要为利息收入、银行手续费。报告期内，公司2019年至2020年无利息支出，2021年利息支出系执行新租赁准则，确认租赁负债在租赁期内各期间的利息费用，2022年1-6月利息支出系确认租赁负债在租赁期内各期间的利息费用及少量银行借款利息支出。

5、员工薪酬分析

（1）管理人员、销售人员和研发人员薪酬及其变动的原因及合理性

①管理人员薪酬情况

报告期内，公司管理人员的薪酬如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
管理人员薪酬总额（万元）	932.39	1,519.28	1,319.58	1,120.31
管理人员平均人数	128	104	90	86
管理人	中高层（人）	21	17	17
		17	17	18

项目		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
员职级分布	普通（人）	107	87	75	68
管理人员平均薪酬（万元）		14.57	14.66	14.59	13.01

注 1：管理人员平均人数为各期每月管理人员人数相加除以 12 或除以 6 并取整；

注 2：员工人数及薪酬统计口径均不含实习人员、劳务外包人员及独立董事，下同。

注 3：2022 年 1-6 月的管理人员平均薪酬已年化处理，即管理人员薪酬总额/管理人员平均人数*2。

报告期内，公司管理人员薪酬总额分别为 1,120.31 万元、1,319.58 万元、1,519.28 万元和 932.39 万元，公司管理人员平均薪酬分别为 13.01 万元、14.59 万元、14.66 万元和 14.57 万元。2019 年-2021 年，公司管理人员薪酬总额、平均薪酬均保持稳定增长，主要原因系公司经营规模持续扩大，业绩持续向好，给予部分管理人员较多薪酬奖励。

②销售人员薪酬情况

报告期内，公司销售人员的薪酬如下：

项目		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售人员薪酬总额（万元）		1,919.66	2,927.32	2,526.70	1,800.64
销售人员平均人数		187	158	130	106
销售人员职级分布	中高层（人）	13	13	13	15
	普通（人）	174	145	117	91
销售人员平均薪酬		20.53	18.56	19.45	16.96

注 1：销售人员平均人数为各期每月销售人员人数相加除以 12 或除以 6 并取整。

注 2：2022 年 1-6 月的销售人员平均薪酬已年化处理，即销售人员薪酬总额/销售人员平均人数*2。

报告期内，公司销售人员薪酬总额分别为 1,800.64 万元、2,526.70 万元、2,927.32 万元和 1,919.66 万元，公司销售人员平均薪酬分别为 16.96 万元、19.45 万元、18.56 万元和 20.53 万元。2019 年-2020 年，公司销售人员薪酬总额、平均薪酬总体保持稳定增长，主要系：一方面，为进一步加强公司产品下游市场的开拓以及自主品牌推广，公司扩充了销售人员队伍；另一方面，报告期内，公司产品市场开拓取得良好的市场口碑，随着销售收入增长，销售部门员工的奖金及绩效相应有所增加。2021 年销售人员平均薪酬略有下降，主要系随着公司经营规模的扩大，当年新入职的普通职级销售人员较多，其薪酬相对较低，引致销售人员平均薪酬略有下降。

③研发人员薪酬情况

报告期内，公司研发人员的薪酬如下：

项目		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
研发人员薪酬总额（万元）		221.04	423.49	272.00	167.37
研发人员平均人数		31	28	20	14
研发人员 职级分布	中高层（人）	4	4	4	3
	普通（人）	27	24	16	11
研发人员平均薪酬		14.26	15.40	13.83	11.81

注 1：研发人员平均人数为各期每月研发人员人数相加除以 12 或除以 6 并取整。

注 2：2022 年 1-6 月的研发人员平均薪酬已年化处理，即研发人员薪酬总额/研发人员平均人数*2。

报告期内，公司研发人员薪酬总额分别为 167.37 万元、272.00 万元、423.49 万元和 221.04 万元。研发人员平均薪酬分别为 11.81 万元、13.83 万元、15.40 万元和 14.26 万元，总体有所增长，主要系公司研发投入逐步增加，加强对研发人员绩效激励所致。

(2) 公司职工薪酬与同地区公司或可比公司对比情况

①公司与同地区平均薪酬对比情况

报告期内，公司及子公司上海福益、上海福智和思玛酷均位于上海市，子公司宣城福贝位于安徽省宣城市。报告期内公司与上述地区平均薪酬的具体情况如下：

单位：万元

地区	平均薪酬	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
上海	公司平均薪酬	17.48	17.23	17.46	15.44
	上海市私营单位就业人员年平均薪酬	-	9.60	8.01	6.42
宣城	公司平均薪酬	9.40	9.61	7.89	7.09
	宣城市私营单位就业人员年平均薪酬	-	5.62	5.26	5.31

注 1：上海市城镇私营单位就业人员平均薪酬来自上海市统计局，宣城城镇私营单位就业人员平均薪酬来自宣城市统计局，上海市统计局尚未披露该地区 2022 年 1-6 月私营单位就业人员平均薪酬数据，宣城市统计局尚未披露该地区 2022 年 1-6 月私营单位就业人员平均薪酬数据。

注 2：2022 年 1-6 月的公司平均薪酬已年化处理。

2019 年-2021 年，公司在上海地区的员工平均薪酬变动趋势与当地平均薪

薪酬变动趋势总体较为一致且高于当地平均薪酬，主要系公司整体效益良好，员工薪酬与公司业绩相关。

②公司与同行业可比公司平均薪酬对比情况

报告期内，公司与同行业可比公司的员工平均薪酬情况如下：

单位：万元

公司	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
中宠股份	-	13.94	12.65	11.84
佩蒂股份	-	5.42	6.29	6.17
乖宝宠物	9.61	8.72	7.75	7.32
公司	15.49	15.01	14.67	13.17

注：中宠股份、佩蒂股份、乖宝宠物的员工平均薪酬=应付职工薪酬本期增加额/年初和年末对应员工人数的算术平均数；本公司员工平均薪酬=应付职工薪酬本期增加额/全年对应员工人数的加权平均数。

报告期内，公司与同行业可比公司在产品结构、业务模式、所在地域等方面有所不同，引致公司员工平均薪酬高于同行业可比公司。

中宠股份、佩蒂股份的业务模式与公司存在差异。中宠股份与佩蒂股份主要为 ODM 业务模式，自主品牌产品占比较低，而公司自主品牌产品的销售占比较高。自主品牌业务需要由销售人员进行产品推广及客户维系，因此公司销售人员比重高于中宠股份与佩蒂股份，与生产人员相比，销售人员的平均薪酬较高，引致公司平均薪酬水平较高。

乖宝宠物的整体产品结构与公司存在一定差异。乖宝宠物主营产品包括宠物零食与宠物主粮，2019 年-2022 年上半年，其宠物零食收入占比分别为 64.93%、64.65%、63.67%与 62.82%。宠物零食生产环节对人工需求相对较大，截至 2022 年 6 月 30 日，乖宝宠物生产人员数量为 2,057 人，占其员工总数的 60.95%，占比较高。公司主营产品为宠物干粮类主粮，生产自动化程度较高，对人工需求相对较低，2022 年 6 月末，公司生产人员占比为 30.75%。生产人员的平均薪酬水平总体低于管理人员、销售人员与研发人员，引致乖宝宠物员工平均薪酬水平相对较低。

此外，中宠股份、佩蒂股份、乖宝宠物的所在地与公司存在差异。中宠股份主要人员位于山东烟台，佩蒂股份主要人员位于浙江温州，乖宝宠物主要人员位

于山东聊城，而公司主要人员位于上海地区。上海地区平均薪酬高于中宠股份、佩蒂股份、乖宝宠物主要人员所在地区，引致公司平均薪酬较高。

综上，公司员工平均薪酬水平高于同行业可比公司具有合理性。

（五）其他利润表科目分析

1、其他收益分析

报告期内，公司其他收益主要为与日常活动相关的政府补助，公司计入其他收益的主要政府补助（5万元以上）明细具体如下：

（1）2022 年 1-6 月

单位：万元

序号	项目	与资产相关/ 与收益相关	计入递延收益/ 计入当期损益	金额	依据文件
1	中小企业财政扶持资金	与收益相关	计入当期损益	258.00	上海市松江区泖港镇财政所《关于中小企业财政扶持的情况说明》《资金扶持协议》
2	税收补贴	与收益相关	计入当期损益	80.00	宣城经济技术开发区管理委员会财政局《证明》
3	城市基础设施配套费返还	与收益相关	计入当期损益	30.75	宣城经济技术开发区管理委员会财政局《证明》
4	优秀企业、先进企业“质量创新奖”	与收益相关	计入当期损益	6.00	松江区人民政府中山街道办事处《荣誉证书》
5	高端宠物食品智能制造示范基地改造提升项目	与资产相关	计入当期损益	5.43	安徽省经济和信息化厅《2021 年制造强省建设、中国声谷、中小企业（民营经济）和工业互联网发展政策资金拟支持项目公示》、宣城经济技术开发区管理委员会财政局《证明》
6	优秀企业、先进企业“转型示范奖”	与收益相关	计入当期损益	5.00	松江区人民政府中山街道办事处《荣誉证书》
合计				385.19	-

（2）2021 年度

单位：万元

序号	项目	与资产相关/ 与收益相关	计入递延收益/ 计入当期损益	金额	依据文件
1	上市补助	与收益相关	计入当期损益	400.00	《支持长三角 G60 科创走廊策源地松江金融集聚区建设的实施办法》

序号	项目	与资产相关/ 与收益相关	计入递延收益/ 计入当期损益	金额	依据文件
2	中小企业发展专项资金扶持	与收益相关	计入当期损益	351.00	上海市松江区泖港镇财政所《关于中小企业财政扶持的情况说明》
3	税收补贴	与收益相关	计入当期损益	292.51	宣城经济技术开发区管理委员会财政局《证明》
4	数字化车间补助	与收益相关	计入当期损益	30.00	宣城经济技术开发区管理委员会财政局《证明》
5	中小企业改制上市培训项目补助	与收益相关	计入当期损益	25.00	上海市松江区泖港镇财政所《上海市中小企业发展专项资金管理办法》
6	机器换人补助	与收益相关	计入当期损益	15.20	宣城经济技术开发区管理委员会财政局《证明》
7	创建院士专家工作站补助	与收益相关	计入当期损益	15.00	《松江区院士专家工作站（院士专家服务中心）管理办法》（松科协〔2018〕4号）
8	专利专项资助	与收益相关	计入当期损益	10.00	《松江区专利工作试点和示范企业认定与管理办法》（松知局〔2018〕1号）
9	年销售收入奖励	与收益相关	计入当期损益	10.00	宣城经济技术开发区管理委员会财政局《证明》
10	职工职业培训补贴	与收益相关	计入当期损益	7.26	《关于企业职工职业培训补贴的情况说明》
11	锅炉改造补助	与资产相关	计入当期损益	5.88	《关于加快推进本市中小锅炉提标改造工作的实施意见》（沪府办规〔2018〕33号）、《宣城市生态环境保护专项资金使用管理办法（试行）》
12	疫情期间补贴	与收益相关	计入当期损益	5.00	《鼓励外地员工“留在经开区过大年”活动工作方案》（宣经防指〔2021〕1号）、宣城经济技术开发区管理委员会财政局《证明》
合计				1,166.85	-

（3）2020 年度

单位：万元

序号	项目	与资产相关/ 与收益相关	计入递延收益/ 计入当期损益	金额	依据文件
1	税收补贴	与收益相关	计入当期损益	180.95	宣城经济技术开发区管理委员会财政局《证明》
2	中小企业财政扶持资金	与收益相关	计入当期损益	98.00	上海市松江区泖港镇财政所《关于中小企业财政扶持的情况说明》《九亭镇企业财政

序号	项目	与资产相关/ 与收益相关	计入递延收益/ 计入当期损益	金额	依据文件
					扶持专项资金管理办法》（松九府〔2018〕20号）
3	数字化车间补助	与收益相关	计入当期损益	50.00	《2020年支持制造强省建设若干政策实施细则》（皖经信财务函〔2020〕603号）、安徽省经济和信息化厅《关于公布2020年安徽省智能工厂和数字化车间名单的通知》（皖经信装备函〔2020〕724号）
4	应对疫情影响稳定服务业发展专项补贴	与收益相关	计入当期损益	5.00	《松江区关于全力防控疫情支持G60科创走廊企业发展的若干政策措施》（沪松府〔2020〕22号）
合计				333.95	-

（4）2019年度

单位：万元

序号	项目	与资产相关/ 与收益相关	计入递延收益/ 计入当期损益	金额	依据文件
1	中小企业财政扶持资金	与收益相关	计入当期损益	126.00	上海市松江区泖港镇财政所《关于中小企业财政扶持的情况说明》
2	税收补贴	与收益相关	计入当期损益	109.83	宣城经济技术开发区管理委员会财政局《证明》
3	“专精特新”企业补贴	与收益相关	计入当期损益	70.00	《松江区“专精特新”中小企业发展专项支持实施细则》（沪松经〔2019〕76号）、《大力促进民营经济发展的若干意见实施细则》
4	企业技术中心专项补贴	与收益相关	计入当期损益	20.00	《松江区企业技术中心认定及管理办法》（沪松府规〔2019〕7号）
5	高档宠物食品生产线成套设备补助	与资产相关	计入当期损益	17.37	《关于“降低企业经营成本，促进企业做大做强”有关政策实施办法》（宣开管〔2016〕39号）、宣城经济技术开发区管理委员会财政局《证明》
6	职工职业培训补贴	与收益相关	计入当期损益	7.49	上海市松江区泖港镇财政所《证明》
7	2018年度高新技术培育补贴	与收益相关	计入当期损益	5.00	《宣城经济技术开发区关于促进经济高质量发展奖补政策》（宣开管〔2018〕137号）、宣城经济技术开发区管理委员会财政局《证明》

序号	项目	与资产相关/ 与收益相关	计入递延收益/ 计入当期损益	金额	依据文件
合计				355.69	-

2、投资收益分析

报告期内，公司投资收益构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
理财产品投资收益	-	-	1,331.15	832.36
处置长期股权投资产生的投资收益	-	-	-27.42	-
合计	-	-	1,303.72	832.36

2019 年至 2020 年，公司投资收益分别为 832.36 万元和 1,303.72 万元。公司投资收益主要系为提高资金使用效率，利用账面暂时性闲置资金购买短期银行理财产品所产生的收益。

2020 年，公司处置长期股权投资产生的投资收益主要系公司转让子公司思玛酷相关股权的投资损益。

3、公允价值变动收益分析

报告期内，公司公允价值变动收益构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
交易性金融负债	-	-426.74	-2,603.11	-1,843.78
合计	-	-426.74	-2,603.11	-1,843.78

2019 年至 2021 年，公司交易性金融负债的公允价值变动收益金额分别为 -1,843.78 万元、-2,603.11 万元和 -426.74 万元，主要系公司将负有潜在回购义务的增资款确认为交易性金融负债，并按照相关回购条款约定在各期末确认其公允价值变动收益。2021 年 3 月，公司与相关股东解除了对赌协议。

4、信用减值损失分析

报告期内，公司信用减值损失如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
应收账款信用减值损失	-92.94	-5.53	25.76	-28.48
其他应收款信用减值损失	0.24	4.60	-4.85	-1.99
合计	-92.70	-0.93	20.90	-30.47

报告期内，公司信用减值损失分别为-30.47万元、20.90万元、-0.93万元和-92.70万元，由坏账损失构成。

公司资产减值准备计提政策稳健、合理，公司已足额计提了各项资产的减值准备。报告期内，公司资产减值损失金额较低，对经营业绩的影响较小。

5、资产处置收益分析

报告期内，公司资产处置收益分别为-21.15万元、0.00万元、0.00万元和1.22万元，主要系处置固定资产产生的收益，金额较小。

6、营业外收入与支出

（1）营业外收入

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
与日常活动无关的政府补助	10.00	-	20.00	20.00
其他	17.70	48.05	46.72	8.58
合计	27.70	48.05	66.72	28.58

报告期内，公司营业外收入主要为除计入其他收益、递延收益外的政府补助，其他营业外收入主要系设备质量赔款收入等。

报告期内，公司计入营业外收入的主要政府补助（5万元以上）情况如下：

①2022年1-6月

单位：万元

序号	项目	与资产相关/ 与收益 相关	计入递延收益/ 计入当期 损益	金额	依据文件
1	领军企业奖	与收益相关	计入当期损益	10.00	上海市松江区泖港镇财政所《情况说明》

②2020 年度

单位：万元

序号	项目	与资产相关/ 与收益 相关	计入递延收益/ 计入当期损益	金额	依据文件
1	宣城开发区年度税收贡献前十强奖励	与收益相关	计入当期损益	20.00	《宣城经济技术开发区关于促进经济高质量发展的实施办法》（宣开管〔2019〕182 号）、宣城经济技术开发区管理委员会财政局《证明》

③2019 年度

单位：万元

序号	项目	与资产相关/ 与收益相关	计入递延收益/ 计入当期损益	金额	依据文件
1	宣城开发区年度税收贡献前十强奖励	与收益相关	计入当期损益	20.00	《宣城经济技术开发区关于促进经济高质量发展奖补政策》（宣开管〔2018〕137 号）、宣城经济技术开发区管理委员会财政局《证明》

(2) 营业外支出

报告期内，公司营业外支出分别为 3.58 万元、30.38 万元、21.84 万元和 12.78 万元，主要为非流动资产报废损失、对外捐赠等，营业外支出金额较低，占利润总额的比例分别为 0.04%、0.17%、0.08%和 0.11%，对公司盈利能力的影响较小。2020 年，公司营业外支出金额增幅较大，主要系新冠疫情期间向上海市儿童基金会捐赠 20.00 万元。

7、净利润分析

报告期内，公司净利润及变动情况具体如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
净利润	9,576.31	-4.15%	22,356.46	59.88%	13,983.52	111.98%	6,596.66
归属于母公司股东的净利润	9,487.22	-4.21%	22,135.82	59.86%	13,846.94	112.08%	6,529.10
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	9,136.52	-9.77%	21,584.94	41.28%	15,277.85	105.12%	7,448.15

注：2022 年 1-6 月净利润变动率系同比变动数据。

2019 年-2021 年，公司实现净利润分别为 6,596.66 万元、13,983.52 万元和 22,356.46 万元，归属于母公司股东的净利润分别为 6,529.10 万元、13,846.94 万元和 22,135.82 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 7,448.15 万元、15,277.85 万元和 21,584.94 万元，随着国内宠物食品行业的快速发展、公司销售规模的不断提升以及公司自身竞争能力的不断增强，公司净利润保持持续增长，经营规模和盈利能力不断提升。

2022 年 1-6 月，公司实现净利润、归属于母公司股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 9,576.31 万元、9,487.22 万元和 9,136.52 万元，2021 年 1-6 月同期分别为 9,991.12 万元、9,903.78 万元和 10,125.31 万元，同比变动比例为-4.15%、-4.21%和-9.77%。受主要原材料价格上涨、福智工厂新增折旧摊销及销售推广投入增长等因素影响，公司净利润水平较去年同期略有下降，具体分析参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“八、经营成果分析”之“（三）毛利率分析、（四）期间费用分析”，该等因素对公司的影响相对有限，不会对公司生产经营产生重大不利影响。

（六）非经常性损益分析

1、非经常性损益

报告期内公司的非经常性损益明细内容、金额等情况参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“五、非经常性损益”。

2、政府补助

报告期内，公司政府补助情况参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“八、经营成果分析”之“（五）其他利润表科目分析”。

（七）税项情况

报告期内，公司主要税种为增值税及企业所得税。报告期内，发行人增值税纳税情况如下所示：

单位：万元

期间	年初未交数	本期应交数	本期已交数	出售子公司 转出	期末未交数
2022 年 1-6 月	440.97	1,271.88	1,230.34	-	482.51

期间	年初未交数	本期应交数	本期已交数	出售子公司 转出	期末未交数
2021 年度	0.92	2,659.74	2,219.68	-	440.97
2020 年度	78.42	1,382.64	1,456.49	3.65	0.92
2019 年度	42.13	995.73	959.44	-	78.42

报告期内，发行人企业所得税纳税情况如下所示：

单位：万元

期间	年初未交数	本期应交数	本期已交数	期末未交数
2022 年 1-6 月	2,249.69	2,231.83	2,862.40	1,619.11
2021 年度	1,832.84	5,493.90	5,077.05	2,249.69
2020 年度	842.98	3,900.96	2,911.10	1,832.84
2019 年度	-15.46	1,968.70	1,110.26	842.98

报告期内，公司遵守国家及地方的税收法律、法规，依法缴纳各种税金，执行的税种、税率均符合相关税收法律、法规的规定。2019 年-2021 年，随着公司经营规模的扩大，公司缴纳的增值税、企业所得税规模有所增加。

九、资产质量分析

（一）资产结构分析以及变动概况

报告期各期末，公司各类资产金额及占总资产的比例如下：

单位：万元

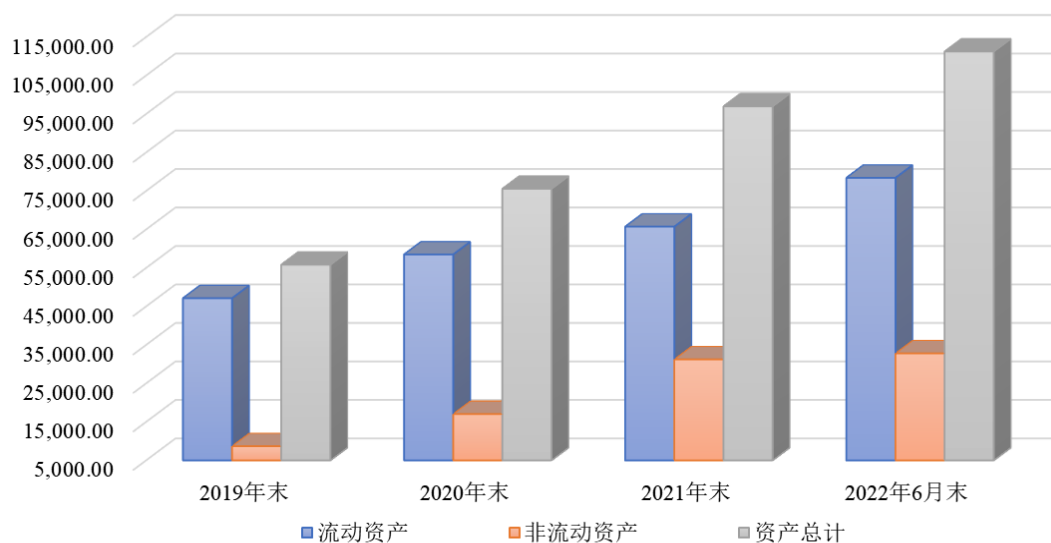
项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	65,479.90	58.87%	52,996.30	54.64%	51,669.10	68.38%	10,689.33	19.14%
交易性金融资产	-	-	-	-	-	-	31,400.00	56.23%
应收账款	2,062.53	1.85%	296.74	0.31%	191.73	0.25%	721.53	1.29%
预付款项	460.23	0.41%	623.95	0.64%	327.24	0.43%	342.29	0.61%
其他应收款	105.15	0.09%	110.30	0.11%	162.62	0.22%	125.60	0.22%
存货	9,410.62	8.46%	9,660.22	9.96%	5,859.00	7.75%	3,819.28	6.84%
其他流动资产	901.42	0.81%	2,051.76	2.12%	299.84	0.40%	49.86	0.09%
流动资产合计	78,419.85	70.50%	65,739.28	67.78%	58,509.53	77.43%	47,147.88	84.44%
固定资产	21,859.52	19.65%	20,082.53	20.71%	3,364.53	4.45%	2,084.34	3.73%
在建工程	2,372.81	2.13%	2,419.93	2.50%	8,223.97	10.88%	2,518.76	4.51%

项目	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
使用权资产	531.82	0.48%	729.63	0.75%	-	-	-	-
无形资产	7,357.16	6.61%	7,525.11	7.76%	3,676.51	4.87%	3,846.48	6.89%
长期待摊费用	535.33	0.48%	200.85	0.21%	20.52	0.03%	27.60	0.05%
递延所得税资产	147.54	0.13%	161.10	0.17%	84.26	0.11%	54.18	0.10%
其他非流动资产	10.66	0.01%	130.89	0.13%	1,686.67	2.23%	160.00	0.29%
非流动资产合计	32,814.85	29.50%	31,250.06	32.22%	17,056.45	22.57%	8,691.36	15.56%
资产总计	111,234.70	100.00%	96,989.33	100.00%	75,565.98	100.00%	55,839.24	100.00%

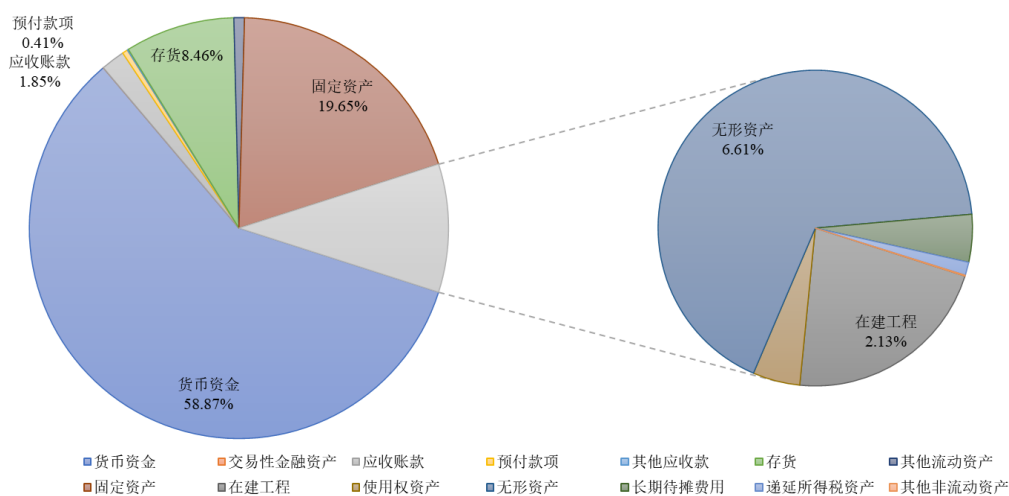
报告期各期末，公司资产总额分别为 55,839.24 万元、75,565.98 万元、96,989.33 万元及 111,234.70 万元。公司资产主要由货币资金、交易性金融资产、存货、与生产经营相关的房屋建筑及机器设备等固定资产、在建工程、无形资产等构成。

报告期各期末，公司主要资产构成及变动情况如下图所示：

单位：万元



截至 2022 年 6 月 30 日，公司资产的构成情况如下图所示：



（二）各项主要资产分析

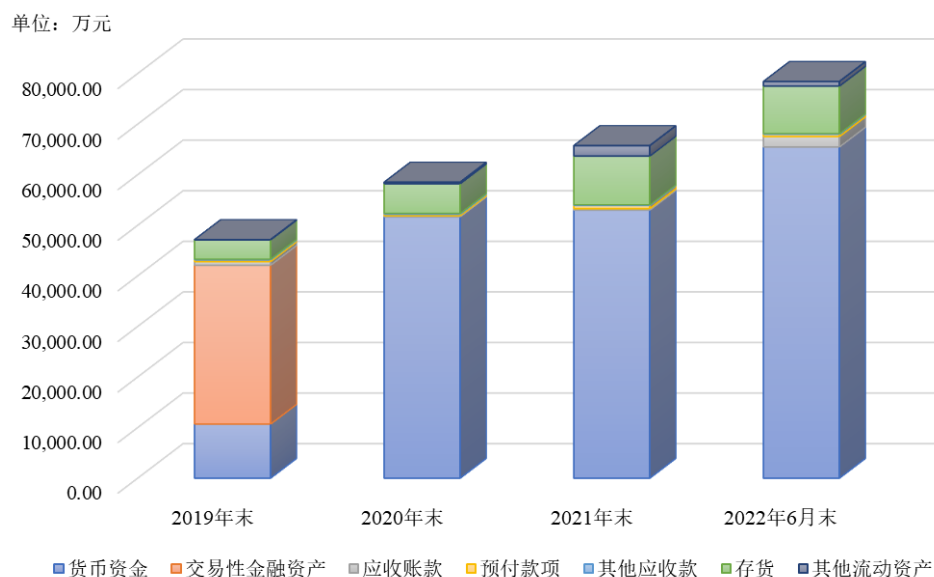
1、流动资产的构成及变化分析

报告期各期末，公司的流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	65,479.90	83.50%	52,996.30	80.62%	51,669.10	88.31%	10,689.33	22.67%
交易性金融资产	-	-	-	-	-	-	31,400.00	66.60%
应收账款	2,062.53	2.63%	296.74	0.45%	191.73	0.33%	721.53	1.53%
预付款项	460.23	0.59%	623.95	0.95%	327.24	0.56%	342.29	0.73%
其他应收款	105.15	0.13%	110.30	0.17%	162.62	0.28%	125.60	0.27%
存货	9,410.62	12.00%	9,660.22	14.69%	5,859.00	10.01%	3,819.28	8.10%
其他流动资产	901.42	1.15%	2,051.76	3.12%	299.84	0.51%	49.86	0.11%
流动资产合计	78,419.85	100.00%	65,739.28	100.00%	58,509.53	100.00%	47,147.88	100.00%

报告期各期末，公司流动资产构成如下图所示：



报告期各期末，流动资产主要项目的变动情况如下：

（1）货币资金

公司货币资金主要为银行存款、其他货币资金等。报告期各期末，公司货币资金的构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
现金	-	-	-	1.70
银行存款	64,854.23	52,550.61	51,596.28	10,600.81
其他货币资金	625.67	445.69	72.83	86.82
合计	65,479.90	52,996.30	51,669.10	10,689.33
因抵押、质押或冻结等对使用有限制的款项总额	8,573.56	364.56	-	-

2019年末、2020年末，公司银行存款、库存现金均不存在受限情况，其他货币资金系因电商业务而留存于支付宝、京东钱包等网络运营平台电子钱包账户的资金，公司可随时提现，不存在受限情形。

2021年末，公司部分其他货币资金存在受限情况，系土地出让价款对应的履约保证金364.56万元。2021年10月，公司与上海市松江区规划和自然资源局签订土地出让合同，并根据土地出让合同的约定支付了相当于土地出让金20%

的履约保证金。

2022 年 6 月末，公司部分货币资金存在受限情况，系：①因上海地区疫情管控，公司 2022 年 6 月末未能及时更新银行账户过期证件，引致该账户 8,086.67 万元活期银行存款受限。2022 年 7 月，公司更新银行账户证件后，该银行账户存款即解除受限；②土地出让价款对应的履约保证金 365.09 万元（含利息 0.53 万元）以及“宣城科技园实验基地项目”建设施工的履约保证金 121.80 万元。

除此之外，公司货币资金不存在质押、冻结等使用受限情况。

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 10,689.33 万元、51,669.10 万元、52,996.30 万元和 65,479.90 万元，有所增长，主要系：①公司为提高资金使用效益而使用部分自有资金购买银行理财产品，引致 2019 年末公司部分资金列示于“交易性金融资产”科目；②公司报告期内经营规模稳步增长，经营活动产生的现金净流入情况良好，因此公司 2019 年至 2022 年 6 月货币资金期末余额持续增长。

报告期各期末，公司资金分布情况如下：

单位：万元

科目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
货币资金	65,479.90	52,996.30	51,669.10	10,689.33
交易性金融资产-理财产品	-	-	-	31,400.00
模拟测算货币资金总额	65,479.90	52,996.30	51,669.10	42,089.33

报告期末，公司货币资金余额相对较高，随着公司上海地区、宣城地区新建厂房、实验基地的逐步建设以及后续购置各类设备，公司资本性支出需求较高。

（2）交易性金融资产

报告期各期末，公司交易性金融资产的基本情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	31,400.00
其中：银行理财产品	-	-	-	31,400.00
合计	-	-	-	31,400.00

报告期内，公司交易性金融资产主要系公司为提高资金使用效益而使用自有资金购买的银行理财产品。2020 年末、2021 年末及 2022 年 6 月末，公司购买的银行理财产品均已到期并赎回，故交易性金融资产科目余额为零。

公司购买的银行理财产品具有期限短、风险低等特点，不存在较大减值或其他风险。

根据《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号-非经常性损益（2008）》，并基于谨慎性考虑，公司将购买银行理财产品取得的投资收益计入非经常性损益。

（3）应收账款

报告期各期末，公司应收账款的账面余额分别为 759.50 万元、201.82 万元、312.36 万元及 2,171.09 万元，应收账款净额分别为 721.53 万元、191.73 万元、296.74 万元及 2,062.53 万元。

①应收账款期末余额及占营业收入比例的情况

报告期各期末，公司应收账款账面余额及占营业收入比例的情况如下：

项目	2022 年 6 月 30 日/ 2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/ 2021 年度	2020 年 12 月 31 日/ 2020 年度	2019 年 12 月 31 日/ 2019 年度
应收账款余额（万元）	2,171.09	312.36	201.82	759.50
营业收入（万元）	52,490.17	97,837.02	66,407.27	40,495.91
应收账款余额占比	2.07%	0.32%	0.30%	1.88%

注：2022 年 6 月 30 日应收账款余额占比已年化处理。

报告期各期末，公司应收账款余额及占当期营业收入的比重均相对较小。

报告期内，公司对于大部分 ODM/OEM 客户以及线下经销客户采取“先款后货”的结算模式，因此应收账款总体金额较小。公司对主要客户信用政策执行情况良好，公司销售回款情况良好，公司应收账款期末账面余额占当期营业收入比例较小。

报告期内，公司各销售模式下的结算及信用政策情况如下：

ODM/OEM 模式：公司对于大部分 ODM/OEM 客户采取“先款后货”的结算模式，仅给予部分综合实力较强的 ODM/OEM 客户一定信用账期。

经销模式：公司对大部分经销商采取“先款后货”的结算模式，仅给予部分线上经销商一定的信用账期。

线上 B2C 模式：公司通过第三方电商平台将产品直接销售给终端消费者，消费者确认收货（点击确认收货或系统默认收货）后，公司店铺钱包将自动收到相应货款。

电商平台入仓模式：报告期内，公司与京东、考拉海购等电商平台的合作属于电商平台入仓模式，公司与该等电商平台定期结算货款。

其他模式：公司其他销售模式主要包括直接面向宠物门店等零售终端的销售、工厂直销以及线上分销等，其他模式下结算模式主要为先款后货。

2019 年末，公司应收账款金额相对较大，主要系：①公司与网易严选合作的犬粮、猫粮市场口碑的不断提升，网易严选对公司采购规模持续增长，引致 2019 年末公司对网易严选应收账款有所增加；②随着网络消费习惯的兴起，为加强公司电商渠道的开拓，公司给予线上经销客户一定的信用账期，线上经销商如海际（重庆）信息技术有限公司期末应收账款余额有所增加。2020 年末，公司应收账款余额较小，期后回款情况良好。2021 年末，公司应收账款较 2020 年末略有增加，主要系公司对麦和（广州）实业有限公司的应收账款有所增加，该等客户的应收账款在期后均已收回。2022 年 6 月末，公司应收账款规模有所增加，主要系：①网易严选对公司的采购规模有所增加，特别是受 6 月“618”等电商购物节影响，网易严选 5 月-6 月采购规模相对较大，引致 2022 年 6 月末应收账款金额相对较大；②电商平台等客户系收到发票后进行结算、支付货款，受上海地区疫情影响，发票等单据未能及时寄送、流转，引致电商平台客户等应收账款金额有所增加。

②应收账款账龄结构

报告期各期末，公司应收账款账龄分布情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 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	2,171.09	100.00%	312.36	100.00%	201.82	100.00%	759.50	100.00%

报告期各期末，公司应收账款均为 1 年以内的应收款项，公司应收账款的质量较高。

③应收账款前五名情况

报告期各期末，公司应收账款前五名客户的应收账款余额合计分别为 636.17 万元、191.75 万元、307.02 万元和 1,959.21 万元，占账面余额的比例分别为 83.76%、95.01%、98.29%和 90.24%，报告期各期末，公司应收账款余额前五名客户情况具体如下：

单位：万元

时间	客户名称	应收账款余额	占比
2022年 6月30日	杭州网易严选贸易有限公司	1,392.99	64.16%
	深圳市豆柴宠物用品有限公司	216.54	9.97%
	北京京东世纪贸易有限公司	158.17	7.29%
	上海盒马物联网有限公司	103.78	4.78%
	上海晟达元信息技术有限公司	87.74	4.04%
	合计	1,959.21	90.24%
2021年 12月31日	麦和（广州）实业有限公司	200.69	64.25%
	杭州优买科技有限公司	41.89	13.41%
	上海晟达元信息技术有限公司	32.33	10.35%
	蛋壳宠物用品（上海）有限公司	25.34	8.11%
	三只松鼠（无为）有限责任公司	6.77	2.17%
	合计	307.02	98.29%
2020年 12月31日	麦和（广州）实业有限公司	129.16	64.00%
	上海晟达元信息技术有限公司	30.07	14.90%
	中源宠物食品有限公司	20.45	10.14%
	杭州优买科技有限公司	9.18	4.55%
	上海佳良犬业有限公司	2.90	1.43%
	合计	191.75	95.01%
2019年 12月31日	杭州网易严选贸易有限公司	356.64	46.96%
	艾斯克（南京）生物科技有限公司	92.51	12.18%
	海际（重庆）信息技术有限公司	72.83	9.59%
	麦和（广州）实业有限公司	71.14	9.37%
	杭州优买科技有限公司	43.06	5.67%

时间	客户名称	应收账款余额	占比
	合计	636.17	83.76%

公司应收账款的主要对象为综合实力较强的 ODM/OEM 客户、电商平台（如杭州优买科技有限公司、上海晟达元信息技术有限公司、北京京东世纪贸易有限公司）以及线上经销客户，期后回款良好。

④应收账款余额前五大客户与赊销规模前五大客户匹配性分析

报告期各期末，公司应收账款余额前五大客户与赊销规模前五大客户情况如下：

1) 2022 年 6 月末/2022 年 1-6 月

单位：万元

应收账款余额前五大客户			赊销规模前五大客户		
客户名称	客户类型	应收账款余额	客户名称	客户类型	销售金额
杭州网易严选贸易有限公司	ODM	1,392.99	杭州网易严选贸易有限公司	ODM	9,821.87
深圳市豆柴宠物用品有限公司	ODM	216.54	上海宠幸宠物用品有限公司	ODM	3,401.14
北京京东世纪贸易有限公司	电商平台	158.17	深圳市豆柴宠物用品有限公司	ODM	3,111.49
上海盒马物联网有限公司	ODM	103.78	麦和（广州）实业有限公司	ODM	871.93
上海晟达元信息技术有限公司	电商平台	87.74	上海晟达元信息技术有限公司	电商平台	658.50

注：赊销规模前五大客户为当期存在信用账期的客户中销售金额前五名。

2022 年 6 月末，公司应收账款前五名中的杭州网易严选贸易有限公司、深圳市豆柴宠物用品有限公司和上海晟达元信息技术有限公司亦为当期赊销规模前五大客户。

北京京东世纪贸易有限公司、上海盒马物联网有限公司存在一定应收账款，金额较小，该等客户为电商平台客户或新开拓的 ODM 客户，公司与其约定了一定的信用账期。

上海宠幸宠物用品有限公司、麦和（广州）实业有限公司为当期赊销规模前五大客户，该客户于 6 月末结清当月货款，故无应收账款。

2) 2021 年末/2021 年

单位：万元

应收账款余额前五大客户			赊销规模前五大客户		
客户名称	客户类型	应收账款余额	客户名称	客户类型	销售金额
麦和（广州）实业有限公司	ODM	200.69	杭州网易严选贸易有限公司	ODM	15,087.44
杭州优买科技有限公司	电商平台	41.89	上海宠幸宠物用品有限公司	ODM	12,426.96
上海晟达元信息技术有限公司	电商平台	32.33	麦和（广州）实业有限公司	ODM	1,882.47
蛋壳宠物用品（上海）有限公司	ODM	25.34	上海晟达元信息技术有限公司	电商平台	1,499.90
三只松鼠（无为）有限责任公司	ODM	6.77	上海哈宠实业有限公司	线上经销商	688.90

注：赊销规模前五大客户为当期存在信用账期的客户中销售金额前五名。

2021 年末，公司应收账款前五名中的麦和（广州）实业有限公司、上海晟达元信息技术有限公司亦为当期赊销规模前五大客户。

杭州优买科技有限公司、蛋壳宠物用品（上海）有限公司和三只松鼠（无为）有限责任公司存在一定应收账款，金额较小，该等客户为电商平台及 ODM 客户，且公司与其约定了一定的信用账期。

杭州网易严选贸易有限公司当期采购金额较大，但无相应应收账款，主要系该客户在下单时预付比例较高，且该客户后续订单较多，后续订单预付款项大于其应收账款，以净额列示形成预收款项，故无应收账款。上海宠幸宠物用品有限公司为当期赊销规模前五大客户，该客户于 12 月末结清当月货款，故无应收账款。

3) 2020 年末/2020 年

单位：万元

应收账款余额前五大客户			赊销规模前五大客户		
客户名称	客户类型	应收账款余额	客户名称	客户类型	销售金额
麦和（广州）实业有限公司	ODM	129.16	杭州网易严选贸易有限公司	ODM	9,845.23
上海晟达元信息技术有限公司	电商平台	30.07	麦和（广州）实业有限公司	ODM	2,248.47
中源宠物食品有限公司	ODM	20.45	上海晟达元信息技术有限公司	电商平台	1,478.55
杭州优买科技有限公司	电商平台	9.18	上海哈宠实业有限公司	线上经销商	356.73

应收账款余额前五大客户			赊销规模前五大客户		
客户名称	客户类型	应收账款余额	客户名称	客户类型	销售金额
上海佳良犬业有限公司	ODM	2.90	上海丰永商贸有限公司	线上经销商	336.10

注：赊销规模前五大客户为当期存在信用账期的客户中销售金额前五名。

2020 年末，公司应收账款前五名中的麦和（广州）实业有限公司、上海晟达元信息技术有限公司亦为当期赊销规模前五大客户。

中源宠物食品有限公司、上海佳良犬业有限公司为公司 ODM 客户，该等客户期末存在一定的采购且公司与其约定信用账期，故存在一定的应收账款，金额较小。杭州优买科技有限公司为考拉海购电商平台的结算公司，其按自然月结算，并于次月付款，故存在一定的应收账款，金额较小。

杭州网易严选贸易有限公司当期采购金额较大，但无相应应收账款，主要系该客户在下单时预付比例较高，且该客户后续订单较多，后续订单预付款项大于其应收账款，差额部分形成预收款项，故无应收账款。上海哈宠实业有限公司、上海丰永商贸有限公司为公司线上经销商，公司给予其一定的信用额度，次月结清上月授信额度，由于信用额度较小，且其采购规模相对较大，该等客户为了保证发货的及时性，及时结算货款，故期末无应收账款。

4) 2019 年末/2019 年

单位：万元

应收账款余额前五大客户			赊销规模前五大客户		
客户名称	客户类型	应收账款余额	客户名称	客户类型	销售金额
杭州网易严选贸易有限公司	ODM	356.64	杭州网易严选贸易有限公司	ODM	3,264.78
艾斯克（南京）生物科技有限公司	ODM	92.51	麦和（广州）实业有限公司	ODM	1,194.44
海际（重庆）信息技术有限公司	线上经销商	72.83	上海晟达元信息技术有限公司	电商平台	1,172.29
麦和（广州）实业有限公司	ODM	71.14	海际（重庆）信息技术有限公司	线上经销商	438.07
杭州优买科技有限公司	电商平台	43.06	杭州优买科技有限公司	电商平台	208.37

注：赊销规模前五大客户为当期存在信用账期的客户中销售金额前五名。

2019 年末，公司应收账款前五名中的杭州网易严选贸易有限公司、海际（重庆）信息技术有限公司、麦和（广州）实业有限公司、杭州优买科技有限公司亦

为当期赊销规模前五大客户，匹配性较高。

艾斯克（南京）生物科技有限公司为公司 ODM 客户，信用政策为先款后货，该客户于年底下单且因资金安排及付款审批等原因未及时打款，故形成一定的应收账款，该等账款于次年年初收回。

综上，报告期各期末，公司应收账款规模总体较小，占营业收入比例较低，受赊销客户期末预付货款金额、期末采购金额及个别“先款后货”客户未及时打款等因素影响，报告期各期末，公司应收账款余额前五大客户与赊销规模前五大客户存在一定差异，具有合理性。

⑤与同行业比较情况

同行业公司应收账款账面余额占营业收入比例的情况如下：

公司简称	2022 年 6 月 30 日/ 2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/ 2021 年度	2020 年 12 月 31 日/ 2020 年度	2019 年 12 月 31 日/ 2019 年度
乖宝宠物	6.58%	7.39%	5.40%	8.71%
中宠股份	13.76%	12.62%	12.93%	14.35%
佩蒂股份	26.74%	16.68%	17.69%	19.96%
福贝宠物	2.07%	0.32%	0.30%	1.88%

注 1：上表中数据根据各公司定期报告或招股说明书等计算。

注 2：2022 年 6 月 30 日应收账款余额占比已年化处理。

报告期内，公司应收账款账面余额占当期营业收入的比例低于同行业可比公司中宠股份、佩蒂股份和乖宝宠物，公司应收账款回款情况良好。

同行业可比公司中宠股份、佩蒂股份营业收入主要来自境外且其客户主要为境外 ODM/OEM 客户，中宠股份、佩蒂股份给予该等客户一定的信用账期。乖宝宠物应收账款主要来自于沃尔玛等国外 OEM/ODM 客户、京东自营及线上经销商等，乖宝宠物对于上述客户给予一定的信用期。公司营业收入均来自境内，公司对客户主要采取“先款后货”的结算模式。客户结构以及信用政策差异致使公司较同行业可比公司相比应收账款占当期营业收入比例较小。

⑥应收账款坏账准备情况

报告期内，公司应收账款坏账准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2022年6月 30日	2021年12月 31日	2020年12月 31日	2019年12月 31日
应收账款余额	2,171.09	312.36	201.82	759.50
坏账准备	108.55	15.62	10.09	37.98
应收账款净额	2,062.53	296.74	191.73	721.53
坏账准备占比	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%

报告期各期末，公司应收账款账面净额分别为 721.53 万元、191.73 万元、296.74 万元及 2,062.53 万元，占各期末流动资产的比例分别为 1.53%、0.33%、0.45%及 2.63%。

报告期内，公司已严格按照应收账款坏账准备计提政策计提减值准备。应收账款预期信用损失的确定方法参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“四、主要会计政策和会计估计”之“（九）预期信用损失的确定方法及会计处理方法”。

公司与同行业可比公司的坏账准备计提比例对比情况如下表所示：

账龄组合构建情况	乖宝宠物	中宠股份	佩蒂股份	福贝宠物
1 年以内	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%
1-2 年	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%
2-3 年	20.00%	20.00%	20.00%	30.00%
3-4 年	50.00%	50.00%	50.00%	100.00%
4-5 年	50.00%	50.00%	100.00%	
5 年以上	100.00%	100.00%	100.00%	

报告期内，公司制定了较为谨慎的应收账款坏账准备计提政策。

⑦应收账款逾期情况及期后回款情况

报告期各期末，公司应收账款逾期情况及期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2022年6月 30日	2021年12月 31日	2020年12月 31日	2019年12月 31日
应收账款余额	2,171.09	312.36	201.82	759.50
其中：逾期金额	67.69	-	-	188.70
期后一个月回款金额	1,617.85	261.57	195.84	714.67

项目	2022年6月 30日	2021年12月 31日	2020年12月 31日	2019年12月 31日
期后一个月回款比例	74.52%	83.74%	97.04%	94.10%
期后一季度回款金额	2,168.65	312.36	201.82	757.58
期后一季度回款比例	99.89%	100.00%	100.00%	99.75%

2019年末，公司存在少量逾期应收账款，应收账款逾期金额较小，主要原因系个别ODM客户因年末节假日未及时打款、客户资金安排及付款审批时间较长等因素。2022年6月末，公司存在少量逾期应收账款，主要系受疫情影响发票等单据未能及时流转、个别客户资金周转安排等原因，逾期金额较小。公司与主要客户合作良好，该等客户往往逾期时间较短，应收账款不存在重大的收回风险。公司应收账款规模较小，大部分应收账款于期后一个月收回，期后回款良好，不存在具有重大信用风险、经营风险的客户。

（4）预付款项

报告期各期末，公司预付款项具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	账面 余额	比例	账面 余额	比例	账面 余额	比例	账面 余额	比例
1年以内	460.23	100.00%	623.95	100.00%	327.24	100.00%	342.29	100.00%
合计	460.23	100.00%	623.95	100.00%	327.24	100.00%	342.29	100.00%

报告期各期末，公司预付款项分别为342.29万元、327.24万元、623.95万元和460.23万元，占流动资产的比例分别为0.73%、0.56%、0.95%和0.59%，公司预付款项余额及占比均较小。公司预付款项主要为预付供应商款项、展会费用及线上平台推广费用等。

（5）其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为125.60万元、162.62万元、110.30万元和105.15万元，占流动资产的比例分别为0.27%、0.28%、0.17%和0.13%，其他应收款余额规模相对较小，主要系公司保证金、职工备用金等。

①其他应收款明细

报告期各期末，公司其他应收款明细如下：

单位：万元

款项性质	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
保证金	103.83	110.98	165.95	117.22
备用金	2.27	-	-	8.93
其他	2.27	2.79	1.73	3.13
减：坏账准备	3.23	3.47	5.07	3.67
合计	105.15	110.30	162.62	125.60

②其他应收款账龄分布情况

报告期各期末，公司其他应收款账龄分布情况如下：

单位：万元

项目	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
1年以内	35.52	32.78%	75.99	66.79%	97.70	58.27%	113.82	88.05%
1至2年	42.47	39.19%	7.79	6.85%	62.76	37.43%	6.23	4.82%
2至3年	10.74	9.91%	25.77	22.66%	1.20	0.72%	0.22	0.17%
3年以上	19.64	18.13%	4.22	3.71%	6.02	3.58%	9.00	6.96%
合计	108.38	100.00%	113.77	100.00%	167.68	100.00%	129.27	100.00%

③其他应收款前五名情况

报告期各期末，公司其他应收款余额前五名情况具体如下：

单位：万元

时间	单位名称	款项性质	期末余额	占比	坏账准备余额
2022年6月30日	上海兆力电炉设备有限公司	保证金	20.00	18.45%	0.60
	支付宝（中国）网络技术有限公司	保证金	15.00	13.84%	0.45
	上海中超物流有限公司	保证金	12.94	11.94%	0.39
	宣城开盛资产运营有限公司	保证金	11.75	10.84%	0.35
	北京京东世纪贸易有限公司	保证金	8.00	7.38%	0.24
	合计	-	67.69	62.45%	2.03
2021年12月31日	上海兆力电炉设备有限公司	保证金	20.00	17.58%	0.60
	支付宝（中国）网络技术有限公司	保证金	15.10	13.27%	0.45
	上海中超物流有限公司	保证金	12.94	11.37%	0.39
	阿里巴巴（上海）有限公司	保证金	12.00	10.55%	0.36

时间	单位名称	款项性质	期末余额	占比	坏账准备余额
	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	保证金	8.50	7.47%	0.26
	合计	-	68.54	60.24%	2.06
2020年 12月31日	宣城经济技术开发区管理委员会 财政局	保证金	85.00	50.69%	2.55
	上海禾力贸易中心	保证金	20.00	11.93%	0.60
	支付宝（中国）网络技术有限公司	保证金	15.10	9.01%	0.45
	阿里巴巴（上海）有限公司	保证金	12.00	7.16%	0.36
	有品信息科技有限公司	保证金	9.98	5.95%	0.30
	合计	-	142.08	84.74%	4.26
2019年 12月31日	支付宝（中国）网络技术有限公司	保证金	35.00	27.07%	1.05
	上海禾力贸易中心	保证金	20.00	15.47%	0.6
	阿里巴巴（上海）有限公司	保证金	12.00	9.28%	0.36
	北京京东世纪贸易有限公司	保证金	12.00	9.28%	0.36
	浙江天猫网络科技有限公司	保证金	10.00	7.74%	0.3
	合计	-	89.00	68.85%	2.67

（6）存货

①存货总体情况及变动分析

报告期各期末，公司存货的具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年6月30日			2021年12月31日			2020年12月31日			2019年12月31日		
	账面余额	比例	跌价准备	账面余额	比例	跌价准备	账面余额	比例	跌价准备	账面余额	比例	跌价准备
原材料	4,868.18	51.73%	-	4,790.51	49.59%	-	1,911.04	32.62%	-	1,538.91	40.29%	-
库存商品	2,576.62	27.38%	-	2,968.57	30.73%	-	2,640.14	45.06%	-	1,198.50	31.38%	-
委托加工物资	1,000.50	10.63%	-	1,205.01	12.47%	-	833.71	14.23%	-	487.43	12.76%	-
包装物	511.71	5.44%	-	497.10	5.15%	-	347.55	5.93%	-	326.32	8.54%	-
发出商品	453.62	4.82%	-	199.03	2.06%	-	126.57	2.16%	-	268.14	7.02%	-
合计	9,410.62	100.00%	-	9,660.22	100.00%	-	5,859.00	100.00%	-	3,819.28	100.00%	-

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 3,819.28 万元、5,859.00 万元、9,660.22 万元和 9,410.62 万元，随着公司经营规模扩大，公司结合市场需求和订单情况，存货规模总体有所增加。

报告期各期末，公司存货经测试不存在可变现净值小于账面价值的情形，因此未计提跌价准备。

公司存货主要由原材料、库存商品、委托加工物资等构成，报告期各期末，原材料、库存商品、委托加工物资合计占比为 84.44%、91.91%、92.79%和 89.74%。公司主要存货的变动分析如下：

1) 原材料变动分析

报告期各期末，公司原材料余额分别为 1,538.91 万元、1,911.04 万元、4,790.51 万元和 4,868.18 万元，占存货比例分别为 40.29%、32.62%、49.59%和 51.73%，公司生产所需的原材料种类较多，主要包括鸡肉粉、鸡油、鱼粉、大豆分离蛋白、玉米、小麦等原材料。报告期各期末，公司原材料余额随着业务规模的增长而增长。此外，公司综合考虑主要原材料的市场价格波动情况，适时增加原材料的储备量，以降低原材料采购成本。

2021 年以来，主要原材料价格上涨幅度较大，同时，上海福智工厂于下半年投入使用，公司整体生产规模进一步提升。基于原材料价格、业务规模增长等因素影响，公司 2021 年末加大了生产备货规模，引致原材料余额增长较快。2022 年 6 月末，公司原材料余额相对稳定。

2) 库存商品变动分析

报告期各期末，公司库存商品余额分别为 1,198.50 万元、2,640.14 万元、2,968.57 万元及 2,576.62 万元，占存货比例分别为 31.38%、45.06%、30.73%和 27.38%。2019 年末至 2021 年末，公司库存商品余额随着业务规模的增长而增长，占当期营业收入比例分别为 2.96%、3.98%和 3.03%，整体占比较小。

2020 年末较 2019 年末，公司库存商品余额增幅较大，主要系：基于对新冠疫情潜在的影响以及春节前下游客户需求旺盛，公司 ODM/OEM 客户采购订单有所增加，同时公司自主品牌业务根据自身销售需要增加备货。2020 年末、2021 年末及 2022 年 6 月末，公司库存商品余额基本相当。

公司库存商品余额总体随着业务规模的增长而增长，期末库存商品在期后销售情况良好，库存商品有所增长具有合理性，符合公司实际经营情况。

3) 委托加工物资变动分析

报告期各期末，公司委托加工物资余额分别为 487.43 万元、833.71 万元、1,205.01 万元及 1,000.50 万元，占存货比例分别为 12.76%、14.23%、12.47%和 10.63%。外协加工模式下，外协厂商生产所需的原材料均由公司提供，报告期各期末，公司根据自有产能利用情况及委外生产计划，调整存放在委外供应商处的存货，引致公司委托加工物资期末余额有所波动。

②存货库龄情况

1) 各类存货库龄分布情况

报告期各期末，公司各类存货库龄分布情况具体如下：

单位：万元

时间	项目	期末余额	1 年以内		1 年以上	
			金额	占比	金额	占比
2022 年 6 月 30 日	原材料	4,868.18	4,868.07	100.00%	0.11	0.00%
	包装物	511.71	434.98	85.01%	76.73	14.99%
	库存商品	2,576.62	2,571.68	99.81%	4.94	0.19%
	委托加工物资	1,000.50	998.30	99.78%	2.19	0.22%
	发出商品	453.62	453.62	100.00%	-	-
	合计	9,410.62	9,326.65	99.11%	83.97	0.89%
2021 年 12 月 31 日	原材料	4,790.51	4,790.40	100.00%	0.11	0.00%
	包装物	497.10	452.67	91.06%	44.43	8.94%
	库存商品	2,968.57	2,967.53	99.96%	1.04	0.04%
	委托加工物资	1,205.01	1,198.16	99.43%	6.85	0.57%
	发出商品	199.03	199.03	100.00%	-	-
	合计	9,660.22	9,607.79	99.46%	52.43	0.54%
2020 年 12 月 31 日	原材料	1,911.04	1,910.22	99.96%	0.82	0.04%
	包装物	347.55	328.07	94.40%	19.48	5.60%
	库存商品	2,640.14	2,635.39	99.82%	4.75	0.18%
	委托加工物资	833.71	822.28	98.63%	11.43	1.37%
	发出商品	126.57	124.96	98.73%	1.61	1.27%
	合计	5,859.00	5,820.92	99.35%	38.09	0.65%
2019 年 12 月 31 日	原材料	1,538.91	1,537.80	99.93%	1.11	0.07%

时间	项目	期末余额	1 年以内		1 年以上	
			金额	占比	金额	占比
月 31 日	包装物	326.32	325.13	99.64%	1.19	0.36%
	库存商品	1,198.50	1,173.73	97.93%	24.77	2.07%
	委托加工物资	487.43	487.43	100.00%	-	-
	发出商品	268.14	262.38	97.85%	5.76	2.15%
	合计	3,819.28	3,786.47	99.14%	32.83	0.86%

由上表可知，报告期各期末，公司 1 年以内的存货占比分别为 99.14%、99.35%、99.46%和 99.11%，库龄 1 年以上的存货占比较小。

2) 库龄 1 年以上存货的具体内容与形成原因

A.原材料库龄超过 1 年的情况

报告期各期末，库龄超过 1 年的原材料金额分别为 1.11 万元、0.82 万元、0.11 万元和 0.11 万元，占各期末原材料的比例分别为 0.07%、0.04%、0.00%和 0.00%，金额及占比均较小。库龄较长的原材料主要为部分用量较少的配料，该等配料适用于部分产品的生产，生产耗用周期相对较长，形成一年以上库龄情况。

B.包装物库龄超过 1 年的情况

报告期各期末，库龄超过 1 年的包装物金额分别为 1.19 万元、19.48 万元、44.34 万元和 76.73 万元，占各期末包装物的比例分别为 0.36%、5.60%、8.94%和 14.99%。部分包装物库龄较长，主要系公司产品种类、包装规格、设计样式较多引致包装物种类较多，部分包装物使用量相对较小，包装物无明确的保质期，库龄较长不影响其正常使用，该类库龄较长的包装物对应产品处于正常销售状态。

C.库存商品库龄超过 1 年的情况

报告期各期末，库龄超过 1 年的库存商品金额分别为 24.77 万元、4.75 万元、1.04 万元和 4.94 万元，占各期末库存商品的比例分别为 2.07%、0.18%、0.04%和 0.19%。库龄 1 年以上的库存商品主要系子公司上海福益的宠物玩具、宠物用品等，宠物玩具和宠物用品均为外采，考虑到批量采购单价较低，因此公司对于该部分的产品一般采用批量采购的方式，部分产品由于销售周期较长，因此形成

1 年以上库龄的情况。

D.委托加工物资库龄超过 1 年的情况

2020 年末、2021 年末及 2022 年 6 月末，库龄超过 1 年的委托加工物资金额分别为 11.43 万元、6.85 万元和 2.19 万元，占委托加工物资的比例分别为 1.37%、0.57%和 0.22%。委托加工物资系公司发到外协厂商的原材料和包装物，部分库龄较长主要系包装物和部分配料，部分包装物使用量相对较小，包装物无明确的保质期，库龄较长不影响其正常使用，该类库龄较长的包装物对应产品处于正常销售状态，库龄较长的原材料主要为部分用量较少的配料，该等配料适用于部分产品的生产，生产耗用周期相对较长，形成一年以上库龄情况。

E.发出商品库龄超过 1 年的情况

2019 年末及 2020 年末，库龄超过 1 年的发出商品金额分别为 5.76 万元和 1.16 万元，占发出商品的比例分别为 2.15%和 1.27%。库龄 1 年以上的发出商品均为电商平台入仓模式下发到京东仓库的存货，该模式下公司将产品批量发货至京东仓库，由京东负责仓储及后续物流配送，部分产品由于批量发货量较大，形成 1 年以上库龄的情况。公司电商运营部定期对发出商品进行复核，关注发出商品的销售情况。

③存货期后结转情况

报告期内，公司各类存货期后结转情况如下：

单位：万元

时间	项目	期末余额	2020 年度 结转	2021 年度 结转	2022 年 1-6 月结转	2022 年 7 月 结转	期后结转 总额	期后结转 比例	尚未结转 金额	尚未结转 比例
2022 年 6 月 30 日	原材料	4,868.18	-	-	-	2,905.43	2,905.43	59.68%	1,962.75	40.32%
	包装物	511.71	-	-	-	142.52	142.52	27.85%	369.19	72.15%
	库存商品	2,576.62	-	-	-	1,552.53	1,552.53	60.25%	1,024.09	39.75%
	委托加工物资	1,000.50	-	-	-	776.87	776.87	77.65%	223.63	22.35%
	发出商品	453.62	-	-	-	400.95	400.95	88.39%	52.67	11.61%
	合计	9,410.62	-	-	-	5,778.29	5,778.29	61.40%	3,632.33	38.60%
2021 年 12 月 31 日	原材料	4,790.51	-	-	4,646.86	143.65	4,790.51	100.00%	-	-
	包装物	497.10	-	-	391.20	32.56	423.76	85.25%	73.34	14.75%
	库存商品	2,968.57	-	-	2,917.04	46.75	2,963.79	99.84%	4.78	0.16%
	委托加工物资	1,205.01	-	-	1,196.39	8.00	1,204.39	99.95%	0.62	0.05%
	发出商品	199.03	-	-	197.98	1.05	199.03	100.00%	-	-
	合计	9,660.22	-	-	9,349.47	232.01	9,581.48	99.18%	78.74	0.82%
2020 年 12 月 31 日	原材料	1,911.04	-	1,910.93	0.11	-	1,911.04	100.00%	-	-
	包装物	347.55	-	303.12	4.01	0.72	307.85	88.58%	39.70	11.42%
	库存商品	2,640.14	-	2,639.10	0.30	0.19	2,639.59	99.98%	0.55	0.02%

时间	项目	期末余额	2020 年度 结转	2021 年度 结转	2022 年 1-6 月结转	2022 年 7 月 结转	期后结转 总额	期后结转 比例	尚未结转 金额	尚未结转 比例
	委托加工物资	833.71	-	826.86	6.39	0.15	833.40	99.96%	0.31	0.04%
	发出商品	126.57	-	126.57	-	-	126.57	100.00%	-	-
	合计	5,859.00	-	5,806.58	10.81	1.06	5,818.45	99.31%	40.56	0.69%
2019 年 12 月 31 日	原材料	1,538.91	1,538.09	0.82	-	-	1,538.91	100.00%	-	-
	包装物	326.32	306.84	19.48	-	-	326.32	100.00%	-	-
	库存商品	1,198.50	1,193.75	1.64	3.11	-	1,198.50	100.00%	-	-
	委托加工物资	487.43	476.00	10.93	0.50	-	487.43	100.00%	-	-
	发出商品	268.14	266.53	1.61	-	-	268.14	100.00%	-	-
	合计	3,819.28	3,781.21	34.48	3.61	-	3,819.28	100.00%	-	-

注：2022 年 6 月末存货期后结转金额为期后一个月的结转情况。

报告期各期末，公司存货期后结转成本的金额分别为 3,819.28 万元、5,818.45 万元、9,581.48 万元和 5,778.29 万元，期后结转的比例分别为 100.00%、99.31%、99.18%和 61.40%，期后结转成本比例较高，存货不存在大规模呆滞的情况。

④库存商品订单覆盖率

报告期内，公司主要以 ODM/OEM 模式和自主品牌业务模式开展销售，形成的相应各模式下库存商品如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
ODM/OEM 业务	1,239.31	1,485.39	1,472.89	427.68
自主品牌业务	1,337.30	1,483.18	1,167.25	770.82
合计	2,576.62	2,968.57	2,640.14	1,198.50

就 ODM/OEM 业务而言，公司 ODM/OEM 业务采用“按订单生产”的模式，相应的库存商品均存在订单支持，订单覆盖率较高。报告期各期末，公司 ODM/OEM 模式下库存商品在手订单及订单覆盖率情况如下：

单位：万元

项目	库存商品	在手订单金额	订单覆盖率
2022 年 6 月末	1,239.31	4,905.72	274.75%
2021 年末	1,485.39	6,111.68	273.56%
2020 年末	1,472.89	6,665.25	291.07%
2019 年末	427.68	1,379.53	217.02%

注 1：ODM/OEM 业务，公司根据客户预收款项/合同负债及信用政策等测算期末订单金额。

注 2：订单覆盖率=在手订单金额*（1-当期 ODM/OEM 业务毛利率）/库存商品。

报告期内，公司 ODM/OEM 业务订单执行情况良好，相应的库存商品均存在订单支持，订单覆盖率较高。

就自主品牌业务而言，经销商根据其终端销售情况进行灵活采购及备货，且公司线上 B2C 模式、电商平台入仓模式下消费者订单具有一定的不确定性，为保证自主品牌模式下对客户订单的及时响应以及规模化生产的需要，公司自主品牌需进行一定的备货，且相关在手订单难以准确统计。报告期各期末，公司自主品牌业务下各期末库存商品在期后销售良好，具体如下：

单位：万元

项目	库存商品	期后一个月销售金额	期后销售比例
2022 年 6 月末	1,337.30	3,269.02	117.33%
2021 年末	1,483.18	2,531.73	79.39%
2020 年末	1,167.25	4,150.94	154.20%

项目	库存商品	期后一个月销售金额	期后销售比例
2019 年末	770.82	1,400.56	80.56%

注 1：自主品牌业务下，2022 年 1 月、7 月销售金额数据未经审计。

注 2：期后销售比例=期后一个月销售金额*（1-当期自主品牌业务毛利率）/库存商品。

2019 年末，公司自主品牌业务下库存商品期后销售比例相对较低，主要系受 2020 年初春节、新冠疫情影响物流暂停等阶段性因素影响。2021 年末，公司自主品牌业务下库存商品期后销售比例相对较低，主要系受 2022 年初春节假期较早进而物流暂停等阶段性因素影响。总体来看，公司自主品牌业务下报告期各期末库存商品销售情况良好。

综上所述，报告期各期末公司库存商品订单的覆盖率或期后销售比例较高，期末库存商品不存在呆滞。

⑤发出商品形成原因

公司发出商品形成原因如下：1）电商平台入仓模式下，公司已发货，但电商平台尚未最终结算的商品。电商平台入仓模式下，公司委托第三方物流公司将商品发往电商平台仓库，后续由电商平台负责向终端消费者发货。公司根据各期结算单金额确认收入，并将已发货未结算的商品作为“存货-发出商品”列报；2）线上 B2C 模式下，公司已发货，但消费者尚未确认收货的商品；3）ODM/OEM、经销等模式下，公司已发货，但客户尚未确认收货的商品。

（7）其他流动资产

报告期各期末，公司的其他流动资产主要包括增值税留抵税额、待认证进项税额和上市费用等。公司其他流动资产的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022年6月 30日	2021年12月 31日	2020年12月 31日	2019年12月 31日
预缴企业所得税	119.17	-	-	-
增值税留抵税额	-	1,325.32	203.88	1.65
待认证进项税额	74.70	106.63	95.96	45.83
上市费用	707.55	613.21	-	-
其他	0.00	6.61	-	2.38
合计	901.42	2,051.76	299.84	49.86

报告期各期末，公司其他流动资产账面价值分别为 49.86 万元、299.84 万元、

2,051.76 万元和 901.42 万元，占流动资产的比例分别为 0.11%、0.51%、3.12%和 1.15%。

2021 年末，公司其他流动资产金额较大，主要系：①公司子公司上海福智于 2021 年下半年投产，当期销售金额相对较小，而设备采购及原材料采购规模较大，引致增值税留抵税额较多；②公司将支付给中介机构的上市费用在其他流动资产核算。

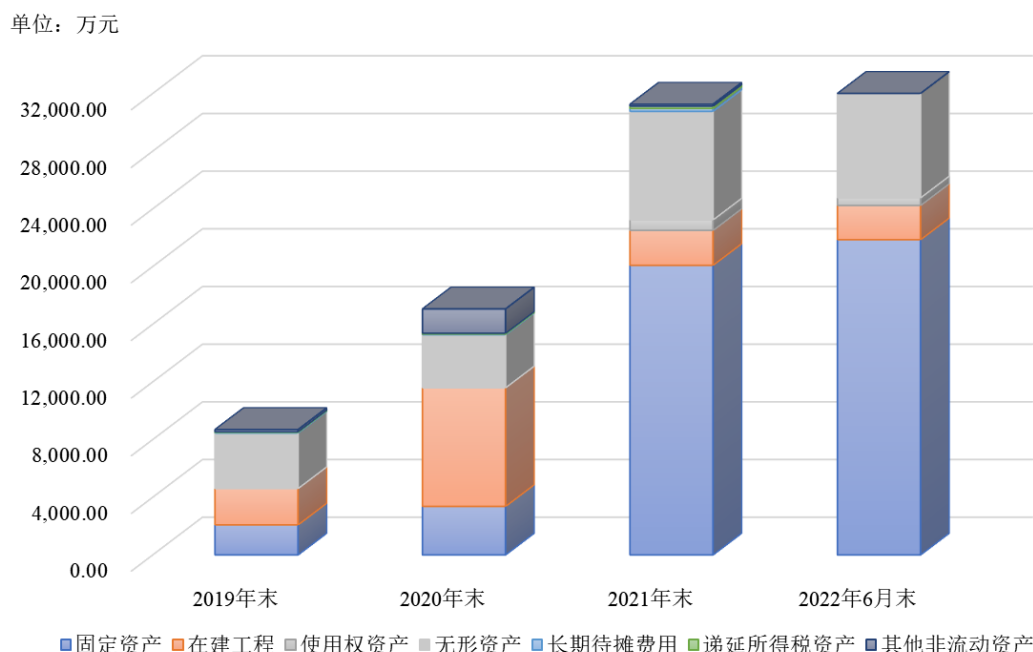
2、非流动资产构成及变化分析

报告期各期末，公司非流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
固定资产	21,859.52	66.61%	20,082.53	64.26%	3,364.53	19.73%	2,084.34	23.98%
在建工程	2,372.81	7.23%	2,419.93	7.74%	8,223.97	48.22%	2,518.76	28.98%
使用权资产	531.82	1.62%	729.63	2.33%	-	-	-	-
无形资产	7,357.16	22.42%	7,525.11	24.08%	3,676.51	21.55%	3,846.48	44.26%
长期待摊费用	535.33	1.63%	200.85	0.64%	20.52	0.12%	27.60	0.32%
递延所得税资产	147.54	0.45%	161.10	0.52%	84.26	0.49%	54.18	0.62%
其他非流动资产	10.66	0.03%	130.89	0.42%	1,686.67	9.89%	160.00	1.84%
非流动资产合计	32,814.85	100.00%	31,250.06	100.00%	17,056.45	100.00%	8,691.36	100.00%

公司非流动资产构成情况如下图所示：



（1）固定资产

①固定资产构成情况

报告期内，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	2022年6月 30日	2021年12月 31日	2020年12月 31日	2019年12月 31日
固定资产账面原值	25,399.29	22,789.03	5,368.52	3,773.24
累计折旧	3,539.76	2,706.50	2,003.99	1,688.90
减值准备	-	-	-	-
固定资产账面价值	21,859.52	20,082.53	3,364.53	2,084.34

报告期各期末，公司各项固定资产均在正常使用中，不存在固定资产减值迹象，故未计提减值准备。2020年末固定资产账面原值较上年末增加 1,595.28 万元，主要系“宣城福贝一期扩产”项目转入固定资产及公司随着业务规模的扩大而购置生产设备所致。2021年末、2022年6月末固定资产账面原值较上期末分别增加 17,420.51 万元和 2,610.26 万元，主要系“金山区高端宠物食品智能制造示范基地建设项目”转入固定资产所致。

报告期各期末，公司固定资产具体构成情况如下：

单位：万元

资产类别	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比
房屋建筑物	9,039.64	41.35%	9,275.93	46.19%	1,079.20	32.08%	1,117.92	53.63%
生产设备	11,972.12	54.77%	10,338.57	51.48%	2,098.17	62.36%	816.50	39.17%
运输设备	163.56	0.75%	133.92	0.67%	71.73	2.13%	61.15	2.93%
电子设备及其他设备	684.20	3.13%	334.11	1.66%	115.43	3.43%	88.77	4.26%
合计	21,859.52	100.00%	20,082.53	100.00%	3,364.53	100.00%	2,084.34	100.00%

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 2,084.34 万元、3,364.53 万元、20,082.53 万元和 21,859.52 万元，占各期非流动资产的比例分别为 23.98%、19.73%、64.26%和 66.61%。公司固定资产主要为房屋及建筑物、生产设备及其他设备。2020 年末、2021 年末及 2022 年 6 月末，公司固定资产有所增加，主要系“宣城福贝一期扩产”、“金山区高端宠物食品智能制造示范基地建设项目”完工并投入使用引致生产设备、房屋建筑物有所增加。

②固定资产折旧年限

公司固定资产折旧年限情况及与同行业可比公司对比情况如下：

固定资产类别	乖宝宠物	中宠股份	佩蒂股份	福贝宠物
房屋及建筑物	20	10-20	5-30	20
机器设备	5-10	5-10	3-15	5-10
运输工具	4-5	4-10	4-10	4
电子设备及其他	3-5	3-5	3-10	3-5

报告期内，公司固定资产折旧年限的充分考虑了公司的实际情况，与同行业可比公司基本一致，具有合理性。

③在建工程转入固定资产情况

报告期各期，公司购置、在建工程转入的房屋及建筑物、生产设备金额如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	房屋建筑物	生产设备	房屋建筑物	生产设备	房屋建筑物	生产设备	房屋建筑物	生产设备
购置金额	-	14.46	-	23.64	18.26	65.80	-	221.73

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	房屋建筑物	生产设备	房屋建筑物	生产设备	房屋建筑物	生产设备	房屋建筑物	生产设备
在建工程转入金额	13.18	2,176.71	8,412.28	8,632.94	18.05	1,410.74	-	-
本期增加额	13.18	2,191.17	8,412.28	8,656.58	36.32	1,476.54	-	221.73

2020 年，在建工程转入生产设备金额较大，主要系“宣城福贝一期扩产”项目于 2020 年投产。2021 年及 2022 年 1-6 月，在建工程转入房屋建筑物、生产设备金额较大，主要系“金山区高端宠物食品智能制造示范基地建设项目”于 2021 年下半年投产，房屋建筑物、生产设备陆续转固。

（2）在建工程

报告期各期末，公司在建工程具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
松江区总部及高端宠物食品智能制造示范基地项目	1,273.37	165.12	-	-
金山区高端宠物食品智能制造示范基地建设项目	555.24	2,141.65	8,104.67	1,391.81
宣城科技园实验基地项目	396.34	7.27	-	-
智能仓储配送中心建设项目	124.86	-	-	-
零星待安装设备	23.01	105.89	-	-
宣城福贝一期扩产	-	-	-	1,126.95
宣城福贝包装设备	-	-	119.29	-
减：减值准备	-	-	-	-
合计	2,372.81	2,419.93	8,223.97	2,518.76

注：2021 年末零星待安装设备主要为包装设备及环保设备等。

报告期各期末，公司在建工程账面价值分别为 2,518.76 万元、8,223.97 万元、2,419.93 万元及 2,372.81 万元，占各期非流动资产的比例分别为 28.98%、48.22%、7.74%及 7.23%。

2020 年末，公司在建工程账面金额有所增加，主要系：随着公司下游客户需求的进一步提升以及公司自有房产及办公需要，公司决定建设位于上海金山区的高端宠物食品智能制造示范基地项目，以进一步提升公司自有产能及扩大办公场所。2021 年下半年，该项目实现投产，引致 2021 年末在建工程账面金额有所

下降。2021 年末，金山区高端宠物食品智能制造示范基地建设项目在建工程余额为 2,141.65 万元，系部分仍在安装、调试的仓储、包装设备。

报告期各期末，公司各项在建工程不存在减值情形，未计提减值准备。

报告期各期，公司在建工程主要项目的预算金额、实际投入、工程进度、借款金额资本化情况如下：

①2022 年 1-6 月

单位：万元

项目名称	预算数	期初金额	本期增加	本期转固	本期转入长期待摊	期末金额	工程进度	借款资本化金额
松江区总部及高端宠物食品智能制造示范基地项目	34,000.00	165.12	1,108.26	-	-	1,273.37	3.75%	-
金山区高端宠物食品智能制造示范基地建设项目	20,000.00	2,141.65	1,221.42	2,418.52	389.32	555.24	基本完工	-
宣城科技园实验基地项目	3,000.00	7.27	389.07	-	-	396.34	13.21%	-
智能仓储配送中心建设项目	22,000.00	-	124.86	-	-	124.86	0.57%	-
合计	-	2,314.04	2,843.60	2,418.52	389.32	2,349.81	-	-

②2021 年

单位：万元

项目名称	预算数	期初金额	本期增加	本期转固	期末金额	工程进度	借款资本化金额
金山区高端宠物食品智能制造示范基地建设项目	20,000.00	8,104.67	10,935.32	16,898.34	2,141.65	95.20%	-
松江区总部及高端宠物食品智能制造示范基地项目	34,000.00	-	165.12	-	165.12	0.49%	-
宣城科技园实验基地项目	3,000.00	-	7.27	-	7.27	0.24%	-
宣城工厂仓储用房	220.00	-	220.50	220.50	-	100.00%	-
宣城福贝包装设备	120.00	119.29	-	119.29	-	100.00%	-
合计	-	8,223.97	11,328.22	17,238.14	2,314.04	-	-

③2020 年

单位：万元

项目名称	预算数	期初金额	本期增加	本期转固	期末金额	工程进度	借款资本化金额
金山区高端宠物食品智能制造示范基地建设项目	20,000.00	1,391.81	6,712.87	-	8,104.67	40.52%	-
宣城福贝一期扩产	1,500.00	1,126.95	301.84	1,428.79	-	95.25%	-
宣城福贝包装设备	120.00	-	119.29	-	119.29	100.00%	-
合计	-	2,518.76	7,134.00	1,428.79	8,223.97	-	-

④2019 年

单位：万元

项目名称	预算数	期初金额	本期增加	本期转固	期末金额	工程进度	借款资本化金额
金山区高端宠物食品智能制造示范基地建设项目	20,000.00	196.98	1,194.83	-	1,391.81	6.96%	-
宣城福贝一期扩产	1,500.00	-	1,126.95	-	1,126.95	75.13%	-
合计	-	196.98	2,321.78	-	2,518.76	-	-

报告期内，公司在建工程投入资金均为自有资金，不涉及借款金额资本化的情形。

(3) 使用权资产

公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，将在租赁期内使用租赁资产的权利计入使用权资产。2021 年末及 2022 年 6 月末，公司使用权资产账面价值为 729.63 万元和 531.82 万元，占公司非流动资产的比例为 2.33%和 1.62%，金额及占比均较小。公司使用权资产主要为公司租入的生产、办公及仓储场所。

(4) 无形资产

报告期各期末，公司无形资产由土地使用权、计算机软件构成，具体如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
土地使用权	7,346.66	7,510.42	3,654.89	3,844.14
计算机软件	10.49	14.69	21.63	2.34

项目	2022年6月 30日	2021年12月 31日	2020年12月 31日	2019年12月 31日
合计	7,357.16	7,525.11	3,676.51	3,846.48

报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为 3,846.48 万元、3,676.51 万元、7,525.11 万元和 7,357.16 万元，占各期末非流动资产的比例分别为 44.26%、21.55%、24.08%和 22.42%。报告期内，公司无形资产主要为土地使用权。报告期各期末，公司无形资产不存在减值迹象，亦无需计提减值准备。

2021 年末，土地使用权账面价值有所增加，主要系公司于 2021 年在上海地区新购置土地用于建设“松江区总部及高端宠物食品智能制造示范基地”，取得土地使用权原值 1,877.57 万元；在安徽宣城地区新购置土地用于建设生产基地及智能仓储配送中心，取得土地使用权原值 1,725.15 万元。

（5）长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用主要为办公场所装修发生的装修费支出。长期待摊费用各期末的账面价值分别为 27.60 万元、20.52 万元、200.85 万元和 535.33 万元，占各期末非流动资产的比例分别为 0.32%、0.12%、0.64%和 1.63%。

（6）递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产分别为 54.18 万元、84.26 万元、161.10 万元和 147.54 万元，占非流动资产的比例分别为 0.62%、0.49%、0.52%和 0.45%，公司递延所得税资产主要系内部交易未实现利润、子公司可抵扣亏损、递延收益、资产减值准备等相关事项由于会计处理与税收政策的时间性差异而产生的可抵扣暂时性差异。具体构成明细如下：

单位：万元

项目	2022年6月 30日	2021年12月 31日	2020年12月 31日	2019年12月 31日
内部交易未实现利润	91.01	83.37	74.85	29.69
可抵扣亏损	1.24	64.12	-	16.00
资产减值准备	20.88	4.67	3.37	7.85
递延收益	31.63	4.99	6.04	0.64
使用权资产摊销及利息	2.77	3.95	-	-
合计	147.54	161.10	84.26	54.18

（7）其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产分别为 160.00 万元、1,686.67 万元、130.89 万元和 10.66 万元，占非流动资产的比例分别为 1.84%、9.89%、0.42%和 0.03%，公司其他非流动资产主要系预付长期资产采购款。2020 年末，公司其他非流动资产金额较大，主要系随着高端宠物食品智能制造示范基地建设项目推进，相应的设备预付款有所增加。

（三）资产经营效率分析

1、资产经营效率指标

报告期内，公司存货周转率、应收账款周转率如下：

指标	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
存货周转率（次）	6.96	7.64	7.94	6.55
应收账款周转率（次）	88.99	400.59	145.43	89.36

注：2022 年 1-6 月应收账款周转率、存货周转率已年化处理。

2、公司资产运营效率指标与同行业公司的比较

报告期内，同行业公司存货周转率、应收账款周转率如下：

年度	公司名称	存货周转率（次）	应收账款周转率（次）
2022 年 1-6 月	乖宝宠物	3.74	16.36
	中宠股份	4.70	8.36
	佩蒂股份	2.63	5.41
	平均值	3.69	10.04
	福贝宠物	6.96	88.99
2021 年度	乖宝宠物	3.73	17.22
	中宠股份	4.32	9.30
	佩蒂股份	2.70	5.96
	平均值	3.58	10.83
	福贝宠物	7.64	400.59
2020 年度	乖宝宠物	4.16	17.43
	中宠股份	3.98	8.79
	佩蒂股份	4.13	6.44
	平均值	4.09	10.89

年度	公司名称	存货周转率（次）	应收账款周转率（次）
	福贝宠物	7.94	145.43
2019 年度	乖宝宠物	4.15	12.80
	中宠股份	4.60	8.23
	佩蒂股份	4.17	5.70
	平均值	4.31	8.91
	福贝宠物	6.55	89.36

注 1：上表中数据根据各公司定期报告或招股说明书等计算。

注 2：2022 年 1-6 月应收账款周转率、存货周转率已年化处理。

报告期内，公司存货周转率分别为 6.55、7.94、7.64 和 6.96，高于同行业可比公司存货周转率平均水平。报告期内，由于市场需求旺盛，公司销售良好，存货管理能力和运营能力不断增强，公司存货周转率总体有所上升。

报告期内，公司应收账款周转率分别为 89.36、145.43、400.59 和 88.99，高于同行业可比公司，主要系客户结构、信用政策存在差异所致。同行业可比上市公司中宠股份、佩蒂股份营业收入主要来自境外且其客户主要为 ODM/OEM 客户，中宠股份、佩蒂股份给予该等客户一定的信用账期。乖宝宠物境外销售占比较高，并给予沃尔玛等国外 OEM/ODM 客户、京东自营及线上经销商等客户一定的信用期。公司营业收入均来自境内，对客户主要采取“先款后货”的结算模式，致使公司应收账款整体规模较小，应收账款周转率较高。

十、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）负债的构成及其变化

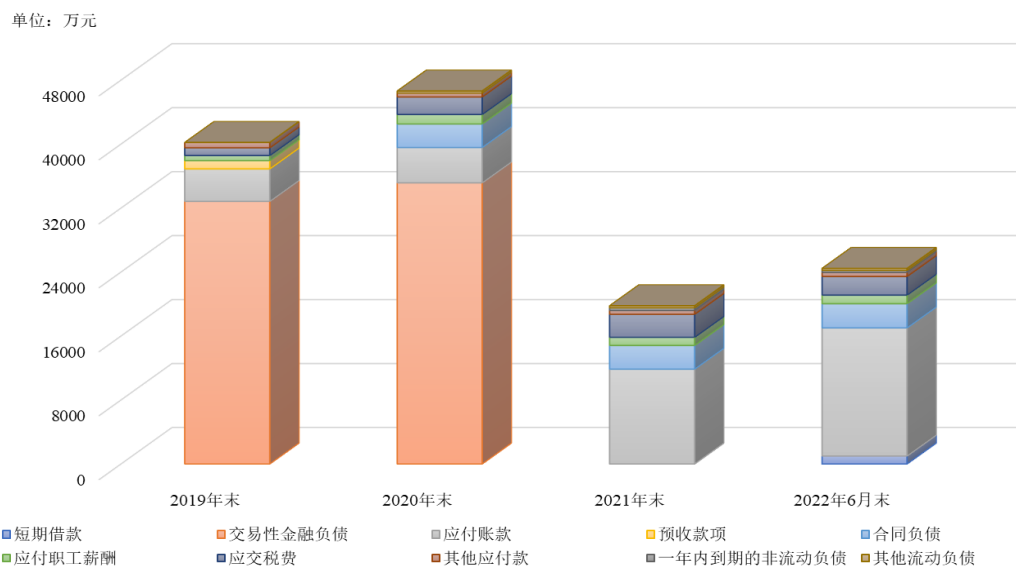
单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	990.91	3.99%	-	-	-	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-	-	35,146.52	75.32%	32,830.76	81.67%
应付账款	16,022.45	64.54%	11,856.27	58.82%	4,431.53	9.50%	4,063.72	10.11%
预收款项	-	-	-	-	-	-	1,031.90	2.57%
合同负债	3,024.06	12.18%	2,960.59	14.69%	2,929.99	6.28%	-	-
应付职工薪酬	1,077.40	4.34%	1,022.93	5.07%	1,189.42	2.55%	637.50	1.59%
应交税费	2,322.27	9.35%	2,868.45	14.23%	2,189.66	4.69%	963.53	2.40%

项目	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他应付款	510.67	2.06%	480.54	2.38%	479.44	1.03%	671.14	1.67%
一年内到期的非流动负债	246.89	0.99%	333.02	1.65%	-			
其他流动负债	253.67	1.02%	257.23	1.28%	263.70	0.57%	-	-
流动负债合计	24,448.31	98.48%	19,779.04	98.13%	46,630.25	99.93%	40,198.55	99.99%
租赁负债	242.69	0.98%	350.88	1.74%				
递延收益	132.24	0.53%	26.61	0.13%	32.66	0.07%	2.57	0.01%
递延所得税负债	2.35	0.01%	-	-	-	-	-	-
非流动负债合计	377.28	1.52%	377.50	1.87%	32.66	0.07%	2.57	0.01%
负债合计	24,825.59	100.00%	20,156.54	100.00%	46,662.91	100.00%	40,201.12	100.00%

报告期各期末，公司负债主要由流动负债构成，公司流动负债主要为交易性金融负债、应付账款、预收账款/合同负债、应付职工薪酬、应交税费、其他应付款等。

报告期各期末，公司主要流动负债的变动情况见下图：



（二）各项主要负债分析

1、流动负债的构成及其变化分析

（1）短期借款

2022年1-6月，公司为维护银企关系，增加信用借款本金990.00万元，借

款期限为 12 个月。2022 年 6 月末，相应短期借款及应付利息合计 990.91 万元。截至本招股说明书签署日，短期借款已全部归还完毕。

（2）交易性金融负债

2019 年末、2020 年末，公司交易性金融负债系发行人负有潜在回购义务的增资款，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
交易性金融负债	-	-	35,146.52	32,830.76
其中：负有潜在回购义务的 增资款	-	-	35,146.52	32,830.76
合计	-	-	35,146.52	32,830.76

2017 年 3 月，福贝有限与毅达投资签订《关于上海福贝宠物用品有限公司之增资协议之补充协议》，2019 年 5 月，福贝有限与毅达投资签订《关于上海福贝宠物用品有限公司之增资协议之补充协议二》，并与海富长江、中比基金（SS）、深创投、无锡红土、高邮红土、凯珩投资、圣元投资、毅达创投签署《补充协议》，协议主要内容详见本招股书“第四节 发行人基本情况”之“三、发行人自成立以来的重要事件”之“（五）对赌协议解除情况”。

根据上述协议的约定，如发生协议约定的触发回购的情形，上述股东有权要求公司和实际控制人按照协议约定的回购价格回购上述股东的增资款对应的公司股份，因此，公司将负有潜在回购义务的增资款确认为交易性金融负债，按照约定的回购价格在 2019 年末、2020 年末确认其公允价值。

2021 年 3 月，公司与海富长江、中比基金（SS）、深创投、无锡红土、高邮红土、凯珩投资、圣元投资、毅达创投签署《解除协议》，终止了前述协议及协议中关于股份回购等相关对赌条款，且各方确认，截至协议签署之日，前述协议中约定的对赌条款或其他利益安排条款均未触发，因此公司于 2021 年 3 月将交易性金融负债结转至资本公积。2021 年末，公司不存在交易性金融负债。

（3）应付账款

报告期各期末，公司应付账款分别为 4,063.72 万元、4,431.53 万元、11,856.27 万元和 16,022.45 万元。报告期各期末，公司应付账款明细如下：

单位：万元

项目	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
采购货款	11,071.06	69.10%	8,876.58	74.87%	3,761.61	84.88%	2,836.21	69.79%
工程款	2,470.40	15.42%	1,855.69	15.65%	67.20	1.52%	583.59	14.36%
广告、咨询等服务费	1,023.66	6.39%	12.48	0.11%	61.30	1.38%	125.50	3.09%
资产、设备款	655.18	4.09%	685.14	5.78%	129.63	2.93%	130.06	3.20%
物流费	476.90	2.98%	204.60	1.73%	206.01	4.65%	177.19	4.36%
加工费	153.79	0.96%	164.49	1.39%	158.39	3.57%	151.74	3.73%
其他	171.46	1.07%	57.30	0.48%	47.38	1.07%	59.42	1.46%
合计	16,022.45	100.00%	11,856.27	100.00%	4,431.53	100.00%	4,063.72	100.00%

2020年末较2019年末，公司应付账款余额相对较为稳定。

2021年末及2022年6月末，公司应付账款余额有所增长，主要系：①2021年公司业务规模总体呈上升趋势，且上海福智工厂于2021年下半年投产，此外，2021年以来，主要原材料价格上涨幅度较大，基于原材料价格、业务规模增长等因素影响，公司2021年末及2022年6月末加大了生产备货规模，期末应付采购货款有所增加；②“金山区高端宠物食品智能制造示范基地项目”等在建工程持续投入，引致期末应付工程款及设备款有所增加；③2022年1-6月，公司加大自主品牌推广力度，通过分众传媒广告渠道进行产品推广，新增平面媒体广告投放等推广方式，引致2022年6月末应付广告、咨询服务费大幅增加。

报告期各期末，公司应付账款账龄如下所示：

单位：万元

项目	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019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）	15,481.33	96.62%	11,825.19	99.74%	4,345.95	98.07%	4,028.33	99.13%
1年以上	541.11	3.38%	31.08	0.26%	85.58	1.93%	35.39	0.87%
合计	16,022.45	100.00%	11,856.27	100.00%	4,431.53	100.00%	4,063.72	100.00%

报告期内，公司与供应商合作情况良好，与供应商信用政策执行情况良好，应付账款账龄集中在一年以内。

报告期各期末，公司账龄1年以上的应付账款金额分别为35.39万元、85.58

万元、31.08 万元和 541.11 万元，金额较小。公司账龄 1 年以上的应付账款主要为设备质保金款项，因少数供应商提供的设备仍在质保期内，根据合同约定，公司暂未支付质保金款项。2022 年 6 月末，账龄 1 年以上的应付账款有所增加，主要系部分设备尾款待验收后支付，以及随着时间推移，质保金账龄滚动至 1 年以上的金额增加。

报告期各期末，公司 1 年以上的应付账款不存在超过信用期的情形。公司账龄 1 年以上的应付账款金额较小，不会造成重大偿债风险。报告期内，公司与主要供应商均保持了良好的合作关系，并对付款进度进行了充分沟通，不存在纠纷或潜在纠纷。

（4）预收款项、合同负债

①预收款项、合同负债总体情况

2019 年末，公司预收款项金额为 1,031.90 万元，占期末负债总额的比例为 2.57%。

2020 年 1 月 1 日起，公司执行新收入准则，将“预收款项”调整至“合同负债”核算。2020 年末、2021 年末及 2022 年 6 月末，公司合同负债金额为 2,929.99 万元、2,960.59 万元和 3,024.06 万元，占期末负债总额的比例为 6.28%、14.69% 和 12.18%。

公司 2020 年末合同负债金额较 2019 年末预收款项有所增长，主要系：①2020 年公司执行新收入准则，将应付自主品牌经销商销售返利由“其他应付款”调整至“合同负债”科目进行核算，2020 年末，公司应付自主品牌经销商销售返利金额为 940.66 万元；②2020 年末，随着公司与主要 ODM 客户合作的犬粮、猫粮产品市场销售情况良好，公司 ODM 客户采购订单规模持续提升，引致合同负债金额有所上升。

2021 年末及 2022 年 6 月末，公司合同负债金额与 2020 年末基本相当。

②预收款项、合同负债账龄情况

报告期内，公司预收款项/合同负债账龄情况如下：

单位：万元

项目	2022年6月 30日	2021年12月 31日	2020年12月 31日	2019年12月 31日
1年以内（含1年）	3,023.88	2,960.59	2,929.96	1,012.72
1年以上	0.18	-	0.03	19.19
合计	3,024.06	2,960.59	2,929.99	1,031.90

报告期内，公司存在少量1年以上预收款项/合同负债。其中2019年末，公司1年以上预收款项为19.19万元，主要系个别ODM客户于2018年与公司达成合作意向并支付预付款项，由于其包装形式未确定，根据客户要求，公司未进行生产。2020年，该客户包装形式确定后即安排生产，预收款项均已结转完毕，不存在退款情形。

2020年末及2022年6月末，公司1年以上的合同负债仅0.03万元和0.18万元，金额较小。

③预收款项、合同负债金额前五名

报告期各期末，公司预收款项、合同负债金额前五名客户情况具体如下：

单位：万元

时间	客户名称	预收账款/合同 负债金额	占比
2022年 6月30日	义乌市卡捷电子商务商行	348.05	11.51%
	南和县兴宇宠物用品店	202.28	6.69%
	陕西席域宠物食品有限公司	147.42	4.87%
	郑州市惠济区合创宠物用品商行	134.61	4.45%
	杭州帕特诺尔宠物有限公司	92.62	3.06%
	合计	924.98	30.59%
2021年 12月31日	陕西席域宠物食品有限公司	336.75	11.37%
	深圳市豆柴宠物用品有限公司	296.66	10.02%
	天津瑞杰宠物用品有限公司	186.95	6.31%
	杭州网易严选贸易有限公司	172.68	5.83%
	南和县兴宇宠物用品店	144.14	4.87%
	合计	1,137.17	38.41%
2020年 12月31日	杭州网易严选贸易有限公司	644.25	21.99%
	义乌市卡捷电子商务商行	252.73	8.63%
	深圳市豆柴宠物用品有限公司	189.92	6.48%

时间	客户名称	预收账款/合同 负债金额	占比
	怀化市兴宠贸易有限公司	153.32	5.23%
	席域进出口贸易（西安）有限公司	83.13	2.84%
	合计	1,323.35	45.17%
2019年 12月31日	上海哈宠实业有限公司	91.14	8.83%
	席域进出口贸易（西安）有限公司	60.00	5.81%
	湖南生生然电子商务有限公司	50.08	4.85%
	龙泉驿区西河镇博胜宠物用品经营部	44.01	4.27%
	北京鑫达建耀宠物用品有限公司	37.64	3.65%
	合计	282.87	27.41%

注：“席域进出口贸易（西安）有限公司”与“陕西席域宠物食品有限公司”系同一控制。

④预收款项/合同负债余额前五大客户与“先款后货”销售金额前五大客户匹配性分析

报告期各期末，公司预收款项/合同负债余额前五大客户与“先款后货”销售金额前五大客户情况如下：

单位：万元

时点/ 期间	预收款项/合同负债余额前五大客户			“先款后货”销售金额前五大客户		
	客户名称	客户 类型	预收款项/合 同负债余额	客户名称	客户 类型	销售金额
2022年6 月30日 /2022年 1-6月	义乌市卡捷电子商务商行	经销商	348.05	陕西席域宠物食品有限公司	ODM	3,867.46
	南和县兴宇宠物用品店	经销商	202.28	绍兴小淘气宠物用品有限公司	ODM	2,447.71
	陕西席域宠物食品有限公司	ODM	147.42	杭州帕特诺尔宠物有限公司	ODM	1,557.46
	郑州市惠济区合创宠物用品商行	经销商	134.61	艾斯克（南京）生物科技有限公司	ODM	936.12
	杭州帕特诺尔宠物有限公司	ODM	92.62	义乌市卡捷电子商务商行	经销商	823.35
2021年 12月31 日/2021 年	陕西席域宠物食品有限公司	ODM	336.75	陕西席域宠物食品有限公司	ODM	6,735.72
	深圳市豆柴宠物用品有限公司	ODM	296.66	深圳市豆柴宠物用品有限公司	ODM	5,025.90
	天津瑞杰宠物用品有限公司	经销商	186.95	杭州帕特诺尔宠物有限公司	ODM	2,420.11
	杭州网易严选贸易有限公司	ODM	172.68	绍兴小淘气宠物用品有限公司	ODM	2,072.48
	南和县兴宇宠物用品店	经销商	144.14	艾斯克（南京）生物科技有限公司	ODM	1,552.12

时点/ 期间	预收款项/合同负债余额前五大客户			“先款后货”销售金额前五大客户		
	客户名称	客户类型	预收款项/合同负债余额	客户名称	客户类型	销售金额
2020年 12月31 日/2020 年	杭州网易严选贸易有限公司	ODM	644.25	席域进出口贸易（西安）有限公司	ODM	4,303.29
	义乌市卡捷电子商务有限公司	经销商	252.73	上海宠幸宠物用品有限公司	ODM	2,893.52
	深圳市豆柴宠物用品有限公司	ODM	189.92	深圳市豆柴宠物用品有限公司	ODM	2,700.92
	怀化市兴宠贸易有限公司	经销商	153.32	艾斯克（南京）生物科技有限公司	ODM	1,783.38
	席域进出口贸易（西安）有限公司	ODM	83.13	华宠（上海）企业管理股份有限公司	ODM	1,471.31
2019年 12月31 日/2019 年	上海哈宠实业有限公司	经销商	91.14	席域进出口贸易（西安）有限公司	ODM	1,999.70
	席域进出口贸易（西安）有限公司	ODM	60.00	上海莲萌宠物用品有限公司	ODM	1,835.11
	湖南生生然电子商务有限公司	经销商	50.08	艾斯克（南京）生物科技有限公司	ODM	1,527.00
	龙泉驿区西河镇博胜宠物用品经营部	经销商	44.01	华宠（上海）企业管理股份有限公司	ODM	1,408.93
	北京鑫达建耀宠物用品有限公司	经销商	37.64	上海佰派宠物用品有限公司	ODM	1,397.24

报告期各期末，公司预收款项/合同负债余额前五大客户与“先款后货”销售金额前五大客户存在一定差异，主要系：从全年角度来看，ODM/OEM 客户采购规模相对较大，且大部分 ODM/OEM 客户均为“先款后货”客户，因此报告期各期“先款后货”销售金额前五大客户主要为 ODM/OEM 客户，由于公司产品生产周期相对较短，客户下单至生产完成、产品交付所需时间较少，受报告期各期末客户下单时间、订货规模、预付比例等因素影响，公司预收款项/合同负债余额前五大客户与“先款后货”销售金额前五大客户存在一定差异。报告期各期末，公司大部分预收款项/合同负债在期后一个月内结转完毕。

⑤预收款项/合同负债期后结转情况

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
预收款项/合同负债	3,024.06	2,960.59	2,929.99	1,031.90
期后一个月结转金额	2,419.98	2,494.29	2,625.60	780.38
期后一个月结转比例	80.02%	84.25%	89.61%	75.63%

公司大部分预收款项/合同负债在期后一个月内结转完毕，部分客户根据自

身需求提前一段时间下达订单并预付货款，公司按照客户要求分批安排生产，并陆续结转预收款项/合同负债，引致部分预收款项/合同负债结转时间超过一个月，具有商业合理性。

（5）应付职工薪酬

公司应付职工薪酬主要为尚未发放的工资奖金、津贴补贴、职工福利费、职工教育经费等。报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 637.50 万元、1,189.42 万元、1,022.93 万元和 1,077.40 万元。2019 年末至 2021 年末，公司应付职工薪酬金额总体有所上升，主要系公司员工人数增加及人员平均薪资水平上升所致。

（6）应交税费

报告期各期末，公司应交税费的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
企业所得税	1,738.28	2,249.69	1,832.84	842.98
增值税	482.51	440.97	0.92	78.42
个人所得税	9.48	79.38	327.64	10.21
城市维护建设税	31.57	26.43	0.06	3.99
房产税	3.72	20.65	3.26	3.22
土地使用税	25.79	33.35	23.92	18.57
教育费附加	23.49	12.45	0.05	3.92
其他税费	7.43	5.53	0.97	2.21
合计	2,322.27	2,868.45	2,189.66	963.53

报告期各期末，公司应交税费余额分别为 963.53 万元、2,189.66 万元、2,868.45 万元和 2,322.27 万元，应交税费余额主要为应交企业所得税、增值税和个人所得税。

报告期各期末，公司应交企业所得税余额分别为 842.98 万元、1,832.84 万元、2,249.69 万元和 1,738.28 万元，应交企业所得税余额总体有所增加，主要系公司销售收入增加，应交企业所得税相应增加，且由于税务系统原因，公司 2020 年及 2021 年三、四季度的企业所得税于次年 1 月份缴纳。

(7) 其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款账面金额分别为 671.14 万元、479.44 万元、480.54 万元和 510.67 万元，占各期末负债总额的比例分别为 1.67%、1.03%、2.38% 和 2.06%，主要系待支付的押金及保证金、销售返利、打样费等。

报告期内，公司其他应付款项情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
押金及保证金	484.50	462.00	407.02	7.11
打样费	23.29	16.69	53.62	55.87
销售返利	-	-	-	576.44
其他	2.88	1.85	18.79	31.71
合计	510.67	480.54	479.44	671.14

报告期各期末，公司其他应付款期末余额有所波动，主要系 2020 年起，公司执行新收入准则，将应付销售返利调整至“合同负债”科目进行核算。

2020 年末、2021 年末及 2022 年 6 月末，公司其他应付款中的押金及保证金金额较大，主要包括收取的金山区高端宠物食品智能制造示范基地建设项目、松江区总部及高端宠物食品智能制造示范基地项目等工程项目的保证金。

(8) 一年内到期的非流动负债

公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，将一年内到期的租赁负债确认为一年内到期的非流动负债。2021 年末及 2022 年 6 月末，公司一年内到期的非流动负债金额为 333.02 万元和 246.89 万元，均为一年内到期的租赁负债，占公司负债的比例为 1.65% 和 0.99%，金额及占比均较小。

(9) 其他流动负债

报告期各期末，公司其他流动负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
待转销项税额	253.67	257.23	263.70	-
合计	253.67	257.23	263.70	-

报告期各期末，公司其他流动负债分别为 0.00 万元、263.70 万元、257.23 万元和 253.67 万元，占负债总额的比重分别为 0.00%、0.57%、1.28%和 1.02%。其中，2020 年末、2021 年末及 2022 年 6 月末，公司其他流动负债均为待转销项税额。根据新收入准则和《收入准则应用案例—合同负债》，预收货款中商品价款部分代表公司应收客户对价而应向客户转让商品的义务，应当确认合同负债，其中增值税部分，因不符合合同负债的定义，不应确认为合同负债，应计入应交税费—待转销项税额。“应交税费—待转销项税额”科目在资产负债表中的列报项目为“其他流动负债”。

2、非流动负债的构成及其变化分析

（1）租赁负债

公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，将公司尚未支付的租赁付款额的现值计入“租赁负债”。2021 年末及 2022 年 6 月末，公司租赁负债金额为 350.88 万元和 242.69 万元，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日
租赁付款额	522.34	735.01
减：未确认融资费用	32.75	51.10
减：一年内到期的租赁负债	246.89	333.02
合计	242.69	350.88

（2）递延收益

报告期各期末，公司递延收益账面金额分别为 2.57 万元、32.66 万元、26.61 万元和 132.24 万元，占各期末负债总额的比例分别为 0.01%、0.07%、0.13%和 0.53%。报告期内公司递延收益系由政府补助构成。

报告期内，公司收到计入递延收益的政府补助（5 万元以上）明细如下：

单位：万元

序号	时间	项目	与资产相关/ 与收益相关	金额	依据文件
1	2020 年	锅炉改造补助	与资产相关	34.00	《关于加快推进本市中小锅炉提标改造工作的实施意见》（沪府办规〔2018〕33 号）、《宣城市生态环境保护专项资金使用管理办法

序号	时间	项目	与资产相关/ 与收益相关	金额	依据文件
					（试行）》
2	2022 年 1-6 月	高端宠物 食品智能 制造示范 基地改造 提升项目	与资产相关	114.00	安徽省经济和信息化厅《2021 年 制造强省建设、中国声谷、中小 企业（民营经济）和工业互联网 发展政策资金拟支持项目公示》、 宣城经济技术开发区管理委员会 财政局《证明》

（三）偿债能力分析

1、偿债能力指标

报告期内公司偿债能力指标如下所示：

指标	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	3.21	3.32	1.25	1.17
速动比率（倍）	2.82	2.84	1.13	1.08
资产负债率（母公司）	16.61%	14.89%	72.74%	80.89%
指标	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
息税折旧摊销前利润（万元）	12,952.81	28,989.70	18,198.09	8,927.37
利息保障倍数	485.08	622.97	-	-

注：2019 年至 2020 年，公司无利息支出；2021 年及 2022 年 1-6 月，公司利息费用为 44.65 万元和 24.16 万元，主要系执行新租赁准则，确认租赁负债在租赁期内各期间的利息费用。

2、公司偿债能力指标与同行业公司的比较

同行业公司偿债能力指标如下：

时间	公司名称	流动比率	速动比率	资产负债率（母公司）
2022 年 6 月 30 日	乖宝宠物	2.02	0.94	20.32%
	中宠股份	1.46	0.87	35.78%
	佩蒂股份	3.14	2.36	40.06%
	平均值	2.21	1.39	32.05%
	福贝宠物	3.21	2.82	16.61%
2021 年 12 月 31 日	乖宝宠物	1.73	0.90	25.27%
	中宠股份	1.54	0.94	34.08%
	佩蒂股份	4.16	3.11	37.31%
	平均值	2.48	1.65	32.22%
	福贝宠物	3.32	2.84	14.89%

时间	公司名称	流动比率	速动比率	资产负债率（母公司）
2020 年 12 月 31 日	乖宝宠物	2.12	1.10	17.34%
	中宠股份	2.24	1.35	20.79%
	佩蒂股份	3.00	2.27	16.92%
	平均值	2.45	1.57	18.35%
	福贝宠物	1.25	1.13	72.74%
2019 年 12 月 31 日	乖宝宠物	2.08	1.29	23.58%
	中宠股份	1.33	0.82	44.43%
	佩蒂股份	2.36	1.73	17.61%
	平均值	1.92	1.28	28.54%
	福贝宠物	1.17	1.08	80.89%

注：上表中数据根据各公司定期报告或招股说明书等计算。

3、偿债能力分析

2019 年末、2020 年末，公司交易性金融负债金额较大，为负有潜在回购义务的增资款，引致公司流动比率、速动比率较低，资产负债率（母公司）较高，该等交易性金融负债已于 2021 年转入资本公积。

若剔除交易性金融负债的影响，报告期各期末，公司流动比率分别为 6.40、5.09、3.32 和 3.21，速动比率分别为 5.88、4.58、2.84 和 2.82，资产负债率（母公司）分别为 7.53%、10.47%、14.89%和 16.61%。2021 年末，随着上海福智工厂的投产、公司经营规模的扩大及在建工程的持续投入，公司应付账款金额有所增加，引致流动比率、速动比率有所下降。

若剔除交易性金融负债的影响，报告期各期末，公司流动比率及速动比率均高于同行业可比公司，资产负债率（母公司）均低于同行业可比公司，公司偿债能力较强，偿债风险较小。

总体而言，公司报告期内不存在短期偿债风险，公司优异的持续盈利能力有力的保证了公司的偿债能力，各项偿债能力指标表现良好，偿债风险较小。

（四）报告期股利分配的具体实施情况

2020 年 5 月，公司 2019 年度股东大会决议决定，向股东分配现金股利 1,000.00 万元。

2021 年 4 月，公司 2020 年度股东大会决议决定，向股东分配现金股利 10,000.00 万元。

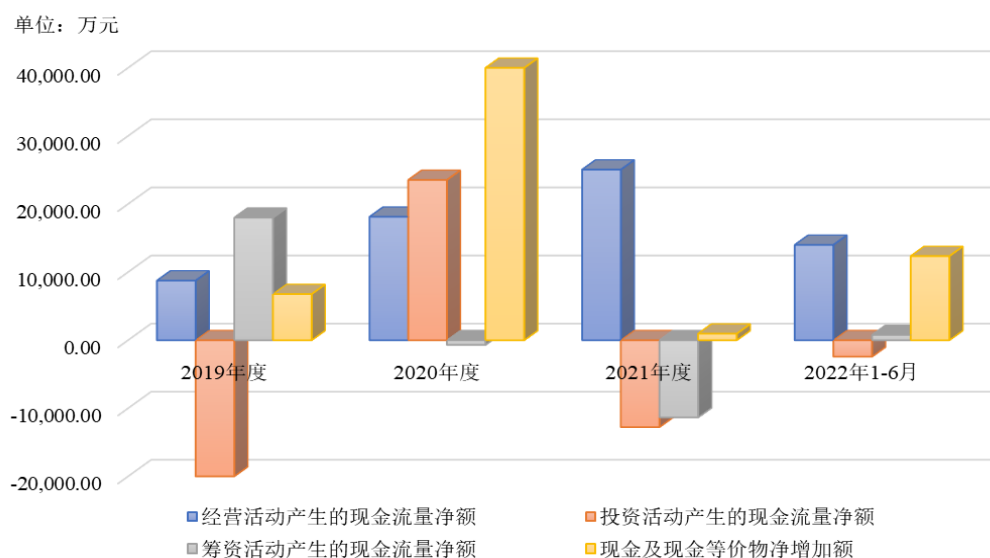
（五）现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经营活动现金流入小计	57,847.12	110,495.05	76,269.07	45,048.30
经营活动现金流出小计	43,843.22	85,436.72	58,142.31	36,284.25
经营活动产生的现金流量净额	14,003.90	25,058.32	18,126.76	8,764.05
投资活动现金流入小计	1.67	0.05	171,931.15	108,391.76
投资活动现金流出小计	2,415.10	12,758.28	148,392.72	128,380.21
投资活动产生的现金流量净额	-2,413.43	-12,758.23	23,538.43	-19,988.45
筹资活动现金流入小计	990.00	-	-	21,200.00
筹资活动现金流出小计	225.94	11,337.46	685.41	3,199.60
筹资活动产生的现金流量净额	764.06	-11,337.46	-685.41	18,000.40
汇率变动对现金的影响额	-	-	-	-
现金及现金等价物净增加额	12,354.54	962.63	40,979.78	6,776.00

报告期内，公司现金流量主要数据变动情况如下图所示：



1、经营活动现金使用分析

（1）经营活动现金流量总体情况

报告期内，公司经营活动现金流量详细情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	55,412.46	106,562.05	74,435.51	43,623.40
收到的税费返还	1,406.08	-	-	721.89
收到其他与经营活动有关的现金	1,028.58	3,933.00	1,833.56	703.00
经营活动现金流入小计	57,847.12	110,495.05	76,269.07	45,048.30
购买商品、接受劳务支付的现金	32,113.24	63,370.16	43,735.32	24,728.10
支付给职工以及为职工支付的现金	3,903.27	6,463.22	4,394.16	3,546.81
支付的各项税费	4,341.04	7,650.28	4,594.66	2,951.66
支付其他与经营活动有关的现金	3,485.66	7,953.06	5,418.17	5,057.68
经营活动现金流出小计	43,843.22	85,436.72	58,142.31	36,284.25
经营活动产生的现金流量净额	14,003.90	25,058.32	18,126.76	8,764.05
净利润	9,576.31	22,356.46	13,983.52	6,596.66

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额为 8,764.05 万元、18,126.76 万元、25,058.32 万元和 14,003.90 万元，同期净利润分别为 6,596.66 万元、13,983.52 万元、22,356.46 万元和 9,576.31 万元。公司经营活动现金流量整体情况良好。

报告期内，公司经营活动现金流量净额与净利润的差异主要系股份支付、公允价值变动收益、资产减值损失、固定资产折旧、投资损失等非现金流或非经营性现金流因素的影响所致。

2019 年度，公司经营活动现金流量净额高于同期净利润 2,167.39 万元，主要系公司将负有潜在回购义务的增资款确认为交易性金融负债，并在 2019 年末确认其公允价值变动收益-1,843.78 万元，该事项对公司无实际经营活动现金流出。

2020 年，公司经营活动现金流量净额高于同期净利润 4,143.24 万元，主要原因为：①公司因交易性金融负债确认公允价值变动收益-2,603.11 万元，该事项对公司无实际经营活动现金流出；②2020 年计入期间费用的股份支付金额增加了 224.53 万元，该事项对公司无实际经营活动现金流出；③2020 年末应收账款余额较 2019 年末有所下降。

2021 年及 2022 年 1-6 月，公司经营活动现金流量净额高于同期净利润

2,701.86 万元和 4,427.59 万元，主要系随着公司业务规模的扩大，经营性应付项目、固定资产折旧等增加较多。

(2) 将净利润调节为经营活动现金流量净额的具体过程

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
1.将净利润调节为经营活动现金流量				
净利润	9,576.31	22,356.46	13,983.52	6,596.66
加：信用减值损失	92.70	0.93	-20.90	30.47
资产减值准备	-	-	-	-
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧、投资性房地产折旧	883.10	708.21	324.51	281.65
使用权资产折旧	197.81	327.60	-	-
无形资产摊销	98.83	96.43	16.39	17.68
长期待摊费用摊销	54.84	39.27	7.09	4.17
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	-1.22	-	-	21.15
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	2.55	0.27	3.71	0.11
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-	426.74	2,603.11	1,843.78
财务费用（收益以“-”号填列）	24.16	44.65	-	-
投资损失（收益以“-”号填列）	-	-	-1,303.72	-832.36
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	13.56	-76.84	-34.39	58.51
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	2.35	-	-	-
存货的减少（增加以“-”号填列）	249.61	-3,801.22	-2,039.72	-545.92
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-1,087.42	-1,492.06	284.34	-586.11
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	3,896.73	6,427.87	4,078.28	1,644.66
其他	-	-	224.53	229.60
经营活动产生的现金流量净额	14,003.90	25,058.32	18,126.76	8,764.05

2、投资活动现金使用分析

报告期内，公司投资活动现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
收回投资收到的现金	-	-	170,600.00	107,543.69

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
取得投资收益所收到的现金	-	-	1,331.15	846.47
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	1.67	0.05	-	1.60
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	1.67	0.05	171,931.15	108,391.76
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付	2,415.10	12,758.28	9,080.92	1,818.71
投资支付的现金	-	-	139,200.00	126,561.50
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	-	-	111.80	-
投资活动现金流出小计	2,415.10	12,758.28	148,392.72	128,380.21
投资活动产生的现金流量净额	-2,413.43	-12,758.23	23,538.43	-19,988.45

报告期内，公司投资活动现金流量净额分别为-19,988.45 万元、23,538.43 万元、-12,758.23 万元和-2,413.43 万元。报告期内，公司各年投资活动产生的现金流量净额变动主要系申购及赎回银行短期理财产品、新增购置固定资产及无形资产等投资活动引致。具体情况如下：

（1）收回投资收到的现金/投资支付的现金

报告期内，公司收回投资收到的现金、投资支付的现金当期发生额变动，主要系公司资金暂时性闲置，通过银行理财产品提高资金收益所致。报告期内，公司投资支付的现金当期发生额分别为 126,561.50 万元、139,200.00 万元、0.00 万元和 0.00 万元，收回投资收到的现金当期发生额分别为 107,543.69 万元、170,600.00 万元、0.00 万元和 0.00 万元。

（2）购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金

报告期内，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 1,818.71 万元、9,080.92 万元、12,758.28 万元和 2,415.10 万元。报告期内，公司购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金主要系公司持续向在建工程项目投入资源所致。

3、筹资活动现金使用分析

报告期内，公司筹资活动现金流量详细情况如下：

单位：万元

项目	2022年 1-6月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
吸收投资收到的现金	-	-	-	21,200.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	990.00	-	-	-
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	990.00	-	-	21,200.00
偿还债务支付的现金	-	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	4.90	10,245.99	685.41	3,030.00
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	30.00
支付其他与筹资活动有关的现金	221.04	1,091.47	-	169.60
筹资活动现金流出小计	225.94	11,337.46	685.41	3,199.60
筹资活动产生的现金流量净额	764.06	-11,337.46	-685.41	18,000.40

报告期内，公司筹资活动现金流量净额分别为 18,000.40 万元、-685.41 万元、-11,337.46 万元及 764.06 万元。

其中，2019 年公司筹资活动现金流入，系公司当期收到股东股权投资款所致；2019 年至 2021 年公司筹资活动现金流出，系公司向全体股东分配现金股利、融资费用支出以及偿还租赁负债本金和利息所致。

（六）流动性风险分析

剔除交易性金融负债的影响，报告期各期末，公司负债主要为短期负债，主要包括应付账款、预收账款/合同负债、应付职工薪酬和应交税费，由日常经营产生。由于经营性负债与自身商业信用、业务规模相关，随着公司业务规模的扩大，经营性负债也随之增加，该部分负债不存在重大流动性风险。公司整体财务状况相对稳健，资产流动性较好。

公司所面临的流动性风险较小，未来，公司将通过公开发行股票以及进一步减少经营性负债、提高存货周转速度等方式不断优化债务结构和改善经营活动现金流，继续保持较低的流动风险，并保持公司资金的流动性。

（七）持续经营能力分析

1、行业政策

国家政策大力支持公司所处的宠物饲料加工行业。农业农村部于 2018 年出台的《宠物饲料管理办法》等 6 大规范性文件是行业监管部门首次正式颁布专门适用于宠物饲料的规范性文件，中国成为世界上为数不多的针对宠物食品制定专门法规的国家之一，具有里程碑式的意义，对行业发展起到规划和监管等宏观调控作用，有助于行业健康有序发展，为公司经营发展提供良好的外部环境。

2、宠物食品行业空间广阔

本行业的下游是终端消费市场，消费者主要为宠物饲养人群。终端消费者消费需求的稳定增长是宠物食品行业生存与发展的基础，是行业长期可持续发展的保障。随着我国国民经济的快速发展、人均收入水平的提高以及消费理念的升级，我国宠物食品行业有巨大的市场提升空间，市场发展前景可观。此外，我国专业宠物食品的渗透率远低于发达国家，伴随着我国国民经济的不断发展，消费者科学养宠理念的普及，未来我国专业宠物食品的渗透率有巨大的提升空间。

3、公司已形成较强的综合竞争力

公司自成立以来即从事宠物食品的研发、生产与销售，致力于为宠物提供健康、安全的优质宠物食品和科学喂养方案。公司积累了先进的生产工艺与产品配方技术，现已成为国内综合优势领先的宠物食品制造企业，在宠物食品市场具备了与海外品牌竞争的能力。随着我国宠物食品需求的快速扩张，公司业务规模将不断扩大，市场份额有望持续提升。

公司将持续加强对产品研发的投入，提高研发创新能力，提升公司产品的市场口碑、扩大品牌知名度。公司将凭借领先的宠物食品配方设计，不断丰富产品品类，针对不同的消费层级和消费需求提供差异化、个性化的产品选择，及时满足消费者的多样化需求。此外，公司将通过规模化、自动化改造提升生产效率、降低单位生产成本，确保公司盈利能力的连续性和稳定性。

综上所述，报告期内，公司经营情况基本稳定，经营业务和业绩水平处于正常状态，业务实现稳定增长，公司持续经营能力不存在重大不利变化。基于行业政策、行业发展和公司自身竞争力等因素，公司不存在重大的持续经营风险。

十一、重大资本性支出与重大资产业务重组事项

（一）重大资本性支出

1、报告期内公司的资本性支出情况

报告期内，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 1,818.71 万元、9,080.92 万元、12,758.28 万元和 2,415.10 万元。报告期内，公司的资本性支出主要为支付土地出让金、生产及运输设备购置、在建工程持续投入等。上述资本性支出均与公司主营业务相关，是公司日常经营正常开展、经营规模扩张的必要投入。

2、未来可预见的重大资本性支出情况

公司未来可预见的重大资本性支出计划主要为本次拟实施的募集资金投资项目以及公司根据宠物食品市场和自身情况进行办公场所建设、高端宠物食品产能扩充建设等计划。本次发行募集资金投资项目参见本招股说明书“第七节 募集资金运用与未来发展规划”。

（二）重大资产业务重组

报告期内，公司不存在重大资产业务重组情形。

十二、期后事项、或有事项、其他重要事项及重大担保、诉讼事项

（一）期后事项、或有事项

截至审计报告日，公司不存在重大期后事项、或有事项。

（二）其他重要事项

2017 年及 2019 年，公司引进新股东毅达投资、海富长江、中比基金（SS）、深创投、无锡红土、高邮红土、凯珩投资、圣元投资、毅达创投，并与该等股东签订对赌协议。2021 年 3 月，各方签订解除协议，终止了前述协议及协议中关于股份回购等相关对赌条款，且各方确认，截至协议签署之日，约定的对赌条款或其他利益安排条款均未触发。上述协议的主要内容及签署过程详见本招股书“第四节 发行人基本情况”之“三、发行人自成立以来重要事件”之“（五）对赌协议解除情况”。

公司首次申报前，相关对赌条款均未触发且已解除，在原申报财务报表中，公司将该等股东的股权投资分类为权益工具处理，相应确认股本及资本公积（股本溢价）。综合考虑对赌条款的内容及《企业会计准则第 37 号—金融工具列报应用指南》的规定，公司对原申报财务报表进行了会计差错更正，将报告期内负有潜在回购义务的增资款确认为交易性金融负债，并在资产负债表日对交易性金融负债按照公允价值进行核算，在解除对赌协议时，将确认的交易性金融负债结转至资本公积。

本次更正对发行人财务报表的影响如下：

（1）合并资产负债表

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	更正后 金额	变动金额	更正后 金额	变动金额	更正后 金额	变动金额
交易性金融负债	-	无变更	35,146.52	35,146.52	32,830.76	32,830.76
流动负债	19,779.04	无变更	46,630.25	35,146.52	40,198.55	32,830.76
负债合计	20,156.54	无变更	46,662.91	35,146.52	40,201.12	32,830.76
实收资本/股本	36,180.00	无变更	3,000.00	-33,180.00	3,000.00	无变更
资本公积	7,241.30	3,396.84	4,848.04	1,003.58	4,623.50	-32,176.42
盈余公积	1,994.59	-368.42	822.02	-325.74	89.72	-65.43
未分配利润	30,868.72	-3,028.42	19,905.47	-2,644.35	7,503.48	-588.90
归属于母公司股东权益合计	76,284.61	无变更	28,575.52	-35,146.52	15,216.71	-32,830.76
所有者权益合计	76,832.79	无变更	28,903.07	-35,146.52	15,638.13	-32,830.76

（2）合并利润表

单位：万元

项目	2021 年		2020 年		2019 年	
	更正后 金额	变动金额	更正后 金额	变动金额	更正后 金额	变动金额
公允价值变动收益	-426.74	-426.74	-2,603.11	-2,603.11	-1,843.78	-1,843.78
营业利润	27,747.31	-426.74	17,813.76	-2,603.11	8,598.87	-1,843.78
利润总额	27,773.52	-426.74	17,850.10	-2,603.11	8,623.88	-1,843.78
净利润	22,356.46	-426.74	13,983.52	-2,603.11	6,596.66	-1,843.78
持续经营净利润	22,356.46	-426.74	13,983.52	-2,603.11	6,596.66	-1,843.78
归属于母公司股东的净利润	22,135.82	-426.74	13,846.94	-2,603.11	6,529.10	-1,843.78

项目	2021 年		2020 年		2019 年	
	更正后 金额	变动金额	更正后 金额	变动金额	更正后 金额	变动金额
综合收益总额	22,356.46	-426.74	13,983.52	-2,603.11	6,596.66	-1,843.78
归属于母公司所有者的综合收益总额	22,135.82	-426.74	13,846.94	-2,603.11	6,529.10	-1,843.78

（三）重大担保、诉讼事项

截至报告期末，公司不存在重大对外担保、诉讼事项。

第七节 募集资金运用与未来发展规划

一、本次募集资金运用概况

（一）本次募集资金投资项目

根据公司 2023 年第一次临时股东大会审议决议，公司拟申请向社会公开发行人民币普通股 A 股，发行数量为不超过 4,020 万股，占本次发行后总股本的 10%。募集资金总额将根据市场情况和向询价对象的询价情况确定。

根据公司 2021 年第一次临时股东大会及 2022 年第一次临时股东大会分别审议通过的《关于募集资金投资项目可行性的议案》，批准实施四个募集资金投资项目。

本次发行 A 股募集资金计划全部用于以下与主营业务相关的项目：

单位：万元

序号	项目名称	实施主体	项目投资总额	拟募集资金投资额
1	宣城福贝宠物食品扩建项目	宣城福贝	24,285.03	24,285.03
2	智能仓储配送中心建设项目	宣城福新	22,000.00	22,000.00
3	营销及管理信息化建设项目	上海福益	5,441.00	5,441.00
4	研发中心建设项目	福贝宠物	5,065.00	5,065.00
合计			56,791.03	56,791.03

本次募集资金到位前，公司将根据实际生产经营需要，通过自筹资金对上述项目进行前期投入；本次募集资金到位后，公司将严格按照有关制度使用募集资金，募集资金可用于置换前期投入募集资金投资项目的自筹资金以及支付项目剩余款项，若本次发行实际募集资金低于募集资金投资项目投资额，公司将通过自筹资金解决，保证项目的顺利实施。若所筹资金超过预计资金使用需求的，本公司将根据中国证监会及上海证券交易所的有关规定对超募资金进行使用。

（二）本次募集资金专户存储安排

公司已制定《募集资金管理制度》，对募集资金存放、使用、用途变更、管理与监督作出明确规定。公司将严格遵循公司《募集资金管理制度》的规定，本次募集资金到位后将及时存入董事会指定的专项账户，严格按照募集资金使用计划确保专款专用。

（三）募集资金投资项目备案与环保情况

公司本次发行募集资金投资项目的备案及环保机构批复情况如下：

序号	项目名称	备案文号	签发部门
1	宣城福贝宠物食品扩建项目	项目代码： 2101-341861-04-02-817177	宣城经济技术开发区 经济发展局
2	营销及管理信息化建设项目	国家代码： 2103-310117-07-04-353967	上海市松江区经济委 员会
3	研发中心建设项目	国家代码： 2103-310116-07-05-133243	上海市金山区投资促 进办公室
4	智能仓储配送中心建设项目	项目代码： 2111-341861-04-01-776807	宣城经济技术开发区 管理委员会

本次发行扣除发行费用后的募资资金拟全部用于公司主营或其他相关业务。公司本次募集资金投资项目均与主营业务密切相关，且已在相关部门办理备案手续。其中，“营销及管理信息化建设项目”、“研发中心建设项目”、“智能仓储配送中心建设项目”不涉及占用土地和环境保护的问题，“宣城福贝宠物食品扩建项目”已在环保部门办理了环境影响登记备案手续。

经核查，保荐机构认为：发行人本次发行上市的募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定。

（四）募集资金投资项目与公司现有业务、核心技术之间的关系

本次发行募集资金投资项目符合公司主营业务的发展方向，将主要用于宠物干粮生产线扩能建设、营销及管理信息化建设、研发中心建设及智能仓储配送中心建设，募集资金投资项目的建成将提高公司的生产制造能力、技术研发实力、管理决策效率和市场营销能力，巩固并进一步提高公司的核心竞争力。

本次募集资金投资项目与公司主营业务、核心技术的关系如下：

项目名称	与公司主营业务、核心技术的关系
宣城福贝宠物食品扩建项目	新建厂房、购置自动化及智能化程度高的生产设备，新增宠物食品生产线，扩大公司主营产品生产规模，提高公司智能制造水平和产品品质，满足持续增长的市场需求。
营销及管理信息化建设项目	引入并形成具有统一集成、灵活、高效、协同、多维分析的信息管理系统平台和大数据平台，将营销系统建设成为整合公司内部信息系统及外部市场渠道的重要工具，建设成为能够给公司经营决策和战略规划提供及时准确的数据中心。打通公司供、产、销、人、财、物等环节系统信息化集成管理，为公司的产品创新、渠道建设、营销管理和运用等方面提供有力支持。

项目名称	与公司主营业务、核心技术的关系
研发中心建设项目	研发中心将专注于宠物食品的研发，重点是犬猫营养学研究，通过购置现代化的研发设备，实现行业关键技术的突破，加速新产品研发进程，提高产品技术水平，实现现有产品的持续创新升级，改善宠物食品的营养结构。
智能仓储配送中心建设项目	将建设一个智能化仓储配送中心，开发配套先进的智能仓储配送一体化管理系统，以提升公司物流仓储能力和仓储管理的智能化程度，为主营业务的顺利开展提供基础。

二、公司董事会对募集资金投资项目的可行性分析意见

公司董事会对本次募集资金投资项目可行性进行了审慎分析，认为本次募集资金投资项目的实施与公司实际的经营需要相契合，有利于提高公司的经营效益、研发水平、管理效率和企业内部营运效率，增强公司持续发展能力和核心竞争力。本次募集资金数额和投资项目与公司现有经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应。

（一）生产经营规模方面

报告期内，公司凭借先进的生产工艺技术、良好的产品质量及较高的市场知名度，生产经营规模迅速扩张，公司现有产能已经无法满足宠物食品市场需求的快速扩张，产能利用率一直维持在较高水平。募集资金投资项目的建设是在充分考虑现有生产规模的基础上对生产能力的适度扩大。

（二）财务状况方面

公司当前盈利能力及成长性良好，报告期内公司分别实现营业收入 40,495.91 万元、66,407.27 万元、97,837.02 万元及 52,490.17 万元，实现归属于母公司股东的净利润 6,529.10 万元、13,846.94 万元、22,135.82 万元及 9,487.22 万元，公司具有较强的持续盈利能力，财务状况良好。募集资金到位后将进一步增强公司的资本实力，解决企业生产、研发扩张对于资金的需求。公司财务状况能够支撑本次募集资金投资项目的建设及后续运营。

（三）技术水平方面

公司高度重视技术研发，自成立以来不断加大研发投入力度，经过多年的研发积累，公司已经形成了较强的研发能力，构建了一套完善的研发体系，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了专业化分工。凭借对

市场需求的精准掌握、配方工艺的严密论证和研发技术的投入，公司已研发设计并向市场累计投放数百种产品品类，多款创新产品获得市场的高度认可。公司已有的技术积累和持续的技术研发将为本次募集资金投资项目的顺利开展提供有力支撑。

（四）管理能力方面

公司主要管理层从事宠物食品行业多年，具备丰富的行业经验和管理才能，对宠物食品行业和技术发展趋势具有前瞻把握能力，有能力领导公司继续保持长期、稳定及健康的成长。目前公司已经建立了合理的运营架构，形成了有效的管理体系，已精心做好了本次募集资金投资项目的前期准备工作，并根据目标和调研分析进行了可行性分析和评估。本次募集资金数额和投资项目与公司现有管理能力相适应。

三、募集资金运用对同业竞争和独立性的影响

本次募集资金投资项目将围绕公司主营业务展开，由公司自主实施，实施后不会和本公司控股股东、实际控制人之间产生同业竞争或者对本公司的独立性产生不利影响。

四、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响

本次募集资金投资项目的建设，将对公司的财务状况和经营成果产生积极的影响。

（一）对公司净资产和每股净资产的影响

预计本次募集资金到位后，公司的净资产及每股净资产将大幅提高。同时，净资产增加将使公司股票的内在价值有较大幅度的提高，增强公司资金规模和实力，提升公司后续持续融资能力和抗风险能力，为公司下一步的市场扩张和战略部署提供有利的保障。

（二）对资产负债率和未来盈利能力的影响

本次募集资金到位后，公司的财务状况将显著改善，公司总资产也将大幅度增加，由于本次募集资金使用的生产型项目距全面达产需要一定的时间，短期内公司的资产负债率将有所下降。本次募集资金项目实施后，公司将在巩固和扩大

公司主要产品的市场份额、加速新产品的研发和生产等方面增强未来盈利能力，进而增强公司的可持续发展能力。

（三）对资产结构及资本结构的影响

本次募集资金到位后，公司货币资金将显著增加，公司流动比率和速动比率将有较大幅度提高，资产负债率将有所下降。此外，本次发行完成后，将为公司引入多元化的投资主体，优化公司股权结构，有利于完善公司的法人治理结构。

五、募集资金投资项目实施后对公司现有经营模式的影响

本次募集资金投资的项目是为促进和提升公司生产和研发能力而设计的，募集资金项目建设符合公司的发展战略。募集资金项目的实施，将提高公司现有产品的生产能力、丰富产品种类、改善研究开发平台和科研条件，为公司可持续发展奠定相应基础，全方位促使公司综合竞争力得到大幅度提升，有利于提高公司产品的经营业绩和市场份额，不会造成公司经营模式发生重大变化。

六、公司业务发展目标

（一）发展战略

公司在宠物食品领域深耕多年，始终坚持“成就人民美好生活”的企业使命，秉承“质量就是生命”的生产经营理念，遵循“营养均衡、科学配比和促进宠物健康”三大宠物食品配方设计理念，致力于为宠物提供健康、安全的优质宠物食品和科学喂养方案。未来，公司将继续聚焦宠物食品领域，以市场需求为导向，以研发创新为支撑，坚持既定的公司战略，进一步提升公司自主品牌“比乐”等品牌系列的市场知名度与美誉度，专注打造我国宠物食品领域优质、领先、卓越的民族品牌，建成国内一流的宠物食品制造企业。

（二）经营目标

面对宠物食品广阔的市场空间，公司将继续增加技术研发投入、加强技术创新、完善管理制度及运行机制，将更多高营养价值、高技术含量、高附加值、适应市场需求的宠物食品推向市场。同时，公司将不断增强市场开拓能力和市场快速响应能力，进一步优化公司现有的客户结构、提升产品的市场占有率，不断提高公司持续盈利能力，努力成为宠物食品行业的领军者。

（三）报告期内为实现战略目标已采取的措施及实施效果

1、持续加大研发投入

报告期内，公司研发费用分别为 736.68 万元、1,236.03 万元、1,638.19 万元和 880.36 万元。公司深耕宠物食品领域多年，一直将技术研发视为自身持续发展的原动力，持续保持研发投入。公司根据宠物的品种、宠物年龄、宠物成长环境等个体差异因素，不断探索产品配方、产品品类及口味特点，不断追求和提升产品的营养均衡性和功能多元性，推陈出新，以满足不断变化和多元化的消费需求。

2、注重人才培养

公司重视人才，培养人才，持续招揽研发型、营销型人才。高水平的专业人才团队是支撑公司技术创新、产品开发、市场开拓及运营管理的关键，为此公司通过在人才引进、培训学习体系、人才激励机制等方面进行持续的投入，不断完善公司人才梯队建设，打造了一支高素质、高水平的专业化人才队伍。

3、加强市场拓展力度

报告期内，公司不断加大市场开拓力度，开发了新的客户资源。公司在已有的市场份额基础上，与战略客户建立了较为稳定的合作关系，利用产品优势在细分产品市场与客户开展合作，从而实现与客户共同成长。

4、完善内部管理结构

报告期内，公司不断完善内部管理结构、提高管理水平以适应公司发展的需求。公司按照上市公司的要求，建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等相关制度，并在公司董事会下设立了战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会四个专门委员会，建立了科学有效的公司决策机制。

（四）发展计划及拟采取的措施

1、扩大产业规模计划

为满足宠物食品不断扩张的市场需求，公司将持续扩大高附加值产品的生产能力，不断优化和丰富产品线，提高公司产品的市场份额和产品竞争力，实现经

营规模的持续增长。本次募集资金投资项目“宣城福贝宠物食品扩建项目”实施后，公司将进一步扩大自主产能，在此基础上，公司将紧跟宠物行业发展趋势，针对市场需求和偏好，从宠物食品的营养均衡性、适口性、功能多样性、娱乐性等方面着手，持续优化和丰富产品种类，增强公司的市场竞争力。

2、生产技术升级和产品研发计划

公司将以市场需求为创新推动力，持续加大研发投入，重视宠物食品配方基础研究和生产工艺技术创新，继续加强产品与技术研发，提升公司产品的核心竞争力，促进公司的可持续发展；同时，公司将进一步提升研发效率，降低产品开发成本，缩短开发周期，加速研发技术的成果转化。公司将结合本次募集资金投资项目“研发中心建设项目”的实施，升级改造研发中心，改善研发条件，强化新产品、新技术、新工艺的试验和研发工作，并引入国际先进的研发生产设备，提升专业化、智能化生产水平，进一步提高公司的研发生产效率和能力。

3、自主品牌建设计划

随着居民消费水平的提高以及“科学育宠”理念的普及，信赖品牌、消费品牌已成为宠物食品消费的一种趋势和必然。因此公司将持续加强自主品牌建设，以保障产品质量为基础，立足现有市场地位，提升自主品牌的知名度和广域度，增强市场影响力。在品牌运营方面，公司将继续以“比乐”等自主品牌为核心，通过升级产品品质、提升产品定位、广告投放支持、营销活动推广，积极塑造、传递和提升公司的品牌形象。在市场营销方面，公司将加大市场宣传推广力度，加强与国际知名品牌实现跨领域的品牌合作，在进一步巩固主要销售区域的同时，积极向其他市场延伸和下沉，成为具有深度影响力的优秀民族品牌。

4、营销网络拓展计划

公司目前主要实施“线下和线上渠道并举”的销售渠道策略。未来，公司将结合本次募集资金投资项目“营销及管理信息化建设项目”，在继续加强对现有营销网络精细化管理的基础上，通过先进的营销信息系统整合线上线下渠道，实现快速精准的信息统计与分析，提升营销管理效率和决策水平。在销售渠道建设方面，公司将继续深化线下经销渠道建设，加强与各区域优质经销商渠道的合作，持续优化经销商结构，进一步挖掘经销商团队的主观能动性，并加强对经销商的

管理；此外，将不断深化与电商平台的合作，通过电商渠道持续推广自主品牌。在营销团队建设方面，公司将持续扩充和优化营销团队，提高跨区域市场管理水平，增强营销网络管控能力，为公司经营自主品牌提供强有力的支撑。

5、客户拓展计划

目前，公司已经积累了稳定的客户及渠道资源，公司与“网易严选”等综合性知名品牌商以及诸多国内知名的宠物食品品牌客户均建立了稳定的合作关系。未来，公司将持续巩固已有客户，开拓新客户，积极服务客户，及时响应客户的需求，实现客户价值的最大化。公司将利用现有的公司资源和渠道，努力开发具有发展潜力的客户群，实现公司客户规模群体的进一步扩张，为公司下个十年的发展奠定基础。

6、人力资源计划

在推进公司发展战略过程中，公司将实施较大力度的人力资源培养和引进，并拓展与高校、科研机构的产学研合作，有计划地培养跨学科的复合型人才梯队，引进高端研发技术人才和具有实践经验的高级管理人才，为未来发展打造一支结构合理、素质高、专业强的人力资源体系；未来公司还将继续完善薪酬体系，优化各层级员工的激励机制，进一步壮大公司的人才队伍。

7、资本市场计划

本次募集资金到位之后，将显著增强公司的资本实力，公司将严格按照相关规定运用本次募集资金，合理、有效地安排募集资金的使用和管理，确保募集资金投资项目顺利投产并产生预期效益，创造股东价值最大化。此外，公司将严格按照法人治理结构经营，促进企业规范化发展，提高公司的管理规范性。

第八节 公司治理与独立性

一、报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况

公司自整体变更为股份公司以来，根据《公司法》《证券法》等有关法律、法规、规范性文件和中国证监会的相关要求，公司已建立了股东大会、董事会、监事会等组织机构，并于董事会下设提名委员会、战略委员会、薪酬和考核委员会和审计委员会四个专门委员会，制定了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事制度》《总经理工作细则》《董事会秘书工作制度》及董事会各专门委员会工作细则等制度文件，就股东大会、董事会、监事会以及经营管理和重大经营事项的决策程序和权限等内容作了系统的规定。

公司已经逐步健全了符合上市要求的、能够保证中小股东充分行使权利的公司治理结构。报告期内，公司治理不存在重大缺陷。

二、发行人管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的自我评估意见以及注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

（一）公司管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的自我评估意见

公司董事会就报告期内内部控制情况出具了《内部控制自我评价报告》，认为公司已按照企业内部控制规范体系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，未发现非财务报告内部控制重大缺陷。

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

本次发行的审计机构大信会计师事务所（特殊普通合伙）就公司的内部控制制度出具了大信专审字[2022]第 4-00139 号《内部控制鉴证报告》，其认为福贝宠物按照《企业内部控制基本规范》和相关规定的于 2022 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

三、发行人报告期内违法违规情况

报告期内，发行人不存在重大违法违规情况。

四、发行人报告期内资金占用和对外担保的情况

（一）资金占用情况

报告期内，公司不存在被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用资金的情况。报告期内，公司与关联方之间的资金往来情况参见本节之“七、关联方、关联关系和关联交易”之“（二）报告期内的关联交易”。

（二）对外担保情况

报告期内，公司《公司章程》中已明确对外担保的审批权限和审议程序，不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形。报告期内，公司不存在对外担保情形。

五、面向市场独立持续经营能力

公司严格按照《公司法》《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，在资产、人员、财务、机构和业务等方面与公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业完全分开，具有独立完整的资产和业务及面向市场独立经营的能力，具体情况如下：

（一）资产完整

公司具备与生产经营有关的主要生产系统、辅助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，具有独立的原料采购和产品销售系统。

（二）人员独立

公司总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司的财务人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立

公司已建立独立的财务核算体系、能够独立作出财务决策、具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度；公司未与控股股东、实际控制人及其控制

的其他企业共用银行账户。

（四）机构独立

公司已建立健全内部经营管理机构、独立行使经营管理职权，与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。

（五）业务独立

发行人的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，以及严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

（六）主营业务、控制权、管理团队稳定

公司主营业务、控制权、管理团队稳定，最近三年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；发行人的股份权属清晰，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷，最近三年实际控制人没有发生变更。

（七）不存在对持续经营有重大不利影响的事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，不存在经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

六、同业竞争情况

（一）公司与控股股东、实际控制人之间不存在同业竞争

汪迎春直接持有公司 19,413.65 万股股份，通过宣城福毅志间接持有公司 185.65 万股股份并担任其执行事务合伙人，合计持有公司 19,599.30 万股股份，占公司股份总数的 54.17%，为公司控股股东，直接和间接控制公司 57.01%的表决权，并担任公司董事长兼总经理，为公司实际控制人。截至报告期末，公司控股股东、实际控制人未从事其他与公司相同、相似的业务或活动，与公司之间不存在同业竞争。

（二）公司与控股股东、实际控制人控制的其他企业之间不存在同业竞争

截至报告期末，控股股东、实际控制人除控制公司外，控制的其他企业为宣

城福毅志，该企业为发行人员工持股平台，与公司之间不存在实际从事相同、相似业务的情况，不存在同业竞争。

七、关联交易情况

（一）关联方与关联关系

1、报告期内公司的关联方

（1）控股股东及实际控制人

序号	姓名	关联关系	备注
1	汪迎春	控股股东、实际控制人	直接持有公司 53.66%股份、持有宣城福毅志 15.30%出资份额并担任其执行事务合伙人、任公司董事长、总经理

（2）控股及参股公司

序号	名称	关联关系	备注
1	上海福益	全资子公司	公司持有其 100.00%股权
2	上海福智	全资子公司	公司持有其 100.00%股权
3	福贝生物	全资子公司	公司持有其 100.00%股权
4	宣城福贝	控股子公司	公司持有其 97.00%股权
5	宣城福新	全资子公司	公司持有其 100.00%股权

（3）实际控制人控制或施加重大影响的其他企业或经营主体

序号	名称	关联关系	备注
1	宣城福毅志	实际控制人控制的其他企业或经营主体	该企业持有公司 3.35%股份，汪迎春持有该企业 15.30%出资份额并担任其执行事务合伙人
2	轻松学文化	实际控制人施加重大影响的其他企业或经营主体	汪迎春持有其 21%股权

（4）其他关联方

序号	名称	关联关系	备注
1	毅达投资	持有公司 5%以上股份的股东	持有公司 12.58%股份
2	毅达创投	持有公司 5%以上股份的股东	持有公司 1.52%股份，与毅达投资系一致行动人
3	海富长江	持有公司 5%以上股份的股东	持有公司 6.10%股份

序号	名称	关联关系	备注
4	中比基金(SS)	持有公司 5%以上股份的股东	持有公司 3.05%股份，与海富长江系一致行动人
5	黄莉	持有公司 5%以上股份的股东、关键管理人员	持有公司 5.83%股份，任公司董事、副总经理
6	汪春来	其他关键管理人员	持有公司 4.99%股份，实际控制人汪迎春之哥哥，任公司董事
7	郑珍		董事、副总经理
8	史云中		董事
9	张均宇		董事
10	白云霞		独立董事
11	黄先义		独立董事
12	李洪忠		独立董事
13	苒菲菲		监事
14	郭天龙		监事
15	蔡京定		监事
16	关辰禹		副总经理
17	程业		副总经理、财务负责人、董事会秘书
18	蔡仲碧	与实际控制人关系密切的家庭成员	实际控制人汪迎春之配偶、公司员工
19	汪毅		实际控制人汪迎春之女
20	汪玉满		实际控制人汪迎春之姐、公司员工
21	汪念泗		实际控制人汪迎春之兄、公司员工
22	宠出没(上海)品牌管理有限公司	其他关键管理人员密切的家庭成员施加重大影响的企业	公司副总经理关辰禹之母亲施加重大影响的企业

注：2021 年 9 月，关辰禹母亲已转让其间接持有的宠出没股份。

除上述关联方外，公司关联方还包括公司董事、监事、高级管理人员、持有公司 5%以上股份的自然人股东关系密切的家庭成员，以及公司董事、监事、高级管理人员、持有公司 5%以上股份的自然人股东或该等人员关系密切的家庭成员控制、共同控制、施加重大影响或担任董事、高级管理人员的其他企业。公司董事、监事、高级管理人员控制、共同控制、施加重大影响或担任董事、高级管理人员的企业详见本招股书“第四节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”及“十三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的对外投资情况”。

2、公司实际控制人、董监高家庭关系密切成员从事商业经营和控制企业情况

公司实际控制人、董监高家庭关系密切成员从事商业经营的企业，是指上述人员从事通过商品或服务买卖进行经营活动并获取利润的企业，不包括以财务投资为目的而持有公司股权或企业财产份额的企业。

公司实际控制人、董监高家庭关系密切成员控制企业，是指上述人员拥有对该企业的权力，通过参与该企业的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对该企业的权力影响其回报金额的企业。

根据上述定义，截至本招股说明书签署日，公司实际控制人、董监高家庭关系密切成员从事商业经营和控制企业具体情况如下：

类别	姓名	家庭关系密切成员	企业名称	实际业务及主要产品	基本财务状况	住所	股权结构	控制方式
实际控制人	汪迎春	-	宣城福毅志企业管理中心(有限合伙)	公司员工持股平台	截至2021年12月31日,资产总计2,771.00万元,净资产2,771.00万元,净利润371.00万元	安徽省宣城经济技术开发区青弋江大道宣城科技园B19-1幢311室	汪迎春持有15.30%的财产份额、其他合伙人合计持有84.70%的财产份额	公司董事长、总经理汪迎春持有15.30%的财产份额并担任执行事务合伙人
			苏州轻松学文化传播有限公司	宠物专业护理培训及宠物营养培训	截至2021年12月31日,资产总计241.23万元,净资产-5.53万元,净利润-28.64万元	苏州市吴中区长桥街道财智商务广场2幢616号1室	万巧玉持股65.00%、汪迎春持股21.00%、吴惠珍持股14.00%	公司董事长、总经理汪迎春持股21.00%
董事	黄莉	汤桂花,系黄莉弟弟的配偶	深圳市曼达洋商贸有限公司	建筑材料的销售	截至2021年12月31日,资产总计6.77万元,净资产40.08万元,净利润0.93万元	深圳市龙岗区南湾街道景芬路5号慢城花园三期17栋401	汤桂花持股60.00%、汤艳梅持股40.00%	公司董事、副总经理黄莉弟弟的配偶汤桂花持股60.00%并担任监事
	郑珍	晏琴,系郑珍配偶的母亲	上海暴焱信息科技有限公司	电力技术信息服务	截至2021年12月31日,资产总计22.28万元,净资产-1.54万元,净利润-0.75万元	上海市金山区金山卫镇钱鑫路297号270-B室	晏琴持股100.00%	公司董事、副总经理郑珍配偶的母亲晏琴持股100.00%并担任执行董事
	张均宇	-	武汉荟达亚投资管理有限责任公司	投资咨询	截至2021年12月31日,资产总计1,078.01万元,净资产1,002.92万元,净利润3.04万元	武汉市东湖新技术开发区高新大道666号C4栋1楼	张均宇持股33.334%、李保国持股33.333%、顾弘持股33.333%	公司外部董事张均宇持股33.334%并担任执行董事兼经理
		-	武汉欣达亚投资管理合伙企业(有限合伙)	投资咨询	截至2021年12月31日,资产总计2,890.35万元,净资产2,889.65万元,净利润0.24万元	武汉市东湖新技术开发区高新大道666号光谷生物城创新园C4栋1楼	张均宇、顾弘、李保国各持有12.61%的财产份额、其他合伙人合计持有62.17%的财产份额	公司外部董事张均宇持股12.61%,且其实际控制的武汉荟达亚投资管理有限责任公司担任执行事务合伙人

类别	姓名	家庭关系密切成员	企业名称	实际业务及主要产品	基本财务状况	住所	股权结构	控制方式
	李洪忠	-	上海饰点艺术设计有限公司	装饰设计	截至2021年12月31日，资产总计18.19万元，净资产-30.70万元，净利润0.75万元	上海市松江区新桥镇莘砖公路668号207室	李洪忠持股60%、刘红持股40%	公司外部董事李洪忠持股60%并担任执行董事
高级管理人员	关辰禹	李惠英，系关辰禹的母亲	卓立国城（北京）建设发展有限公司	无实际经营	截至2021年12月31日，资产总计3.80万元，营业收入2.97万元	北京市平谷区中卫世纪城3号楼4层401	李惠英持股100.00%	公司副总经理关辰禹的母亲李惠英持股100.00%并担任执行董事兼经理

3、历史关联方（曾经存在关联关系的自然人及公司）

序号	名称	曾经存在的关联关系	备注
1	宣城市福佳宠物食品有限公司	实际控制人控制的其他企业	2021 年 3 月因经办人员误操作设立，无任何实际经营，已于 2021 年 4 月 9 日注销。
2	思玛酷	公司原控股子公司、实际控制人担任法定代表人的企业	2020 年 1 月公司转让所持有的 51% 股权退出思玛酷。
3	迪玻尔（上海）宠物用品有限公司	实际控制人施加重大影响的其他企业或经营主体	2018 年 7 月汪迎春转让所持有的 20% 股权退出迪玻尔宠物；迪玻尔宠物于 2019 年 9 月 18 日注销。
4	福贝世亨生物医药（上海）有限公司	实际控制人施加重大影响的其他企业或经营主体	2019 年 4 月 19 日注销。
5	汪淑敏	其他关键管理人员	2018 年初至 2019 年 12 月任公司监事。

（1）2018 年参与设立思玛酷的目的、2020 年转让思玛酷的具体原因

①2018 年参与设立思玛酷的目的

斯玛库（思玛酷）为日本上市公司中部饲料株式会社下属子品牌，在日本地区具有近五十年的宠物食品发展历史，具有丰富的亚洲地区宠物主粮生产工艺、市场拓展经验。2018 年斯玛库（思玛酷）品牌计划进入国内市场，日方需要寻找合适的国内代工生产企业。作为国内领先、质量稳定的宠物主粮代工企业，福贝有限亦希望通过双方合作，充分借鉴思玛酷在日本地区中高端宠物主粮的行业理解以及品牌管理运营优势，抓住国内行业快速发展的市场机遇。

基于前述原因，2018 年度，福贝有限参与设立思玛酷。

②2020 年转让思玛酷的具体原因

思玛酷设立后，公司与斯玛库（思玛酷）在经营理念方面存在一定差异，且在市场开拓等方面的合作未达预期。

基于前述原因，2020 年初，公司转让持有的思玛酷 51% 股权，退出持股。

（2）思玛酷设立以来的股权结构及变动情况

①设立思玛酷（2018 年 5 月，注册资本 500 万元）

2018 年 4 月 13 日，福贝有限、思玛酷株式会社、河北翼高贸易有限公司与大仓农业株式会社约定共同出资 500 万元设立思玛酷，其中福贝有限以人民币出

资 255 万元人民币，思玛酷株式会社以美元现汇出资 150 万元人民币，河北翼高贸易有限公司以人民币出资 75 万元人民币，大仓农业株式会社以人民币出资 20 万元人民币。

2018 年 5 月 22 日，思玛酷取得上海市工商行政管理局核发的《营业执照》（统一社会信用代码：91310000MA1JANAM74）。

思玛酷设立时股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	出资比例
1	福贝有限	255.00	51.00%
2	思玛酷株式会社	150.00	30.00%
3	河北翼高贸易有限公司	75.00	15.00%
4	大仓农业株式会社	20.00	4.00%
合计		500.00	100.00%

②第一次股权转让（2020 年 5 月，注册资本 500 万元）

2019 年 12 月 31 日，思玛酷召开董事会，决议同意：福贝宠物将其持有的 155 万元出资额以 129.13 万元的价格转让给河北翼高贸易有限公司，将其持有的 100 万元出资额以 83.31 万元的价格转让给展钰（上海）生物科技有限公司。同日，股权转让各方签署了《股权转让协议》。

2020 年 5 月 19 日，思玛酷就上述股权转让事项办理完成工商变更登记手续。

本次股权转让完成后，思玛酷的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	出资比例
1	河北翼高贸易有限公司	230.00	46.00%
2	思玛酷株式会社	150.00	30.00%
3	展钰（上海）生物科技有限公司	100.00	20.00%
4	大仓农业株式会社	20.00	4.00%
合计		500.00	100.00%

(3) 思玛酷相关股东与公司不存在关联关系

序号	公司名称	股东名称	与发行人关联关系
1	思玛酷	河北翼高贸易有限公司	无关联关系
		思玛酷株式会社	无关联关系
		展钰（上海）生物科技有限公司	无关联关系
		大仓农业株式会社	无关联关系

(4) 思玛酷股权转让前后与发行人业务往来情况

单位：万元

公司名称	主要交易内容	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
思玛酷	销售商品	363.97	475.66	483.12	362.36

注：本表格披露的 2020 年度、2021 年度、2022 年 1-6 月业务往来金额分别为 483.12 万元、475.66 万元、363.97 万元，与本招股书“第七节 公司治理与独立性”之“七、关联交易情况”披露的业务往来金额数据存在差异，主要原因系公司出售思玛酷股权，公司于 2020 年 3 月起不再将思玛酷纳入合并报表范围，且汪迎春于 2020 年 5 月不再担任思玛酷法定代表人，思玛酷于 2020 年 5 月起不再为公司关联方。基于谨慎性原则，招股书将与思玛酷的交易延长 12 个月披露，2020 年 3 月至 2021 年 5 月公司与思玛酷之间的交易比照关联交易列示。

(5) 交易作价公允性分析

2019 年 12 月，福贝宠物分别将其持有的 155 万元、100 万元出资额以 129.13 万元、83.31 万元的价格转让给河北翼高贸易有限公司、展钰（上海）生物科技有限公司，具体转让情况如下表所示：

出让方	受让方	转让标的	对应思玛酷 注册资本 (万元) ①	股权转让价 款(万元) ②	折价率③ = (①-②) / ①	定价依据
福贝 宠物	河北翼高贸易有 限公司	思玛酷 31% 股权	155.00	129.13	16.69%	以思玛酷截止 2019 年 9 月 30 日 净资产为基础协 商确定。
	展钰（上海）生 物科技有限公司	思玛酷 20% 股权	100.00	83.31	16.69%	

注：2019 年 12 月，福贝宠物转让其持有的思玛酷股权未进行评估，交易作价以思玛酷截止 2019 年 9 月 30 日净资产为基础协商确定。思玛酷截止 2019 年 9 月 30 日的净资产为 416.56 万元，福贝宠物在股权转让前所持股份比例为 51%，对应净资产比例为 212.45 万元，与股权转让价款一致。

综上所述，由于转让时思玛酷尚处于亏损状态，福贝宠物分别向河北翼高贸易有限公司、展钰（上海）生物科技有限公司转让思玛酷 31%、20% 股权以净资产为基础协商确定，定价依据合理、价格公允，且河北翼高贸易有限公司、展钰（上海）生物科技有限公司已支付股权转让款并办理工商变更手续，交易相关方

不存在利益输送或其他利益安排的情形。

（二）报告期内的关联交易

1、报告期内关联交易简要汇总表

单位：万元

项目	关联交易内容	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经常性关联交易	销售商品	158.46	293.47	602.37	41.43
	关键管理人员薪酬	255.51	548.03	576.54	294.74
偶发性关联交易	与关联方的资金往来	-	-	-	27.95
	关联方应收应付款项	-	-	0.13	0.11

根据发行人《公司章程》等相关规定，发行人重大关联交易指：公司与关联人发生的金额在 3,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易（公司获赠现金资产和提供担保除外），报告期内发行人不存在重大关联交易。

2、经常性关联交易

（1）采购商品/接受劳务情况

报告期内，公司与关联方之间不存在采购交易。

（2）销售商品/提供劳务情况

报告期内，公司与关联方或比照关联方之间发生的销售交易具体情况如下：

关联方名称	主要交易内容	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额 (万元)	占销售 总额的 比例	金额 (万元)	占销售 总额的 比例	金额 (万元)	占销售 总额的 比例	金额 (万元)	占销售 总额的 比例
迪玻尔宠物	销售商品	-	-	-	-	-	-	16.06	0.04%
宠出没	销售商品	158.46	0.31%	123.31	0.13%	139.61	0.21%	25.37	0.06%
思玛酷	销售商品	-	-	170.16	0.18%	462.76	0.70%	-	-
合计	-	158.46	0.31%	293.47	0.31%	602.37	0.91%	41.43	0.10%

注：因公司出售思玛酷股权，公司于 2020 年 3 月起不再将思玛酷纳入合并报表范围，且汪迎春于 2020 年 5 月不再担任思玛酷法定代表人，思玛酷于 2020 年 5 月起不再为公司关联方。基于谨慎性原则，延长 12 个月披露，2020 年 3 月至 2021 年 5 月公司与思玛酷之间的交易比照关联交易列示。

①报告期内与迪玻尔宠物的经常性关联交易

报告期内，公司与关联方迪玻尔（上海）宠物用品有限公司（以下简称“迪玻尔宠物”）存在销售产品的经常性关联交易：

单位：万元

关联方名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
迪玻尔宠物	-	-	-	16.06

由上表可知，公司 2019 年向迪玻尔宠物销售金额较小，占发行人销售比例极低，公司与迪玻尔宠物的关联交易对发行人日常经营影响较小。2020 年以来，公司与迪玻尔宠物不存在关联交易。

迪玻尔宠物的主营业务为宠物用品、宠物食品、宠物玩具的销售。由于宠物主对宠物食品、宠物日用品、玩具等具有综合性采购需求，公司根据迪玻尔宠物产品要求生产相关犬粮、猫粮后用于迪玻尔宠物产品搭配销售，有利于提升公司产品销售市场竞争力，具有一定的合理性及必要性。

②报告期内与宠出没的经常性关联交易

报告期内，公司与关联方宠出没存在销售产品的经常性关联交易：

单位：万元

关联方名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
宠出没	158.46	123.31	139.61	25.37

宠出没系公司副总经理关辰禹的直系亲属施加重大影响的企业，其主营业务为宠物食品销售等，宠出没选择公司作为其宠物干粮的 ODM 供应商。公司根据宠出没产品要求生产相关犬粮、猫粮后用于宠出没自身销售，具有一定的合理性及必要性。

③报告期内与思玛酷的经常性关联交易

报告期内，公司与比照关联方思玛酷存在销售产品的经常性关联交易：

单位：万元

关联方名称	2021 年 1-5 月	2020 年 3-12 月	2019 年度
思玛酷	170.16	462.76	-

上述关联交易系公司向其销售犬粮、猫粮等宠物食品形成。思玛酷系公司历

史子公司，思玛酷主营业务为宠物食品的研发、批发及零售，其销售的猫粮、犬粮产品长期由公司进行加工。转让后，思玛酷的相关资产、人员继续独立运行，因公司具备完善的生产工艺，对思玛酷产品生产研发具备经验，双方选择继续合作。思玛酷产品继续交由公司进行加工，思玛酷作为公司 ODM 客户继续与公司进行交易，具有一定的合理性及必要性。

（3）关键管理人员薪酬

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
关键管理人员 税前薪酬总和	255.51	548.03	576.54	294.74

3、偶发性关联交易

（1）与关联方的资金往来

报告期内，公司与关联自然人黄莉存在资金往来，具体情况如下：

单位：万元

期间	科目	期初余额	本期减少	本期增加	期末余额
2019 年度	其他应付款	27.95	27.95	-	-
2020 年度	-	-	-	-	-
2021 年度	-	-	-	-	-
2022 年-1-6 月	-	-	-	-	-

2019 年初，公司对黄莉其他应付款形成原因系：2017 年公司与京东电商平台入仓模式交易形成部分临期库存，经公司与京东相关人员协商后委托销售负责人黄莉将该批临期库存购回，形成相应的公司对黄莉的间接销售 27.95 万元。基于谨慎性考虑，后续申报会计师将该部分收入进行调减，并相应形成期末公司对黄莉其他应付款 27.95 万元，公司于 2019 年予以返还。

截至 2019 年 12 月 31 日，上述公司与黄莉的往来款项已全部清理完毕。同时，公司不断完善资金管理制度与存货管理体系，建立了《银行存款管理办法》《存货管理制度》等内部控制制度，加强对公司资金管理及审批以及临期产品的预警与监控。自 2020 年以来，公司与关联方之间未再发生款项往来的情况。

（2）关联方应收应付款项

报告期各期末，公司与关联方的应收应付款项余额情况如下：

单位：万元

关联方	项目名称	2022年6月 30日	2021年12月 31日	2020年12月 31日	2019年12月 31日
宠出没	预收款项	-	-	-	0.004
关辰禹	其他应付款	-	-	0.13	0.11
合计		-	-	0.13	0.11

自2020年1月1日起，适用新《会计准则》，公司将已收或应收客户对价而应向客户转让商品或提供服务的义务列示为合同负债，2020年1月1日、2020年12月31日、2021年12月31日和2022年6月30日合同负债余额情况如下：

单位：万元

关联方	项目名称	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2020 年 1 月 1 日
思玛酷	合同负债	-	-	11.16	-
宠出没		28.46	6.33	2.03	0.003
合计		28.46	6.33	13.19	0.003

报告期各期末，公司与宠出没、迪玻尔宠物、思玛酷的预收款项或合同负债余额系预收相应的产品销售货款；公司与黄莉其他应付款系前述关联方资金往来金额27.95万元。

4、关联交易对发行人财务状况和经营成果的影响

前述其他偶发性关联交易基于客观条件发生，资金结算正常，不影响公司的经营。截至本招股说明书签署日，公司已对前述所有关联交易已经履行或补充履行了内部决策程序及信息披露程序，独立董事发表意见认为不存在损害公司及股东利益的情形。

（三）《公司章程》中关于关联交易决策程序的规定

“第三十五条 公司的控股股东、实际控制人员不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定的，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

第三十七条 公司下列对外担保行为，应当在董事会审议通过后提交股东大会审议：

（七）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。

在股东大会审议为股东、实际控制人及其关联方提供担保的议案时，该股东或受该实际控制支配的股东，不得参与该项表决，表决须由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。

第三十八条 公司发生下述关联交易事项，应当在董事会审议通过后提交股东大会审议：

（一）公司与关联人发生的金额在 3,000 万以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）；

（二）公司为关联人提供担保。

第七十四条 股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议中应当说明非关联股东的表决情况。

第九十一条 董事应当遵守法律、行政法规和本章程，对公司负有下列忠实义务：

（九）不得利用其关联关系损害公司利益；

第一百一十三条 董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。

第一百三十五条 监事不得利用其关联关系损害公司利益，若给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。”

（四）公司报告期关联交易的执行情况

公司已分别召开董事会、股东大会，对公司报告期内的关联交易事项予以确认，关联股东或董事在审议相关交易时回避。独立董事和监事会成员对报告期内的关联交易履行审议程序的合法性及交易价格的公允性发表了意见。独立董事认为：“公司近三年的关联交易定价公允，履行了必要的决策程序，不存在损害公司及中小股东利益的情况，不存在通过关联方替公司支付成本、费用，输送经济

利益的情形或者采用无偿或不公允的交易价格向发行人提供经济资源的情况”。要性。公司在报告期内已发生的重大关联交易履行了法律、法规、其他规范性文件及《公司章程》规定的程序或经过该等程序追认，审议程序合法有效。

（五）关联方变化情况

报告期内，公司的主要关联方变化情况参见本招股说明书之“第八节公司治理与独立性”之“七、关联方及关联交易”之“（一）关联方及关联关系”之“3、历史关联方”。

第九节 投资者保护

一、发行前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

根据公司 2021 年第一次临时股东大会通过的决议：如公司股票经上海证券交易所审核通过并经中国证监会同意注册，公司首次公开发行股票前的滚存未分配利润由发行后的新老股东按照持股比例共享。

二、发行前后股利分配政策差异情况

本次发行前，公司已根据《公司法》等法律法规的相关规定，制定了《公司章程》，并对利润政策进行了具体约定。针对本次发行，公司根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》及《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》等法律法规的相关规定，制定了发行上市后适用的《公司章程（草案）》，进一步明确了公司利润分配原则、分配形式、现金及股利分配条件，完善了公司利润分配的决策程序和机制以及利润分配政策的调整程序，并根据公司发展阶段、行业特定等情况制定了差异化的现金分红比例，加强了对中小投资者的利益保护。

三、有关现金分红的股利分配政策、决策程序及监督机制

公司召开 2021 年第一次临时股东大会和 2023 年第一次临时股东大会通过了《公司章程（草案）》及《上海福贝宠物用品股份有限公司未来三年股东分红回报规划》，对实施现金分配的条件、现金分配比例、利润分配的决策机制和程序和监督机制作了详细明确的规定。具体如下：

（一）有关现金分红的股利分配政策

根据上市后适用的《公司章程（草案）》及《上海福贝宠物用品股份有限公司未来三年股东分红回报规划》，公司发行上市后有关现金分红的股利分配政策主要内容如下：

1、利润分配原则

公司实行持续、稳定的利润分配政策，公司对利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展。

2、利润分配形式

公司可采取现金或股票或现金与股票相结合的方式或者法律法规允许的其他方式分配利润，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。在符合现金分红的条件下，公司应当优先采取现金分红的方式进行利润分配。

3、现金分红条件

公司拟实施现金分红的，应同时满足以下条件：

- （1）公司当年盈利且累计未分配利润为正；
- （2）公司现金流满足公司正常经营和长期发展的需要，且不存在影响现金分红的重大投资计划或重大现金支出事项。
- （3）审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告。

4、现金分红利的期间间隔

在满足上述现金分红条件情况下，公司应当采取现金方式分配利润，原则上每年度进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司盈利及资金需求情况提议公司进行中期现金分红。

5、现金分红比例

公司应保持利润分配政策的连续性与稳定性，在满足上述现金分红条件的情况下，每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 10%。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，区分以下情形，并按照公司章程规定的程序，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，按照前项规定处理。

公司目前发展阶段属于成长期且未来有重大资金投入支出安排，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%。随着公司的不断发展，公司董事会认为公司的发展阶段属于成熟期的，则根据公司有无重大资金支出安排计划，由董事会按照公司章程规定的利润分配政策调整的程序提请股东大会决议提高现金分红在本次利润分配中的最低比例。

若公司业绩增长快速，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金分配之余，提出并实施股票股利分配预案。

（二）有关现金分红的决策程序

公司每年利润分配预案由公司董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金需求提出和拟定，经董事会审议通过并经半数以上独立董事同意后提请股东大会审议。独立董事及监事会对提请股东大会审议的利润分配预案进行审核并出具书面意见。

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、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见；独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流（包括但不限于提供网络投票表决、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。

在当年满足现金分红条件情况下，董事会未提出以现金方式进行利润分配预案的，还应说明原因并在年度报告中披露，独立董事应当对此发表独立意见。同时在召开股东大会时，公司应当提供网络投票等方式以方便中小股东参与股东大会表决。

股东大会应根据法律法规和《公司章程》的规定对董事会提出的利润分配预案进行表决。

公司根据生产经营需要需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定，有关调整利润分配政策的议案需事先征求独立董事及监事会的意见，并需经公司董事会审议通过后提交股东大会批准，经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。为充分考虑公众投资者的意见，该次股东大会应同时采用网络投票方式召开。

（三）有关现金分红的监督机制

监事会对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督，并对年度内盈利但未提出利润分配预案的，就相关政策、规划执行情况发表专项说明和意见。

第十节 其他重要事项

一、重要合同

（一）重大销售合同

1、ODM/OEM 业务合同

截至报告期末，公司与多家 ODM/OEM 客户签订了销售合同，协议内容为框架协议，双方就订单确认、货款结算、提货与验收规则、产品运输、原辅料供应等内容进行了约定，与主要 ODM/OEM 客户的协议内容如下：

序号	合同相对方	签约主体	合同有效期	履行情况
1	杭州网易严选贸易有限公司	福贝宠物	协议终止前 30 日内双方未作相反表示的，有效期顺延一年。	正在履行
2	席域进出口贸易（西安）有限公司	宣城福贝	2019.7.1-2021.12.31	已履行
3	陕西席域宠物食品有限公司	福贝宠物、宣城福贝	2020.12.1-2022.12.31	正在履行
4	上海宠幸宠物用品有限公司	宣城福贝	2021.1.1-2022.12.31	正在履行
5	深圳市豆柴宠物用品有限公司	宣城福贝	2019.9.2-2022.12.31	正在履行
6	麦和（广州）实业有限公司	宣城福贝	2019.1.1-2021.12.31	已履行
			2021.1.1-2021.12.31，如双方没有异议，默认续签 1 年	正在履行
7	艾斯克（南京）生物科技有限公司	福贝宠物	2021.1.1-2022.12.31	正在履行
8	华宠（上海）企业管理股份有限公司	福贝宠物	2019.1.1-2021.12.31	已履行
			2022.1.1-2023.12.31	正在履行
9	醇粹宠物用品（上海）有限公司	福贝宠物	2020.9.1-2021.12.31	已履行
10	杭州帕特诺尔宠物有限公司	宣城福贝	2020.7.1-2022.12.31	正在履行
		福贝宠物	2020.11.15-2022.12.31	正在履行
11	绍兴小淘气宠物用品有限公司	上海福智	2021.10.25-2022.10.24	正在履行

2、经销业务合同

截至报告期末，公司与多家经销商签订了经销合同，协议内容为框架协议，双方就价格政策与结算方式、产品质量保证与退换货等内容进行了约定，与主要经销商的协议内容如下：

序号	合同相对方	签约主体	合同有效期	履行情况
1	义乌市卡捷电子商务商行	上海福益	自签署日至2021年12月31日	已履行
			自签署日至2022年12月31日	正在履行
2	天津瑞杰宠物用品有限公司	上海福益	自签署日至2021年12月31日	已履行
			自签署日至2022年12月31日	正在履行
3	怀化市兴宠贸易有限公司	上海福益	自2021年1月1日至2021年12月31日	已履行
4	南和县兴宇宠物用品店	上海福益	自签署日至2021年12月31日	已履行
			自签署日至2022年12月31日	正在履行
5	郑州市惠济区合创宠物用品商行	上海福益	自签署日至2021年12月31日	已履行
			自签署日至2022年12月31日	正在履行
6	龙泉驿区西河镇博胜宠物用品经营部	上海福益	自签署日至2021年12月31日	已履行
			自签署日至2022年12月31日	正在履行
7	济南壹伴宠物文化传播有限公司	上海福益	自签署日至2021年12月31日	已履行
8	广西飓风宠物用品有限责任公司	上海福益	自签署日至2021年12月31日	已履行
9	济南悠贝宠物网络科技有限公司	上海福益	自签署日至2022年12月31日	正在履行
10	上海家宠贸易有限公司	上海福益	自签署日至2022年12月31日	正在履行
11	温州市鹿城区胡仲宠物用品店	上海福益	自签署日至2022年12月31日	正在履行
12	上海丰永商贸有限公司	上海福益	自2022年1月1日至2022年12月31日	正在履行

3、线上 B2C 业务合同

截至报告期末，公司与主要电商平台淘宝、京东等签订的线上 B2C 业务合同具体如下：

序号	平台方名称	协议名称	合同有效期	履行情况
1	浙江天猫技术有限公司、浙江天猫网络有限公司	天猫商户服务协议	自服务实际开通日起算，至 2022 年 12 月 31 日终止	正在履行
2	北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司、江苏京东旭科信息技术有限公司	“京东JD.COM”开放平台在线服务协议	2022.4.1-2023.3.31	正在履行

4、电商平台入仓业务合同

截至报告期末，公司与主要电商平台京东、考拉海购等签订的电商平台入仓业务合同具体如下：

序号	平台方名称	协议名称	合同有效期	履行情况
1	北京京东世纪贸易有限公司	“京东JD.COM”开放平台店铺服务协议	2022.4.1-2023.3.31	正在履行
2	杭州优买科技有限公司	产品供应合同	2020.4.17-2023.4.16	正在履行

（二）重大采购合同

1、原材料采购合同

截至报告期末，公司与主要原材料供应商签订了框架性采购合同，具体情况如下：

序号	合同相对方	签约主体	合同有效期	履行情况
1	如皋市裕旺旺饲料有限公司	福贝宠物	自签署日至 2021 年 12 月 31 日	已履行
		宣城福贝	自签署日至 2021 年 12 月 31 日	已履行
		福贝宠物	自签署日至 2022 年 12 月 31 日	正在履行
2	政和县硕丰蛋白饲料有限公司	福贝宠物	自签署日至 2021 年 12 月 31 日	已履行
		宣城福贝	自签署日至 2021 年 12 月 31 日	已履行
		福贝宠物	自签署日至 2022 年 12 月 31 日	正在履行
3	溧阳市溧福肉粉有限公司	福贝宠物	自签署日至 2021 年 12 月 31 日	已履行
		宣城福贝	自签署日至 2021 年 12 月 31 日	已履行
		福贝宠物	自签署日至 2022 年 12 月 31 日	正在履行
4	江苏翼邦生物技术有限公司	福贝宠物	自签署日至 2021 年 12 月 31 日	已履行
		宣城福贝	自签署日至 2021 年 12 月 31 日	已履行
		福贝宠物	自签署日至 2022 年 12 月 31 日	正在履行
5	怀远县忠信商贸有限公司	福贝宠物	自签署日至 2021 年 12 月 31 日	已履行
		宣城福贝	自签署日至 2021 年 12 月 31 日	已履行
		福贝宠物	自签署日至 2022 年 12 月 31 日	正在履行
6	鑫瑞森贸易（大连）有限公司	福贝宠物	自签署日至 2021 年 12 月 31 日	已履行
		宣城福贝	自签署日至 2021 年 12 月 31 日	已履行

序号	合同相对方	签约主体	合同有效期	履行情况
		福贝宠物	自签署日至 2022 年 12 月 31 日	正在履行
7	山东嘉华生物科技股份有限公司	福贝宠物	自签署日至 2022 年 12 月 31 日	正在履行
8	尹海国际贸易（上海）有限公司	福贝宠物	自签署日至 2022 年 12 月 31 日	正在履行
9	连云港爱普动物营养保健有限公司	福贝宠物	自签署日至 2022 年 12 月 31 日	正在履行
10	维尔普顿工贸（连云港）有限公司	福贝宠物	自签署日至 2022 年 12 月 31 日	正在履行

2、委托加工合同

截至报告期末，公司与嘉兴市天力生物技术股份有限公司签订了框架性采购合同，具体情况如下：

序号	合同相对方	签约主体	合同有效期	履行情况
1	嘉兴市天力生物技术股份有限公司	福贝宠物	2020 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日	已履行
		福贝宠物	2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日	正在履行

3、设备采购合同

截至报告期末，公司标的金额在 500 万元人民币以上的设备采购合同如下：

序号	合同相对方	签订时间	采购内容	合同金额	履行情况
1	助川（上海）国际贸易有限公司	2020.07	包装系统、自动计量投放机	1,155.90 万元	已履行
2	上海快仓自动化科技有限公司	2020.11	宠物食品智能仓储系统	1,577.00 万元	正在履行
3	浙江永创机械有限公司	2021.04	自动化包装线	730.00 万元	正在履行

4、广告合同

截至报告期末，公司与主要广告供应商签订了广告合同，具体情况如下：

序号	合同相对方	签约主体	服务内容	合同金额	合同有效期	履行情况
1	驰众广告有限公司	上海福益	框架电梯传统平面媒体、智能屏散点广告发布服务	3,000 万元	2022 年 1 月 15 日至 2022 年 12 月 31 日	正在履行
2	上海红提城信息科技有 限公司	上海福益	互联网平台营销推广服务	500 万元	2022 年 1 月 25 日至 2022 年 12 月 25 日	正在履行

（三）承销暨保荐协议

2021年6月，公司与广发证券签订《首次公开发行公司人民币普通股承销暨保荐协议》，约定由广发证券担任公司本次公开发行股票的主承销商和保荐人，承担为公司在境内证券市场发行人民币普通股股票的保荐、承销及持续督导工作。公司依据协议支付广发证券承销及保荐费用。

（四）授信合同

截至报告期末，公司正在履行的重大授信合同如下：

序号	授信人	合同编号	授信额度 (万元)	授信期限	履行情况
1	招商银行股份有限公司上海分行	121XY2021038619	10,000	2022年1月10日至2023年1月9日	正在履行

（五）重大工程施工合同

截至报告期末，公司共签订了三份重大工程施工合同，具体情况如下：

序号	工程承包方	工程名称	合同金额	合同工期	履行情况
1	上海锦水建设（集团）有限公司	上海福贝宠物用品有限公司高端宠物食品智能制造示范基地	7,395.475万元	2020年5月1日至2021年1月31日	已履行
2	安徽奇凌建设工程有限公司	宣城福贝宠物科技园基地项目	1,218万元	2021年12月8日至2022年9月20日	正在履行
3	上海嘉金建筑工程有限公司	上海福贝宠物用品股份有限公司总部及高端食品智能制造示范基地建设项目	8,660万元	2022年1月1日至2023年4月26日	正在履行

二、公司对外担保情况

截至报告期末，公司无对外担保情况。

三、相关诉讼或仲裁情况

（一）公司的相关诉讼和仲裁事项

截至报告期末，公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的重大诉讼或仲裁事项。

（二）控股股东或实际控制人、子公司、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员作为一方当事人可能对公司产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项

截至报告期末，公司不存在控股股东、实际控制人、子公司、发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员作为一方当事人可能对发行人产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

（三）公司及控股股东、实际控制人的行政处罚情况或重大违法行为

1、公司及子公司在报告期内未受到行政处罚，无重大违法违规行为

公司及子公司所在地市场监督管理局、税务局、人力资源和社会保障局、住房公积金管理中心、应急管理局等政府部门已出具合规证明，确认报告期内公司及子公司不存在受到行政处罚的情形。

根据法院裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国、国家企业信用信息公示系统网站、证券期货市场失信记录查询平台、上海证券交易所监管信息公开专区、深圳证券交易所监管信息公开专区等公开渠道查询结果，公司及子公司不存在受到行政处罚的情形。

2、公司控股股东、实际控制人在报告期内未受到行政处罚，无重大违法违规行为

公司控股股东、实际控制人为汪迎春。上海公安出具的《有无违法犯罪记录证明》（沪公（青）证（2022）第 025837 号）确认：2019 年 1 月 1 日至 2022 年 6 月 30 日，汪迎春不存在曾被判处管制、拘役、有期徒刑、无期徒刑、死刑、罚金、剥夺政治权利、没收财产以及已构成犯罪，被人民法院判处免于刑事处罚的犯罪信息，包括缓刑、假释、暂予监外执行等执行方式；不存在曾被处以收容教育、劳动教养、强制隔离戒毒（强制戒毒）、责令社区戒毒（限期戒毒）的违法信息，包括不执行、暂缓执行、所外执行等执行方式；不存在曾被处以行政拘留、暂扣或吊销许可证的违法信息；不存在曾被处以警告、罚款、没收的违法信息，不包括交通类违法信息的相关记录。

根据法院裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国、国家企业信用信息公示系统网站、证券期货市场失信记录查询平台、上海证券交易所监管信息公开

专区、深圳证券交易所监管信息公开专区等公开渠道查询结果，公司控股股东、实际控制人汪迎春不存在受到行政处罚的情形。

综上，公司及控股股东、实际控制人不存在受到行政处罚的情形，无重大违法行为。

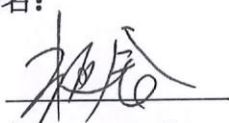
第十一节 声 明

一、全体董事、监事、高级管理人员声明

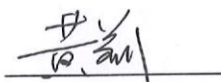
本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

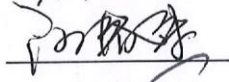
汪迎春



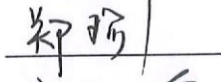
黄莉



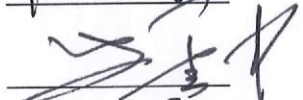
汪春来



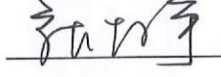
郑珍



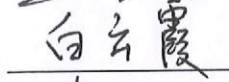
史云中



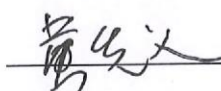
张均宇



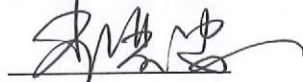
白云霞



黄先义



李洪忠

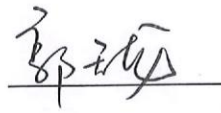


全体监事签名：

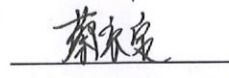
裴菲菲



郭天龙

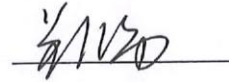


蔡京定

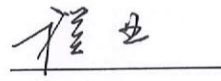


其他高级管理人员签名：

关辰禹



程业



上海福贝宠物用品股份有限公司

2023年 3 月 17 日

二、控股股东、实际控制人声明

本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东、实际控制人签名：

汪迎春



上海福贝宠物用品股份有限公司

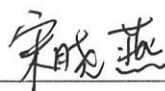


2023年 3 月 1 日

三、保荐人(主承销商)声明

本公司已对招股说明书进行核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人：

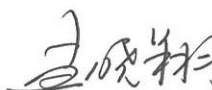


宋晓燕

保荐代表人：

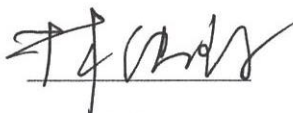


蒋文凯



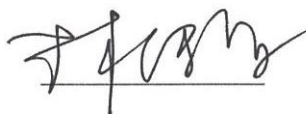
孟晓翔

保荐机构董事长兼总经理：



林传辉

法定代表人：



林传辉



2023 年 3 月 1 日

四、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读《上海福贝宠物用品股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书（申报稿）》（以下简称“招股说明书”），确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，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。

上海市锦天城律师事务所

负责人：_____

顾功耘

经办律师：_____

经办律师：_____

金尧

经办律师：_____

徐秋桐

2023年3月1日

审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《上海福贝宠物用品股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的大信审字[2022]第 4-00835 号审计报告、大信专审字[2022]第 4-00139 号内控鉴证报告、大信专审字[2022]第 4-00141 号主要税种纳税情况及税收优惠审核报告、大信专审字[2022]第 4-00142 号原始财务报表与申报财务报表差异审核报告及经本所核验的非经常性损益明细表（大信专审字[2022]第 4-00140 号非经常性损益审核报告）无矛盾之处。本所及签字注册会计师对上海福贝宠物用品股份有限公司在招股说明书中引用的上述审计报告、审阅报告、内控鉴证报告、主要税种纳税情况及税收优惠审核报告、原始财务报表与申报财务报表差异审核报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

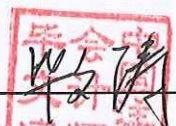
会计师事务所负责人：


谢泽敏

签字注册会计师： （项目合伙人）


张静娟

签字注册会计师：


毕文涛

签字注册会计师：


陈丽华

大信会计师事务所（特殊普通合伙）

2023年3月1日



六、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、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字资产评估师：



牛炳胜

资产评估机构负责人：

陈圣龙

中京民信（北京）资产评估有限公司



2023年3月1日

验资机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《上海福贝宠物用品股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的大信验字[2019]4-00020号《验资报告》、大信验字[2019]4-00021号《验资报告》、大信验字[2019]4-00029号《验资报告》、大信验字[2019]第4-00032号《验资报告》及大信验字[2020]4-00007号《验资报告》无矛盾之处。本所及签字注册会计师对上海福贝宠物用品股份有限公司在招股说明书中引用的上述验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：



谢泽敏

签字注册会计师：



（项目合伙人）

签字注册会计师：



（项目合伙人）

签字注册会计师：



大信会计师事务所（特殊普通合伙）



八、保荐人（主承销商）董事长、总经理声明

本人已认真阅读上海福贝宠物用品股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构董事长兼总经理：


林传辉

广发证券股份有限公司

2023 年 3 月 1 日

第十二节 附件

一、备查文件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文件，具体如下：

- （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）落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票机制建立情况；
- （七）与投资者保护相关的承诺；
- （八）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项；
- （九）发行人审计报告基准日至招股说明书签署日之间的相关财务报告及审阅报告
- （十）内部控制鉴证报告；
- （十一）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- （十二）股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况说明；
- （十三）审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明；
- （十四）募集资金具体运用情况；
- （十五）子公司、参股公司简要情况；
- （十六）其他与本次发行有关的重要文件。

二、整套发行申请材料和备查文件查阅地点

投资者可以在下列地点查阅整套发行申请材料和有关备查文件。

（一）发行人：上海福贝宠物用品股份有限公司

联系地址：上海市松江区中辰路 188 号 5 幢 301 室-1

联系人：程业

联系电话：021-57866797

传真：021-57866667

（二）保荐人（主承销商）：广发证券股份有限公司

联系地址：广东省广州市天河区马场路 26 号广发证券大厦

联系人：聂韶华

联系电话：020-66338888

传真：020-87553600

三、落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票机制建立情况

（一）落实投资者关系管理相关规定的安排

根据《公司法》《证券法》《上市公司信息披露管理办法》等相关法律、法规、规范性文件的规定，公司第二届董事会第二次会议和 2023 年第一次临时股东大会审议通过了上市后适用的《上海福贝宠物用品股份有限公司信息披露管理制度（草案）》和《上海福贝宠物用品股份有限公司投资者关系管理制度（草案）》，对规范公司信息披露工作，加强公司与投资者之间的信息沟通，促进公司与投资者之间的联系关系做了详细的规定，以切实保护投资者的合法权益。

1、信息披露制度和流程的建立健全情况

为进一步规范公司及其他信息披露义务人的信息披露行为，确保信息披露的公平性，切实保护投资者的合法权益，公司制定了上市后适用的《上海福贝宠物用品股份有限公司信息披露管理制度（草案）》，对信息披露的一般规定、信息披

露的内容及披露标准、信息披露的审核与披露程序、信息披露的责任划分、信息披露的保密措施等事项都进行了详细规定。

2、投资者沟通渠道的建立情况

为保护投资者合法权利，加强公司信息披露工作的有序管理，公司按照中国证监会的有关规定，建立了严格的信息披露制度，并设立证券部作为公司信息披露和投资者关系的负责部门，该部门负责人为公司董事会秘书程业，对外咨询电话：021-57866797。

3、未来开展投资者关系管理的规划

为进一步加强公司与投资者和潜在投资者之间的信息沟通，促进投资者对公司的了解和认同，完善公司治理结构，提升公司的诚信度，切实保护投资者特别是社会公众投资者的合法权益，形成公司与投资者之间长期、稳定、和谐的良好互动关系，公司制定了上市后适用的《上海福贝宠物用品股份有限公司投资者关系管理制度（草案）》。

公司将严格执行投资者关系管理制度，通过定期报告、临时公告、股东大会、公司网站、媒体采访、一对一沟通、现场参观、邮寄资料、电话咨询、广告、路演、分析师会议或业绩说明会等多种方式与投资者进行及时、深入和广泛的沟通，并借助互联网等便捷方式，提高沟通效率、保障投资者合法权益。

（二）股利分配决策程序

1、公司董事会根据公司业务发展和前述利润分配政策制订利润分配方案，表决通过后提交股东大会决议通过；

2、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、调整条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应对利润分配方案发表明确的独立意见；

3、独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红方案，并直接提交董事会审议；

4、在股东大会对现金分红具体方案审议前，应当通过多种渠道（包括但不限于电话、传真、邮箱等）主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听

取中小股东的意见和诉求，并及时回答中小股东关心的问题；

5、在公司盈利的情况下，公司董事会未做出现金利润分配预案的，或公司最近三年以现金方式累计分配的利润少于最近三年实现的年均可分配利润的30%的，董事会应在利润分配预案和定期报告中披露未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途，独立董事应当对此发表独立意见；

6、监事会对董事会拟定和审核的利润分配方案的程序是否符合法律、行政法规、中国证监会和深圳证券交易所的规定提出审核意见，监督公司利润分配的执行。

（三）股东投票机制建立情况

发行人具有完善的股东投票机制，根据公司2023年第一次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，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。

1、累积投票制度

根据《公司章程（草案）》，股东大会就选举董事、监事进行表决时，如公司拟选举董事、监事的人数为2人以上的，实行累积投票制。

2、中小投资者单独计票机制

根据《公司章程（草案）》，股东大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。

3、对法定事项采取网络投票方式的相关机制

根据《公司章程（草案）》，股东大会将设置会场，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大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

4、征集投票权的相关机制

根据《公司章程（草案）》，公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集人应当披露征集文件，公司应当予以配合。公司不得对征集投票行为设置高于《证券法》规定的持股比例等障碍而损害股东的

合法权益。公开征集股东权利违反法律、行政法规或者国务院证券监督管理机构有关规定，导致公司或者其股东遭受损失的，应当依法承担赔偿责任。

四、与投资者保护相关的承诺

（一）本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及股东持股及减持意向等承诺

1、关于股份锁定的承诺函

（1）公司控股股东及实际控制人汪迎春承诺：

①自公司股票上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行上市前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

②若公司上市后六个月内股票价格连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价（如果因派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、除权行为的，须按照上海证券交易所的有关规定作复权处理，下同），本人直接、间接所持公司股票的锁定期在原有锁定期限的基础上自动延长 6 个月。

（2）直接持有公司股份的公司实际控制人汪迎春之兄汪春来承诺：

①自公司股票上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行上市前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

②若公司上市后六个月内股票价格连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人直接、间接所持公司股票的锁定期在原有锁定期限的基础上自动延长 6 个月。

（3）间接持有公司股份的公司实际控制人汪迎春之兄汪念泗、汪迎春之姐汪玉满承诺：

自公司股票上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行上市前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

（4）直接持有公司股份的公司实际控制人汪迎春控制的宣城福毅志承诺：

自公司股票上市之日起 36 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的公司首次公开发行上市前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

（5）公司其他董事、高级管理人员黄莉、郑珍、关辰禹、程业承诺：

①自公司股票上市之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行上市前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

②若公司上市后六个月内股票价格连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人直接、间接所持公司股票的锁定期在原有锁定期限的基础上自动延长 6 个月。

（6）间接持有公司股份的监事茆菲菲、郭天龙、蔡京定承诺：

自公司股票上市之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行上市前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

（7）公司其他股东毅达投资、海富长江、中比基金（SS）、圣元投资、沈文娟、凯珩投资、吴志伟、毅达创投、无锡红土、高邮红土、深创投承诺：

自公司股票上市之日起 12 个月内，本机构/人不转让或者委托他人管理本次发行前本机构/人直接或间接持有的公司股份，亦不由公司回购该部分股份。

2、关于减持意向的承诺

（1）公司控股股东及实际控制人汪迎春及其一致行动人宣城福毅志承诺：

本人/本企业将遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《上海证券交易所股票上市规则》《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关法律、法规、规范性文件的规定。

本人/本企业直接或间接持有的公司股票将结合公司稳定股价、开展经营等多方面需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持；在锁定期限届满后两年内减持的，减持价格不低于本次发行并上市时公司股票的发行价；本人

/本企业减持公司股票时，将提前三个交易日通知公司并予以公告。

出现下列情形之一的，本人/本企业不减持公司股份：公司或者本人因涉嫌证券期货违法犯罪，在被中国证监会立案调查或者被司法机关立案侦查期间，以及在行政处罚决定、刑事判决作出之后未满六个月的；本人因违反证券交易所自律规则，被证券交易所公开谴责未满三个月的；中国证监会规定的其他情形。

本人/本企业计划通过证券交易所集中竞价交易减持股份的，在首次卖出股份的 15 个交易日前向证券交易所报告并预先披露减持计划，并予以公告。减持计划的内容，应当包括但不限于：拟减持股份的数量、来源、减持时间区间、方式、价格区间、减持原因。本人/本企业在 3 个月内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数，不得超过公司股份总数的 1%。

如本人/本企业违反相关承诺，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内回购违规卖出的股票；如因未履行上述承诺事项而获得收益的，则本人/本企业将在获得收益的 5 个交易日内将前述收益支付给公司指定账户，否则公司有权暂时扣留应支付给本人/本企业现金分红中应该上交公司违规减持所得收益金额相等的现金分红；如因未履行关于锁定股份以及减持之承诺事项给公司和其他投资者造成损失的，本人/本企业将向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。

（2）公司持股 5%以上的自然人股东黄莉承诺：

本人将遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》，《上海证券交易所股票上市规则》《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关法律、法规、规范性文件的规定。

本人直接或间接持有的公司股票将结合公司稳定股价、开展经营等多方面需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持；在锁定期限届满后两年内减持的，减持价格不低于本次发行并上市时公司股票的发行价；本人减持公司股票时，将提前三个交易日通知公司并予以公告。

出现下列情形之一的，本人不减持公司股份：公司或者本人因涉嫌证券期货违法犯罪，在被中国证监会立案调查或者被司法机关立案侦查期间，以及在行政

处罚决定、刑事判决作出之后未满六个月的；本人因违反证券交易所自律规则，被证券交易所公开谴责未满三个月的；中国证监会规定的其他情形。

本人计划通过证券交易所集中竞价交易减持股份的，在首次卖出股份的 15 个交易日前向证券交易所报告并预先披露减持计划，并予以公告。减持计划的内容，应当包括但不限于：拟减持股份的数量、来源、减持时间区间、方式、价格区间、减持原因。本人在 3 个月内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数，不得超过公司股份总数的 1%。

如本人违反相关承诺，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内回购违规卖出的股票；如因未履行上述承诺事项而获得收益的，则本人将在获得收益的 5 个交易日内将前述收益支付给公司指定账户，否则公司有权暂时扣留应支付给本人现金分红中应该上交公司违规减持所得收益金额相等的现金分红；如因未履行关于锁定股份以及减持之承诺事项给公司和其他投资者造成损失的，本人将向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。

（3）公司持股 5%以上的法人股东毅达投资及其一致行动人毅达创投、海富长江及其一致行动人中比基金（SS）承诺：

本企业将遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《上海证券交易所股票上市规则》《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关法律、法规、规范性文件的规定。

出现下列情形之一的，本企业不减持公司股份：公司或者本企业因涉嫌证券期货违法犯罪，在被中国证监会立案调查或者被司法机关立案侦查期间，以及在行政处罚决定、刑事判决作出之后未满六个月的；本企业因违反证券交易所自律规则，被证券交易所公开谴责未满三个月的；中国证监会规定的其他情形。

（4）董事、监事、高级管理人员的减持承诺

汪迎春、黄莉、汪春来、郑珍、茆菲菲、郭天龙、蔡京定、关辰禹、程业等 9 人承诺：

本人将遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《上

海证券交易所股票上市规则》《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关法律、法规、规范性文件的规定。

本人在公司担任董事、监事或高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接或间接持有公司股份总数的 25%，本人离职后 6 个月内，不转让本人直接或者间接持有的公司股份。本人不会因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。在锁定期限届满后两年内减持的，减持价格不低于本次发行并上市时公司股票的发行价。

出现下列情形之一的，本人不减持公司股份：公司或者本人因涉嫌证券期货违法犯罪，在被中国证监会立案调查或者被司法机关立案侦查期间，以及在行政处罚决定、刑事判决作出之后未满六个月的；本人因违反证券交易所自律规则，被证券交易所公开谴责未满三个月的；中国证监会规定的其他情形。

本人计划通过证券交易所集中竞价交易减持股份的，在首次卖出股份的 15 个交易日前向证券交易所报告并预先披露减持计划，并予以公告。减持计划的内容，应当包括但不限于：拟减持股份的数量、来源、减持时间区间、方式、价格区间、减持原因。本人在 3 个月内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数，不得超过公司股份总数的 1%。

如本人违反相关承诺，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内回购违规卖出的股票；如因未履行上述承诺事项而获得收益的，则本人将在获得收益的 5 个交易日内将前述收益支付给公司指定账户，否则公司有权暂时扣留应支付给本人现金分红中应该上交公司违规减持所得收益金额相等的现金分红；如因未履行关于锁定股份以及减持之承诺事项给公司和其他投资者造成损失的，本人将向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。

（二）稳定股价的措施及承诺

为维护公司股票上市后股价的稳定，充分保护公司股东特别是中小股东的权益，公司制定了《上海福贝宠物用品股份有限公司首次公开发行股票并上市后稳定股价预案》，主要内容如下：

“本公司上市后三年内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价（公司发生利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况的，收盘价相应进行调整，下同）均低于公司最近一期经审计的每股净资产，非因不可抗力因素所致，则本公司及控股股东、董事和高级管理人员将按下述规则启动稳定公司股价的相关措施。

（一）稳定股价的具体措施

1、公司回购

①公司为稳定股价之目的回购股份，应符合相关法律、法规、规范性文件的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

②公司可以依照公司章程的规定或者股东大会的授权，经三分之二以上董事出席的董事会会议表决通过，公司董事承诺就该等回购股份的相关决议投赞成票；公司股东大会对回购股份做出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过，公司控股股东承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。

③公司为稳定股价之目的进行股份回购的，除应符合相关法律法规的要求之外，还应符合下列各项：

A.公司回购股份的资金为自有资金、发行优先股、债券等募集的资金、金融机构借款等合法资金，回购股份的价格原则上不超过公司最近一期经审计的每股净资产；

B.公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行股票所募集资金的净额；

C.公司单次用于回购股份的资金金额不低于上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 10%，但不高于上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 20%；

D.公司单次回购股份不超过公司总股本的 2%。如与指标 C 有冲突的，以不超过 2%为准；

E.同一会计年度内用于稳定股价的回购资金合计不超过上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 30%。

④公司董事会公告回购股份预案后，公司股票若连续 5 个交易日收盘价均超过公司最近一期经审计的每股净资产，公司董事会应做出决议终止回购股份事宜，且在未来 3 个月内不再启动股份回购事宜。

2、控股股东增持

①下列任一条件发生时，公司控股股东应在符合相关法律、法规、规范性文件的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持：

A.公司回购股份方案实施期限届满之日后的连续 10 个交易日公司股份收盘价低于公司最近一期经审计的每股净资产；

B.公司回购股份方案实施完毕之日起的 3 个月内稳定股价的条件再次被触发。

②控股股东用于增持股份的资金金额原则上不低于本人自公司上市后累计从公司所获得现金分红金额的 20%，且不超过本人自公司上市后累计从公司所获得现金分红总额；自公司上市后每 12 个月内增持公司股份数量不超过公司总股本的 2%。

3、董事、高级管理人员增持

①下列任一条件发生时，届时在公司领取薪酬的公司董事（独立董事除外）、高级管理人员应在符合相关法律、法规、规范性文件的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持：

A.控股股东增持股份方案实施期限届满之日后的连续 10 个交易日公司股份收盘价低于公司最近一期经审计的每股净资产；

B.控股股东增持股份方案实施完毕之日起 3 个月内稳定股价的条件再次被触发。

②有义务增持的公司董事、高级管理人员承诺，其用于增持公司股份的货币资金不少于该等董事、高级管理人员个人上年度薪酬总额的 30%，但不超过该等董事、高级管理人员个人上年度薪酬总额。公司全体董事（独立董事除外）、高级管理人员对该等增持义务的履行承担连带责任。

③在公司董事、高级管理人员增持完成后，如果公司股票价格再次出现连续

20 个交易日收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产值，则公司应依照本预案的规定，依次开展公司回购、控股股东增持及董事、高级管理人员增持工作。

④公司新聘任将从公司领取薪酬的董事和高级管理人员时，将促使该新聘任的董事和高级管理人员根据本预案的规定签署相关承诺。

（二）稳定股价措施的启动程序

1、公司回购

①公司董事会应在上述公司回购启动条件触发之日起的 15 个交易日内做出回购股份的决议，并在最终回购预案方案通过之日起 3 个月内实施完毕；

②公司回购方案实施完毕后，应在 2 个工作日内公告公司股份变动报告，并在 10 日内依法注销所回购的股份，办理工商变更登记手续。

2、控股股东及董事、高级管理人员增持

①公司董事会应在上述控股股东及董事、高级管理人员稳定股价的条件触发之日起 2 个交易日内做出增持公告。

②控股股东及董事、高级管理人员应在增持公告做出之日起次日开始启动增持，并应在履行相关法定手续后的 30 日内实施完毕。

（三）约束措施

1、公司未履行稳定股价承诺的约束措施

如公司未能履行或未按期履行稳定股价承诺，需在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。如非因不可抗力导致，给投资者造成损失的，公司将向投资者依法承担赔偿责任，并按照国家法律、法规及相关监管机构的要求承担相应的责任；如因不可抗力导致，应尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护公司投资者利益。

2、控股股东未履行稳定股价承诺的约束措施

如控股股东未能履行或未按期履行稳定股价承诺，需在股东大会及中国证监

会指定的披露媒体上公开说明具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。如非因不可抗力导致，应同意在履行完毕相关承诺前暂不领取公司分配利润中归属于控股股东的部分，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失；如因不可抗力导致，尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护投资者利益。

3、董事、高级管理人员未履行稳定股价承诺的约束措施

如上述负有增持义务的董事、高级管理人员未能履行或未按期履行稳定股价承诺，应在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。如非因不可抗力导致，应调减或停发薪酬或津贴，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失；如因不可抗力导致，应尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护投资者利益。”

公司承诺：在公司上市后三年内，公司股票连续 20 个交易日收盘价（公司发生利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况的，收盘价相应进行调整，下同）低于公司上一会计年度经审计的除权后每股净资产值，公司将按照《上海福贝宠物用品股份有限公司首次公开发行股票并上市后稳定股价预案》回购公司股份。

公司未履行股价稳定措施的，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向其他股东和社会公众投资者道歉。

控股股东、实际控制人汪迎春承诺：本人将根据公司股东大会批准的《上海福贝宠物用品股份有限公司首次公开发行股票并上市后稳定股价预案》中的相关规定，在公司就回购股份事宜召开的董事会上，对回购股份的相关决议投赞成票；本人将根据公司股东大会批准的《上海福贝宠物用品股份有限公司首次公开发行股票并上市后稳定股价预案》中的相关规定，履行相关的各项义务；若本人未履行稳定股价措施的，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取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；公司有权将与本人拟根据上述预案中增持股票所需资金总额相等金额的薪酬、应付现金分红予以暂时扣留，同时本人持有的公司股份不得转让，直至按承诺采取相应的稳定股价措施并实施完毕。

公司全体董事承诺：本人将根据公司股东大会批准的《上海福贝宠物用品股

份有限公司首次公开发行股票并上市后稳定股价预案》中的相关规定，在公司就回购股份事宜召开的董事会上，对回购股份的相关决议投赞成票；本人将根据公司股东大会批准的《上海福贝宠物用品股份有限公司首次公开发行股票并上市后稳定股价预案》中的相关规定，履行相关的各项义务；如本人属于公司股东大会批准的《上海福贝宠物用品股份有限公司首次公开发行股票并上市后稳定股价预案》中有增持义务的董事，且本人未根据该预案的相关规定采取稳定股价的具体措施，本人将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取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。同时，如非因不可抗力导致，公司有权将与本人拟根据《上海福贝宠物用品股份有限公司首次公开发行股票并上市后稳定股价预案》增持股票所需资金总额相等金额的薪酬、应付现金分红予以暂时扣留，直至本人采取相应的稳定股价措施并实施完毕。如因不可抗力导致，将尽快研究使投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护投资者利益。

公司全体高级管理人员承诺：本人将根据公司股东大会批准的《上海福贝宠物用品股份有限公司首次公开发行股票并上市后稳定股价预案》中的相关规定，履行相关的各项义务；如本人属于公司股东大会批准的《上海福贝宠物用品股份有限公司首次公开发行股票并上市后稳定股价预案》中有增持义务的高级管理人员，且本人未根据该预案的相关规定采取稳定股价的具体措施，本人将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取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。同时，如非因不可抗力导致，公司有权将与本人拟根据《上海福贝宠物用品股份有限公司首次公开发行股票并上市后稳定股价预案》增持股票所需资金总额相等金额的薪酬、应付现金分红予以暂时扣留，直至本人采取相应的稳定股价措施并实施完毕。如因不可抗力导致，将尽快研究使投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护投资者利益。”

（三）股份回购和股份买回的措施和承诺

1、发行人的承诺

本公司将依据相关法律、法规和规范性文件的规定，完善回购股份机制、依法实施回购股份，加强投资者回报，采取合法、合理措施进行回购。若本公司违反上述承诺，将承担由此引起的一切法律责任。

2、发行人控股股东、实际控制人的承诺

本人将积极支持发行人完善回购股份机制、依法实施回购股份，加强投资者回报。本人不得滥用权利，利用发行人回购股份实施内幕交易、操纵市场等损害发行人及其他股东利益的违法违规行为。本人将结合自身状况，积极增持发行人股份，推动发行人回购公司股份，并提供支持。

（四）对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺

1、发行人的承诺

保证本公司本次公开发行股票并在主板上市不存在任何欺诈发行的情形。如本公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本公司将在中国证监会或司法机关等有权部门作出本公司存在上述事实的认定或生效判决后 5 个工作日内启动股份回购程序，回购本公司本次公开发行的全部新股。具体回购方案将依据法律、法规、规范性文件及公司章程等相关规定履行审批程序，回购价格不低于本公司股票发行价格，回购程序、回购价格根据相关法律法规确定。如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因已进行除权、除息的，回购价格按照上海证券交易所的有关规定作复权处理。

2、发行人控股股东、实际控制人的承诺

保证发行人本次公开发行股票并在主板上市不存在任何欺诈发行的情形。如发行人不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本人将在中国证监会或司法机关等有权部门作出发行人存在上述事实的认定或生效判决后 5 个工作日内启动股份回购程序，回购发行人本次公开发行的全部新股。具体回购方案将依据法律、法规、规范性文件及公司章程等相关规定履行审批程序，回购价格不低于发行人股票发行价格，回购程序、回购价格根据相关法律法规确定。如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因已进行除权、除息的，回购价格按照上海证券交易所的有关规定作复权处理。

（五）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

公司控股股东、实际控制人汪迎春承诺：本人作为上海福贝宠物用品股份有限公司的控股股东/实际控制人，本人不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

公司全体董事、高级管理人员承诺：

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

2、承诺对本人的职务消费行为进行约束；

3、承诺不动用公司资产从事与履行职责无关的投资、消费行为；

4、承诺支持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；

5、承诺公司的股权激励（如有）的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

6、将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，本人将在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉，并自愿接受中国证监会、证券交易所，中国上市公司协会采取相应的监管措施；如给公司或投资者造成损失的，本人愿意依法承担补偿责任。

（六）利润分配政策的承诺

1、发行人的承诺

本公司在上市后将严格依照《公司法》《中国证券监督管理委员会关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》等法律、法规、监管机构的规定》《公司章程（草案）》、本公司股东大会审议通过的《上海福贝宠物用品股份有限公司股东分红回报规划及上市后三年股东分红计划》以及公司治理制度的规定执行利润分配政策。如遇相关法律、法规及规范性文件修订的，公司将及时根据该等修订调整公司利润分配政策并严格执行。如本公司未能依照本承诺严格执行利润分配政策的，本公司将依照未能履行承诺时的约束措施承担相应责任。

2、发行人控股股东、实际控制人的承诺

本人将督促公司在上市后将严格依照《公司法》《中国证券监督管理委员会关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》等法律、法规、监管机构的规定、《公司章程（草案）》、股东大会审议通过的《上海福贝宠物用品股份有限

公司股东分红回报规划及上市后三年股东分红计划》及公司治理制度的规定执行利润分配政策。如遇相关法律、法规及规范性文件修订的，本人将督促公司及时根据该等修订调整公司利润分配政策并严格执行。如本人违反承诺的，本人将依照未能履行承诺时的约束措施承担相应责任。

（七）依法承担赔偿责任的承诺

1、公司关于未能履行承诺时的约束措施的承诺

如公司未履行招股说明书中披露的相关承诺事项（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等客观原因导致的除外），公司将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因，并向公司股东和社会公众投资者道歉。

如公司因未履行相关承诺事项给投资者造成损失的，公司将依法向投资者赔偿相关损失。

2、公司控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员关于未能履行承诺时的约束措施的承诺

如本人未履行招股说明书中披露的相关承诺事项（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等客观原因导致的除外），本人将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因，并向公司股东和社会公众投资者道歉。

如果本人因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归发行人所有。如果本人因未履行相关承诺事项给发行人或投资者造成损失的，本人将依法向发行人或投资者赔偿相关损失。

3、公司其他持股 5%以上的股东毅达投资、海富长江承诺

本企业将在公司股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未能履行相关承诺的具体原因，并向公司股东和社会公众投资者道歉。

如因本企业未能履行相关承诺而给公司或者其他投资者造成损失的，本企业将向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。在履行完毕前述赔偿责任之前，本企业直接及间接持有的公司股份不得转让，同时将本企业从公司领取的现金红利

交付公司用于承担前述赔偿责任。

在本企业作为公司持股 5%以上股东的期间，若公司未能履行相关承诺给投资者造成损失的，本企业承诺将依法承担赔偿责任。

（八）控股股东、实际控制人避免新增同业竞争的承诺

1、本人、本人直系亲属及本人控制的其他企业不存在自营、与他人共同经营或为他人经营与福贝宠物及其控制的企业相同、相似业务的情形。

2、在本人、本人直系亲属担任福贝宠物的控股股东/实际控制人或在公司担任董事、监事、高级管理人员期间，本人及其控制的企业将不会在中国境内或境外采取参股、控股、联营、合营、合作或者其他任何方式直接或间接从事与福贝宠物相同、相似或构成竞争的业务，也不会协助（包括但不限于提供技术支持、资金资助）、促使或代表任何第三方以任何方式直接或间接从事与福贝宠物及其子公司相同、相似或构成实质竞争的业务。同时，本人将对本人控制的其他企业按本承诺函的内容进行监督，并行使必要的权力，促使其按照本承诺函履行不竞争的义务，并对其不履行义务产生后果承担连带责任。

3、如福贝宠物认定本人、本人直系亲属及本人控制的其他企业、正在或将要从事的业务与福贝宠物存在同业竞争，则本人将在福贝宠物提出异议后立即（在 30 日以内）终止上述业务，或促使本人控制的其他企业立即（在 30 日以内）终止上述业务，并向福贝宠物承担违约金，违约金以下述①、②金额较高的作为标准：①本人因从事上述业务的所获得的营业收入全部归福贝宠物；②福贝宠物因本人从事上述业务所实际发生损失及预计可得的经济利益的 2 倍。如福贝宠物有意受让上述业务，则按照福贝宠物选聘的审计/评估机构审计/评估值转让给福贝宠物。

4、本人、本人直系亲属承诺也不会直接或间接地为自身或本企业之关联方或任何第三方，劝诱或鼓励公司的任何核心人员接受其聘请，或用其他方式招聘公司任何核心人员。

5、本承诺函一经签署，即构成本人不可撤销的法律义务。本承诺函自本人签署之日起生效，其效力至本人不再是公司的控股股东及实际控制人之日终止。

（九）其他承诺事项

1、关于减少并规范关联交易的承诺

为减少并规范公司关联交易，公司控股股东、实际控制人汪迎春向公司出具了《关于减少并规范关联交易的承诺函》，内容如下：

（1）本人及本人控制的公司/企业将充分尊重发行人的独立法人地位，保障发行人独立经营、自主决策，确保发行人的资产完整、业务独立、人员独立、机构独立、财务独立，具有完整的业务体系及面向市场独立经营的能力，以避免、减少不必要的关联交易。

（2）不利用实际控制人的地位与发行人之间的关联关系损害发行人利益和其他股东的合法权益。

（3）自本承诺函出具日起本人及本人控制的其他企业将不会以任何理由和方式占用福贝宠物的资金或其他资产。

（4）本人及控制的公司/企业尽量减少与发行人生关联交易，如交易无法避免，一方面按照公平合理和正常的商业条件进行，将不会要求或接受发行人给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件；另一方面严格遵守国家有关法律、规范性文件以及发行人相关制度的规定，严格履行法定审批程序并充分信息披露。

（5）本人及控制的公司/企业将严格和善意地履行与发行人签订的各种关联交易协议，不会向发行人谋求任何超出上述规定以外的利益或收益。

（6）本人将通过对所控制的其他单位的控制权，促使该等单位按照同样标准遵守上述承诺。

（7）若违反上述承诺，本人将接受如下约束措施：

①如发行人及其他股东由此遭受损失，在有关金额确认后本人将在发行董事会通知的时限内赔偿公司及其他股东因此遭受损失；拒不赔偿相关损失的，发行人有权暂扣其向本人支付的分红，直至本人支付全部赔偿。

②本人应配合发行人消除或规范相关关联交易，包括但不限于依法终止交易、采用市场公允价格等。

上述承诺的有效期限为自签署之日起至本人不再是公司的控股股东及实际控制人之日终止。

2、关于申报文件真实性、准确性、完整性的承诺

保荐机构广发证券股份有限公司承诺：“因本公司为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。”

发行人律师上海市锦天城律师事务所承诺：“因其为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。”

审计机构大信会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：“大信会计师事务所（特殊普通合伙）为上海福贝宠物用品股份有限公司首次公开发行股票出具大信审字[2022]第 4-00835 号审计报告、大信专审字[2022]第 4-00139 号内部控制鉴证报告、大信专审字[2022]第 4-00140 号非经常性损益审核报告、大信专审字[2022]第 4-00141 号主要税种纳税情况及税收优惠审核报告及大信专审字[2022]第 4-00142 号原始财务报表与申报财务报表差异审核报告。本所保证上述报告的真实性、准确性和完整性。如因本所出具的上述报告有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失，但是能够证明本所没有过错的除外。”

资产评估机构中京民信（北京）资产评估有限公司承诺：“因其为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。”

五、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况说明

自设立以来，公司股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书能够依法规范运作、履行职责，公司重大生产经营决策、投资决策及重要财务决策能够严格按照《公司章程》的相关规定履行决策程序并作出有效决议。

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

2019年12月5日，公司召开了创立大会暨第一次股东大会，并根据《公司法》《公司章程》的规定，制定了《股东大会议事规则》。

1、股东大会的职权

股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：决定公司经营方针和投资计划；选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；审议批准董事会的报告；审议批准监事会的报告；审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；对公司增加或者减少注册资本作出决议；对发行公司债券作出决议；对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；修改《公司章程》；对公司聘请、解聘会计师事务所作出决议；审议批准《公司章程》第三十七条、第三十八条、第三十九条规定的对外担保事项、重大关联交易事项及重大交易事项；审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产30%的事项；审议股权激励计划；审议法律、行政法规、部门规章或《公司章程》规定应当由股东大会决定的其他事项。

2、股东大会的议事规则

股东大会议事规则主要有：股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开1次，应当于上一个会计年度结束后的6个月内举行。有下列情形之一的，公司在事实发生之日起2个月内召开临时股东大会：董事人数不足《公司法》规定或者《公司章程》所定人数的2/3时；公司未弥补的亏损达到实收股本总额的1/3时；单独或合并持有公司10%以上股份的股东请求时；董事会认为必要时；监事会提议召开时；法律、行政法规、部门规章或《公司章程》规定的其他情形。

股东大会决议分为普通决议和特别决议。股东大会作出普通决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的1/2以上通过。股东大会作出特别决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的2/3以上通过。

3、股东大会的运行情况

公司股东大会制度自建立伊始，始终按照相关法律法规规范运行，切实履行公司最高权力机构的各项职责，发挥了应有的作用。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

2019年12月5日，公司召开了创立大会暨第一次股东大会，并根据《公司法》《公司章程》的规定，制定了《董事会议事规则》。

1、董事会的构成

董事会由九名董事组成，设董事长1人。董事由股东大会选举或更换，并可在任期届满前由股东大会解除其职务。董事任期3年，任期届满可连选连任。

2、董事会的职权

董事会行使下列职权：召集股东大会，并向股东大会报告工作；执行股东大会的决议；决定公司的经营计划和投资方案；制订公司的年度财务预算方案、决算方案；制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；制订公司增加或者减少注册资本、发行公司债券或其他证券及上市方案；拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；决定公司内部管理机构的设置；聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名决定聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；制订公司的基本管理制度；制订《公司章程》的修改方案；向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；听取公司总经理的工作报告并检查总经理工作；法律、行政法规、部门规章、股东大会及《公司章程》授予的其他职权。

3、董事会的议事规则

董事会议事规则主要有：董事会会议分为董事会定期会议及董事会临时会议，董事会每年至少召开两次董事会定期会议。有下列情形之一的，董事会应当召开临时会议：董事长提议时；1/3以上董事联名提议时；监事会提议时；经全体独立董事的1/2以上提议时；经代表10%以上表决权的股东提议时。董事长认

为可以召集董事会会议的，应当自接到提议后 10 日（不包括提议人修改提案或者补充材料的时间）发出通知，召集董事会会议并主持会议。

董事会会议应当有过半数的董事出席方可举行。除《董事会议事规则》第二十条规定的情形外，董事会审议通过会议提案并形成相关决议，必须有超过公司全体董事人数之半数的董事对该提案投赞成票。法律、行政法规和《公司章程》规定董事会形成决议应当取得更多董事同意的，从其规定。董事会根据《公司章程》的规定，在其权限范围内担保事项作出决议，除公司全体董事过半数同意外，还必须经出席会议的 2/3 以上董事同意。

4、董事会的运行情况

公司董事会制度自建立伊始，始终按照相关法律法规规范运行，决策科学、严格高效，发挥了应有的作用。

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

2019 年 12 月 5 日，公司召开了创立大会暨第一次股东大会，并根据《公司法》《公司章程》的规定，制定了《监事会议事规则》。

1、监事会的构成

监事会由 3 名监事组成，其中职工代表监事 1 人。监事会设监事会主席 1 人。监事的任期每届 3 年。监事任期届满，连选可以连任。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。

2、监事会的职权

监事会行使下列职权：检查公司的财务；对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、《公司章程》或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；当董事、高级管理人员的行为损害公司和客户的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会会议；向股东大会提出提案；依照《公司法》第一百五十一条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担；法律、

行政法规和章程规定的其他职权。

3、监事会的议事规则

监事会议事规则主要有：监事会会议分为监事会定期会议和监事会临时会议。监事会定期会议应当每六个月召开一次。出现下列情况之一的，监事会应当在 10 日内召开临时会议：任何监事提议召开时；股东大会、董事会会议通过了违反法律、法规、行政规章、监管部门的各种规定和要求、《公司章程》、公司股东大会决议和其他有关规定的决议时；董事和高级管理人员的不当行为可能给公司造成重大损害时；公司、董事、监事、高级管理人员被股东提起诉讼时；《公司章程》规定的其他情形。

监事会会议由监事会主席召集和主持；监事会主席不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上监事共同推举一名监事召集和主持。监事会会议应当有二分之一以上的监事出席方可举行。监事会形成决议应当经半数以上监事通过。

4、监事会的运行情况

公司监事会制度自建立伊始，始终按照相关法律法规规范运行，决策科学、严格高效，发挥了应有的作用。

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

2019 年 12 月 5 日，公司召开了创立大会暨第一次股东大会，并根据《公司法》《公司章程》的规定，制定了《独立董事工作制度》。

1、独立董事的构成

公司董事会中应当至少包括三分之一的独立董事。独立董事中至少包括一名会计专业人士。公司董事会、监事会、单独或合并持有公司已发行股份 1% 以上的股东可以提出独立董事候选人，并经股东大会选举决定。

2、独立董事的职权

独立董事除具有《公司法》和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，还具有以下特别职权：重大关联交易（指公司拟与关联自然人达成的总额高于人民币 30 万元以上的关联交易，或者公司拟与关联法人达成的交易金额在人民币 300 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5% 以上的关联交易）应由

独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事在作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；向董事会提请召开临时股东大会；提议召开董事会；独立聘请外部审计机构和咨询机构；可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

独立董事除履行上述职责外，还应当对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：提名、任免董事；聘任或解聘高级管理人员；公司董事、高级管理人员的薪酬；公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于人民币 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5% 的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款；变更募集资金投资项目；审计意见涉及事项（如公司的财务会计报告被注册会计师出具非标准无保留审计意见）；在公司年度报告中，公司累计和当期对外担保的情况、公司关于对外担保方面的法律、法规的执行情况；公司关联方以资抵债方案；公司年度财务结果出现盈余，董事会未做出现金利润分配的预案；独立董事认为可能损害中小股东权益的事项；法律、法规、规范性文件和公司章程要求独立董事发表意见的事项；独立董事认为必要的其他事项。

独立董事应当就上述事项发表以下几类意见之一：同意；保留意见及其理由；反对意见及其理由；无法发表意见及其障碍。如果有关事项属于需要披露的事项，公司应当将独立董事的意见予以公告，独立董事出现意见分歧无法达成一致时，董事会应将各独立董事的意见分别披露。

3、独立董事制度的运行情况

公司独立董事制度自建立伊始，始终保持规范、有序运行，保障了董事会决策的科学性，维护了广大中小股东的利益，发挥了应有的作用。

（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

1、董事会秘书制度的建立情况

2019 年 12 月 5 日，公司第一届董事会第一次会议审议通过了《董事会秘书工作细则》。董事会秘书负责公司信息披露管理事务、公司治理机制建设、投资者关系管理事务、公司股权管理事务、公司规范运作培训事务等事宜。董事会秘书应遵守法律、行政法规、部门规章及《公司章程》的有关规定。

2、董事会秘书制度的运行情况

公司董事会秘书制度自建立伊始，始终保持规范、有序运行，保障了董事会各项工作的顺利开展，发挥了应有的作用。

六、审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明

根据公司第一届董事会第一次会议决议，公司设立了审计委员会、战略委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会四个董事会专门委员会，并制定了各专门委员会的工作细则。董事会各专门委员会组成如下：

名称	委员
审计委员会	白云霞（召集人）、黄先义、黄莉
战略委员会	汪迎春（召集人）、黄莉、黄先义
薪酬与考核委员会	李洪忠（召集人）、白云霞、郑珍
提名委员会	黄先义（召集人）、白云霞、汪春来

报告期内，董事会各专门委员会的运行情况如下：

（一）审计委员会

审计委员会主要负责公司内、外部审计的沟通、监督和核查工作。审计委员会自设立以来，按照《公司法》《上市公司治理准则》等法律法规和《公司章程》《审计委员会工作细则》的要求规范运作，勤勉尽职地履行职责。

（二）战略委员会

战略委员会主要负责对公司中长期发展战略和重大投资决策进行研究并提出建议。战略委员会自设立以来，按照《公司法》《上市公司治理准则》等法律法规和《公司章程》《战略委员会工作细则》的要求规范运作。

（三）薪酬与考核委员会

薪酬与考核委员会主要负责制定和管理公司董事、高级管理人员薪酬方案，评估高级管理人员业绩指标。薪酬与考核委员会自设立以来，按照《公司法》《上市公司治理准则》等法律法规和《公司章程》《薪酬与考核委员会工作细则》的要求规范运作。

（四）提名委员会

提名委员会主要负责对公司董事、高级管理人员的选择标准和程序提出建议和意见。提名委员会自设立以来，按照《公司法》《上市公司治理准则》等法律法规和《公司章程》《提名委员会工作细则》的要求规范运作。

七、募集资金具体运用情况

（一）宣城福贝宠物食品扩建项目

1、项目投资概算

公司投资的宣城福贝宠物食品扩建项目位于安徽省宣城市。项目总投资额为24,285.03万元，项目建成达产后，将新增2条宠物干粮生产线以及配套全自动包装线、检测相关设备等。本项目建设期为24个月，具体投资构成如下：

序号	工程或费用名称	投资额（万元）	占总投资比例
一	建设投资	22,077.30	90.91%
1	工程费用	20,839.00	85.81%
2	工程建设其他费用	187.00	0.77%
3	基本预备费	1,051.30	4.33%
二	铺底流动资金	2,207.73	9.09%
合计		24,285.03	100.00%

2、项目必要性、可行性分析

（1）项目必要性分析

①把握行业发展机遇，促进自身发展的需要

受益于我国国民经济发展、人均收入水平的提高、人口家庭结构变化以及消费理念的升级等多重驱动因素，我国居民饲养宠物数量快速增长，专业宠物食品的渗透率不断提高，我国宠物食品行业发展前景广阔，潜力巨大。根据Euromonitor的数据统计，2019年至2021年，我国宠物食品市场规模分别为364亿元、436亿元及493亿元，2022全年预计为555亿元。2019年至2021年，我国宠物食品市场规模的增长率分别为25.95%、19.78%和13.07%，平均增速达20%，我国宠物食品行业规模增速远高于全球平均水平。

宠物干粮食品作为宠物消费中的必需品，在宠物食品结构中占比最高。为满

足消费升级的市场需求，面对良好的市场发展机遇，公司将大力推进产品的优化、升级，持续提高宠物干粮食品的市场份额和产品竞争力，进一步提升公司在国内宠物食品行业的竞争优势。本项目紧跟行业发展趋势，抓住行业发展机遇，进一步扩大高端、高附加值的产品规模，实现产品销售规模的持续增长，有助于增强公司的持续盈利能力，促进公司的进一步发展。

②提高公司自主生产能力，推动生产技术升级

随着宠物行业的快速扩张，宠物食品的需求也持续增长，具备较强的生产能力与保持产品的高品质成为宠物食品生产企业的核心竞争力。受制于现有的厂房布局、工艺设备和产能设计，公司产能利用率一直维持在较高水平，现有产能已经无法满足宠物干粮食品市场需求的快速扩张。此外公司部分产品通过外协加工模式进行生产，尽管公司对外协厂商实行了严格的管理措施，但仍然无法完全避免外协生产带来的产品质量风险。为了满足快速扩张的市场需求并保持公司产品的高品质，公司亟需扩充宠物干粮食品的自主产能，并不断提高生产技术水平。

本项目成功实施后，公司将进一步提升宠物干粮食品的自主生产能力，并增加必要的自动化辅助设备。公司在完善生产线的同时，推动生产技术升级，有利于提高生产效率、稳定产品质量、降低人工成本，为公司持续快速发展提供有力保障。

（2）项目可行性分析

①拥有巨大的市场需求、广泛的客户基础

随着我国居民饲养宠物数量的快速增长以及国家政策关于宠物饲料的大力扶持，我国宠物食品行业发展前景广阔，潜力巨大，市场需求快速增长。公司已与“网易严选”等综合性知名品牌商以及诸多国内知名的宠物食品品牌客户均建立了稳定的合作关系，能够掌握行业、产品发展的最新动态。同时，公司不断加强自主品牌的市场推广及销售渠道建设，公司旗下的“比乐”品牌具有较强的市场影响力和品牌美誉度，因此公司宠物干粮食品具有巨大的市场需求、广泛的客户基础。现有的客户资源及营销渠道为本募投项目的产品销售提供了有力保障。

②具备较强的技术实力、丰富的管理经验

经过多年的技术积累，公司已成熟掌握宠物干粮食品的生产加工技术与工

艺，本项目采用的技术工艺均为公司成熟应用的技术与工艺，能够保证本项目的建设和顺利实施。同时，公司拥有先进的、现代化的宠物食品生产基地，并建立了完备的业务管理流程，涵盖研发、采购、生产、销售和质量控制在内的重大方面，对公司的生产经营活动进行了有效的控制，公司的经营管理水平较高。此外，通过多年的宠物食品研发、生产实践，公司组建了高素质的核心管理团队和专业化的核心技术团队，公司通过健全的人才培训制度确保其技术优势及行业管理经验的延续。因此，公司多年的产品技术沉淀及自身积累的行业管理经验可以保证公司现有技术、生产和营销优势得到良好的融合和发挥，为本募投项目的产品生产提供了有力支持。

3、项目投产后新增产能情况

公司凭借多年来在宠物干粮领域积累的先进的生产工艺技术、良好的产品质量及较高的市场知名度，在行业内具有较强的市场竞争力。本项目实施后，公司宠物食品年产能将增加 33,600 吨，综合考虑宠物食品行业发展趋势及公司销售规模增长速度，预计在项目达产年度，该部分新增产能能够得到有效利用。

此外公司还制定了切实可行的营销策略，以保证本募投项目对应产品销售的持续、稳定增长，具体市场开发策略如下：

（1）在客户合作方面，深化与现有客户的合作，积极开拓新客户资源，继续加大国内市场开拓力度。通过重点客户针对性开发，并成立独立的行业销售团队，打造更为多元化、优质化的客户群体；

（2）在产品品质方面，不断强化生产、营销管理，对产品的研发、产品质量控制、安全生产、环境保护等各个环节实施标准化的管理和控制，促进产品销售；强化新产品、新技术、新工艺的试验和研发工作，致力于实现行业关键技术的突破，持续提升产品品质；

（3）在品牌运营方面，持续加强自主品牌建设，以保障产品质量为基础，立足现有市场地位，提升品牌的知名度和广域度，增强市场影响力。通过升级产品品质、提升产品定位、广告投放支持、营销活动推广，积极塑造、传递和提升公司的品牌形象。

4、项目技术方案和主要设备选择

（1）工艺流程

具体情况请参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“四、公司核心技术产业化及应用情况”之“2、公司主要产品的工艺流程图”。

（2）本项目新增加设备列表

本项目拟购置主要设备清单如下：

序号	设备名称	数量（台/套）
一、宠物干粮生产线配套设备		
1	原料接收系统	2
2	配料系统	2
3	混合&粉碎系统	2
4	二次混合系统	2
5	膨化/烘干系统	2
6	喷涂&冷却系统	2
7	液体添加设备	1
8	接收控制系统	1
9	附件和辅件等	1
10	智能软件系统	1
二、包装产线配套设备		
1	500g-6kg 自动给袋式包装系统（氮气充填）	1
2	2kg 以下自动给袋式包装系统（氮气充填）	2
3	2kg 以下自动给袋式包装系统（简易氮气充填）	1
4	冻干小料自动计量投放机	1
5	通用大包装机（GP-E450）	1
6	后端自动化设备	1
三、质量检测设备		
1	液相质谱仪	1
2	近红外光谱仪	1
3	高效液相色谱仪	1
4	气相色谱仪	1
5	紫外分光光度计	1

序号	设备名称	数量（台/套）
6	酶标仪	1
四、其他生产设施及配套设备		
1	天然气锅炉	2
2	货梯	2
3	电动叉车	4
4	配电设施	1
5	立体智能仓库	1
6	筒仓	1
7	废气处理专用设备	2
8	光氧除臭设备	1

5、主要原材料和能源的供应情况

（1）主要原材料供应情况

本募投项目执行所需要的主要原材料包括动物蛋白类、油脂、碳水化合物类等原材料，均由公司统一自行采购，该等原材料市场供应充足，价格稳定，公司与主要供应商建立了相对稳定的业务关系，能够保证上述原材料的供应数量、质量和及时性。

（2）主要能源供应情况

本募投项目主要耗用的能源包括水、电、天然气等，本项目建设地基础设施建设良好，水、电、天然气供应充分保障，能够保证项目建设的正常进行。

6、项目竣工时间、产量、产品销售方式

本募投项目将严格按照国家关于加强建设项目工程质量管理的相关规定严格执行建设程序，确保建设期工作质量，做到精心设计、安装及调试，强化施工管理，并对工程实现全面的社会监理，以确保工程如期保质完成，本募投项目建设期为 24 个月。

本募投项目投产后将实现宠物干粮食品产能每年增加 33,600 吨，公司将重点把握市场发展趋势，在更广阔的市场范围推广公司的品牌和影响力，提高公司产品市场占有率。公司将继续强化对现有客户资源的掌控，同时持续提升产品营销能力，不断拓展新客户。具体产品销售方式和营销措施请参见本招股说明书

“第五节 业务与技术”之“二、公司主要经营模式”。

7、环境保护情况

本募投项目的设计严格执行国家现行废水、废气、粉尘等污染排放的规范和标准，按照环境保护行政主管部门的要求办理建设项目环境影响评价相关手续。本项目的污染物主要包括废气、生活污水、噪音、固体废弃物等，主要污染源、污染物及防治措施如下：

（1）废气处理措施

本募投项目生产过程中的膨化、烘干环节因使用天然气锅炉和膨化烘干机会产生少量废气，通过生产锅炉自带的低氮燃烧技术处理后达标排放；同时废气经专用管道至排气筒排放，达到高空排放标准，对环境的影响较小。

（2）生活污水处理措施

本募投项目无生产废水产生，生产过程中产生的污水主要为生活污水，经生化池（或化粪池）预处理后，排入市政污水管网接管再汇入长桥污水处理厂处理达标排放。

（3）噪音治理措施

本募投项目的噪音主要来自生产设备噪音。在购置生产设备时，项目设计选用低噪声设备，并通过在车间内安装消声装置等措施进行隔声、减震、消声处理。

（4）固体废弃物处理措施

本募投项目产生的固体废弃物主要包括少许废旧包装材料、生活垃圾等，废旧包装材料经集中收集后外售综合利用，生活垃圾分类收集后由市政卫生部门清运处理。

8、项目选址

本项目实施地点位于安徽省宣城市。

9、项目的组织及实施

（1）组织实施

为了保证项目顺利实施，公司专门成立项目领导组，同时针对项目的实施进

度、工艺设备选型、设备安装调试等成立项目实施组，针对项目土建、工艺设备布置、安全环保工程等成立项目工程组，保证项目建设高质量有序展开。

（2）项目进度计划

本项目计划建设期为 24 个月，主要完成厂房建设、配套工程等基础设施的建设工作，完成宠物干粮生产线、包装线的生产线安装工作，具体内容包括设备购置、设备安装调试及人员培训等，整体计划分 5 个步骤实施完成，包括：厂房等基础设施建设阶段；设备购买与安装调试阶段；人员招聘培训阶段；全线试生产及生产优化阶段；竣工验收、正式投产阶段。

项目	T+24					
	1~4	5~8	9~12	13~16	17~20	21~24
厂房建设及配套工程						
设备购置及安装调试						
人员招聘及培训						
试运营及生产优化						
项目竣工验收						

（二）智能仓储配送中心建设项目

1、项目投资概算

本项目将建设先进的智能仓储管理系统，以提升公司物流仓储能力和仓储管理的智能化程度，为主营业务的顺利开展提供基础。本项目建设期为 24 个月，具体投资构成如下：

序号	工程或费用名称	投资额（万元）	占总投资比例
一	建设投资	20,000.00	90.91%
1	工程费用	18,609.00	84.59%
2	工程建设其他费用	1,000.00	4.55%
3	预备费用	391.00	1.78%
二	流动资金	2,000.00	9.09%
合计		22,000.00	100.00%

2、项目必要性、可行性分析

（1）项目必要性分析

①扩大现有仓储物流容量，满足业务壮大发展需求

随着我国居民饲养宠物数量的快速增长以及国家政策关于宠物饲料的大力扶持，我国宠物食品行业发展前景广阔，潜力巨大，市场需求快速增长。随着公司业务的快速拓展和产品业务线条的不断丰富，公司现有的仓储物流中心已经无法满足各类产品、生产物料的安全库存备货需求，影响了公司业务的扩大推进。公司有必要升级扩大现有的仓储物流中心，进而满足公司自身的业务发展需求。

在本项目的建设过程中，公司将通过在宣城生产基地新建智能仓储物流中心，提升公司对主营业务产品的仓储物流服务能力，扩大自有的仓储物流容量，进而不断满足公司业务不断扩大的战略发展需求。本项目的建设将有利于公司未来业务的不断升级扩大，是公司不断践行提升品牌影响力发展战略的必要前提。

②建设智能化仓储物流中心，达到降本增效的目的

仓储物流是生产制造类企业健康稳定运行的“血液”，连接了企业采购、生产、销售的业务全链条，是关系到企业生产物料及时性、确保产品销售供货及时性的关键。随着物流供应链管理等理念不断普及，仓储物流受到了企业的高度重视。先进的仓储物流体系能助力企业的高效运转，并不断推动运行成本的降低。公司在仓储物流建设方面限于当时的技术和资金投入，其自动化、智能化程度仍有待提高。

智能仓储配送中心建设项目实施后，将实现物料入库、分拣、装卸、出库的全流程信息化、智能化、自动化、系统的运作模式，并大幅度降低人工投入，提升仓储物流效率，达到降本增效的建设目标。此外本项目还将引入专门的智能仓储配送一体化管理系统，实现物流、资金流、信息流的集成，并有效缩短货物的流动周期，降低成本、加强采购控制、提高市场反应能力，为公司带来巨大的经济效益，极大提升公司的行业竞争力。

（2）项目可行性分析

①丰富的仓储物流实施经验，为本项目建设提供了经验支持

为应对公司业务扩大对仓储物流效率快速提升的需求，公司不断对仓储物流设备进行升级，并引入信息化系统，提升仓储物流的操作效率和精细化管理。同时随着公司电商业务的不断开展，公司引入仓储物流管理系统，实现按电商平台、活动、库区库位、商品、订单、快递公司、收货区域分类分阶段处理，货物与库位绑定并记录库位上货物的出入账，使得库位库存准确、实时更新，拣货路线优化，订单处理速度及正确率提高。公司在多年的仓储物流管理运营过程中，不仅积累了丰富的建设运营经验，同时在仓储物流人才培养和储备方面也有着极大的发展和进步，这都为本次项目的建设实施打下坚实的基础。

②完善的仓储物流管理制度，为本项目的实施提供了规范保障

随着公司业务扩张速度的加快，以及公司电商化水平的不断提高，仓储物流对公司的市场开拓、提升客户服务满意度等都有着关键的作用。公司采用先进的管理模式，在物料、产成品出入库管理方面制定了完善的管理制度，入库产品必须经过严格的检查合格后方能入库，出库产品必须按照公司出库管理制度的规定审批后才能出库。这些措施保证了公司产品质量，提高了公司产品存储的安全性和效率。公司建立了规范的仓储物流管理制度，电子商务仓库已经实现了信息化和精细化管理，这些保障了公司仓储物流的安全性和高效性。公司完善的仓储物流管理制度，为本项目的实施提供了规范保障。

3、项目具体建设内容

（1）本项目建设内容

本项目的智能仓储配送一体化管理系统将采用多层 B/S 结构，J2EE 技术框架设计，覆盖收货管理、发货管理、库存管理、配送管理、平台对接、数据分析、智能调度等功能模块，利用物联网智能终端，智能算法实现成品、原材出入库的精准调度和配送，通过 SQL 数据库分类存储、管理各个环节相关数据，集成基于 Python 语言的数据分析实现仓储数据可视化，利用大数据技术建立补货模型，全面提升公司仓库作业效率、降低物流成本。

（2）本项目新增设备列表

本项目拟购置主要设备清单如下：

序号	设备名称	数量（台/套）
1	链式输送机	73
2	辊道输送机	42
3	升降输送机	17
4	外形检查站	3
5	穿梭车	20
6	AGV 运载车	80
7	信息录入、检查装置	15
8	巷道堆垛机	12
9	钢平台	1
10	电气控制系统	1
11	信息系统	1
12	3T 装载机	20
13	2T 液压叉车	4
14	自动分拣线	1
15	穿梭车、AGV 配套充电站	20

4、环境保护情况

本项目为智能仓储建设项目，主要涉及智能仓储配送，污染源主要是少量生活污水和生活垃圾，基本不存在污染，排放标准符合国家标准。

5、项目选址

本项目实施地点位于安徽省宣城市。

6、项目的组织及实施

公司将建立专门项目管理团队，对整个项目建设过程中的工作进行统筹、督促、组织、协调，保证项目顺利按期完成。本项目计划建设期为 24 个月，整体计划分 5 个步骤实施完成，包括：前期调研阶段；可行性分析阶段；工程建设阶段；配套设备购置、安装调试阶段；试运行及优化阶段。

项目	T+24					
	1~3	4~6	7~9	10~12	13~18	19~24
前期调研						
可行性分析						

项目	T+24					
	1~3	4~6	7~9	10~12	13~18	19~24
工程建设阶段						
配套设备购置、安装调试阶段						
试运行及优化阶段						

（三）营销及管理信息化建设项目

1、项目投资概算

本项目旨在拓展营销网络及建设品牌形象，通过引入并形成具有统一集成、灵活、高效、协同、多维分析的信息管理系统平台和大数据平台，为公司的产品创新、渠道建设、营销管理和运用等方面提供有力支持，并通过营销系统将线下消费者引导至线上商城，实现产品和品牌与消费者更好的交流、互动，提升公司品牌知名度和市场影响力。本项目建设期为 24 个月，具体投资构成如下：

序号	工程或费用名称	投资额（万元）	占总投资比例
一	建设投资	5,171.00	95.04%
1	软件系统购置	4,181.00	76.84%
2	硬件设备购置	990.00	18.20%
二	预备费用	270.00	4.96%
合计		5,441.00	100.00%

2、项目必要性、可行性分析

（1）项目必要性分析

①整合营销信息数据、提升营销效率的必要手段

随着互联网人群的不断扩大以及现代互联网技术的快速发展，大数据、云计算等技术的应用愈加广泛，也为宠物行业的经营和营销模式带来了巨大变化。目前公司各业务系统之间相互独立，在数据互通、业务协同方面存在信息不对称。营销及管理信息化建设项目的实施，将围绕供、销、人、财、物等环节构建一套更完善的营销管理系统及数据中台系统，将独立的系统单元之间打通链接，将各个交易要素之间关联，借助大数据采集及分析技术，高效及准确的对数据进行处理分析，便于公司在市场战略及经营策略方面的及时调整，进而实现集成化管理。

本项目成功实施后，一方面将通过大数据分析及时高效地了解客户群体的偏好，为公司制定精准的营销策略提供强大的数据支撑，促进公司营销管理的智能化；另一方面通过营销管理系统还可以实现对公司人财物进行集中管理，形成覆盖公司各领域并被有机整合的信息数据库，强化对市场的快速反应能力，迅速提升公司的营销决策效率。

②进一步拓展营销渠道，提升市场份额

营销及管理信息化建设项目契合公司目前业务规模持续增长和覆盖区域不断扩张的客观需求。尽管目前中国宠物食品行业的发展前景广阔，但由于宠物食品行业市场集中度较低，行业竞争压力持续存在，因此公司有必要通过拓展营销渠道、加强宣传力度等方式进一步巩固和提升公司的市场竞争力。

营销及管理信息化建设项目的实施，将采用“线上商城+线下多元服务+社群营销”相结合的创新商业模式，构建互联网+宠物新零售生态圈。结合线下宠物用品合作门店的多元化服务，通过营销系统实现线上线下渠道联动，构建营销渠道的多元化，建立客户与公司更深层次的双向信息沟通，同时满足客户的多元化及个性化需求，提升客户的满意度与忠诚度，进一步推动公司销售规模的快速增长。

（2）项目可行性分析

①具备丰富的营销管理经验和人才储备

经过多年的发展，公司积累了丰富的营销管理经验，不断完善自身的营销管理体系，培养和集聚了一批营销和信息化管理人才团队。公司旗下拥有专业的品牌营销子公司上海福益，并顺应互联网营销的发展浪潮，建立了一支专业的电商运营团队，并将信息技术的运用以及信息化战略的制定与执行均与公司的业务深度结合。经过多年信息化建设的探索，公司积累了丰富的信息化管理经验，公司的电商运营团队能够凭借自身过硬的专业素质、丰富的经验储备积极参与到营销系统的构建当中，为营销系统信息化的建设奠定坚实的基础。

②拥有强大的客户基础与品牌口碑

凭借较强的研发创新能力、先进的生产设备和生产工艺、严格的产品质量控制，公司的产品已经获得了较高的市场认可度，与主要客户均建立了稳定的合作

关系，公司品牌知名度和市场美誉度不断提升。深厚的行业积累、强大的客户基础和较高的品牌知名度将为本募投项目的顺利实施提供稳定的客户基础与客户流量。

3、项目具体建设内容

（1）本项目建设内容

本项目计划将营销管理系统进行整合，集成 S2B2C 系统、B2B 系统、会员营销系统及消费者教育系统四个主体模块。在集成主体模块之后，将各模块数据打通链接并配套整合 CRM 模块、OA 模块，通过大数据中台系统将数据整合分流，根据不同的类别及需求进行数据流转，实现市场、生产、营销、物流等模块的信息化集成。

（2）本项目新增设备列表

本项目拟购置主要设备清单如下：

序号	设备名称	数量（台/套）
一、软件系统		
1	营销管理系统	1
2	信息安全系统	1
3	大数据中台系统	1
二、硬件设备		
1	服务器	5
2	数据库	5
3	其他配套设备	-

4、环境保护情况

本项目不涉及生产建设情况，项目建设过程中不会对环境造成污染。

5、项目选址

本项目实施地点位于上海市松江区。

6、项目的组织及实施

公司将建立专门项目管理团队，对整个项目建设过程中的工作进行统筹、督促、组织、协调，保证项目顺利按期完成。本项目计划建设期为 24 个月，整体

计划分 5 个步骤实施完成，包括：前期调研阶段；可行性分析阶段；系统开发、集成阶段；配套设备购置阶段；系统试运行及优化阶段。

项目	T+24					
	1~3	4~6	7~9	10~12	13~18	19~24
前期调研						
可行性分析						
系统开发、集成阶段						
配套设备购置						
系统试运行及优化						

（四）研发中心建设项目

1、项目投资概算

本项目的建设内容主要包括研发中心基础装修、研发实验室建设、研发设备的购置以及项目研发投入等。本项目旨在打造标准化企业研发中心，力争建成国家级研发中心，使公司研发中心的整体科研能力达到国际先进水平。本项目建设期为 36 个月，具体投资构成如下：

序号	工程或费用名称	投资额（万元）	占总投资比例
一	建设投资	3,626.00	71.59%
1	建设装修费	274.00	5.41%
2	设备购置及安装费用	3,180.00	62.78%
3	预备费用	172.00	3.40%
二	项目研发费用	789.00	15.58%
三	铺底流动资金	650.00	12.83%
	合计	5,065.00	100.00%

2、项目必要性、可行性分析

（1）项目必要性分析

①改善现有研发条件，满足经营规模扩大的需要

研发创新能力是公司最重要的核心竞争力之一，是公司不断发展壮大、保持在行业中的竞争优势的重要保证。目前，公司已建立了较为完善的研发体系，能够满足现有生产规模下对新产品、新工艺的研发需求。随着公司经营规模的持续

扩大，以及产品种类的不断丰富，现有研发条件难以完全满足公司未来发展需要。因此，公司需要引进更为先进的研发设备，加大技术研发投入，改善现有研发条件，满足经营规模扩大的需要。

本项目的实施将升级改造研发中心，改善研发条件，强化新产品、新技术、新工艺的试验和研发工作，并引入国际先进的研发生产设备，提升专业化、智能化生产水平，进一步提高公司的研发生产效率和能力。

②持续进行技术创新，适应消费者的个性化需求

随着宠物行业的快速发展，宠物地位得到不断提升，消费者科学育宠理念得到普及，宠物食品不仅只是解决宠物的温饱问题，营养健康成为消费者更关注的考量因素，在 market 需求的驱动下，宠物食品配方设计向着营养均衡、功能多样的方向发展。由于宠物存在品种、年龄、体型、成长环境等个体差异，同种配方无法满足差异性需求，这就要求宠物食品更具多样性与功能差异性，面对消费者不断变化和多元化的消费需求，公司需要不断持续推陈出新，在产品创新、升级上进行持续研发。

本项目的实施将加大公司研发技术投入，持续进行研发创新，实现产品结构的升级、调整，顺应宠物食品行业的发展趋势，满足消费者的个性化需求。

③进一步提升研发实力，实现公司战略目标

面对快速发展的宠物食品市场，公司要想巩固和提升市场地位，打造我国宠物食品领域优质、领先、卓越的民族品牌，建成国内一流、国际具有一定竞争力的宠物食品制造企业，必须持续加大研发投入，进一步提升研发实力。目前，虽然公司已具备较为明显的研发技术优势，但在研发条件、研发投入和研发人才等方面与国外一流的宠物食品巨头企业之间仍存在一定的差距。因此，公司有必要根据行业技术发展特征及发展趋势，建设一流的研发环境，提升研发实力，进一步增强公司的研发技术优势，从而实现公司的战略目标。

（2）项目可行性分析

①公司拥有完善的研发体系

公司深耕宠物食品行业多年，已建立了科学的研发管理制度，形成了一套完

善的研发体系，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，从研发立项到研发完成的整个过程，由技术研发中心、生产调度中心及品质保障中心等多部门协同作业。此外，公司不断对研发制度和体系进行改进，以促进公司快速发展。完善的研发体系为本项目的顺利实施提供了制度保障。

②公司具备丰富的研发经验和技術储备

经过多年的技术研发和产品创新，公司在宠物食品行业已积累了丰富的研发经验和技術储备。公司拥有一支经验丰富的研发团队，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。目前，公司取得了丰富的研发成果和技术专利，并具有多项正在研发的项目储备。丰富的研发经验和技術储备为本项目的实施提供了良好的基础。

3、项目具体建设内容

（1）本项目建设内容

本项目是执行公司中长期发展战略的重要部署，旨在提升公司研发技术创新能力，本项目主要从研发中心软硬件条件、实验室标准化建设、人才引进、扩宽研发技术来源等方面规划，从根本上提升公司研发中心的科研实力，达到国际领先水平。

（2）本项目新增设备列表

本项目拟购置的主要设备及软件清单具体如下：

序号	设备类型	数量（台/套）	设备名称
一、新增研发设备			
1	微生物及细胞实验设备	12	显微镜、培养箱、细胞仪等
2	原料实验前处理设备	18	粉碎机、灭菌设备等
3	原料存放设备	6	冰箱、保鲜柜等
4	原料理化指标检测分析设备	40	测试仪、扫描仪等
5	微量营养成分分析设备	11	分析仪、光谱仪等
6	分子生物学检测设备	1	荧光定量 PCR 仪
二、新增软件			
1	配方软件	1	-

序号	设备类型	数量（台/套）	设备名称
2	原料数据库	1	-

4、主要能源的供应情况

本募投项目消耗的能源主要包括水、电等，本项目建设地基础设施建设良好，水电供应充分保障，能够保证项目建设的正常进行。

5、环境保护情况

本项目为研发中心建设项目，主要进行研发和检测工作，污染源主要是源于研发和检测工作时产生的少量生活污水和生活垃圾，基本不存在污染，排放标准符合国家标准。

6、项目选址

本项目实施地点位于上海市金山区。

7、项目的组织及实施

（1）组织实施

为了保证项目顺利实施，公司专门成立项目领导组，同时针对项目的实施进度、工艺设备选型、设备安装调试等成立项目实施组，针对研发设施建设、工艺设备布置、安全环保工程等成立项目工程组，保证项目建设有序、保质开展。

（2）项目进度计划

本项目计划建设期为 36 个月，整体计划分 6 个步骤实施完成，包括：项目可行性评估阶段；实验设备购置安装阶段；人员引进与培训阶段；项目研发阶段；实验室标准化认证阶段和项目经营与管理阶段。

项目	T+36					
	1~6	7~12	13~18	19~24	25~30	31~36
项目可行性评估						
实验设备购置安装						
人员引进与培训						
项目研发						
实验室标准化认证						

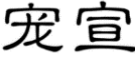
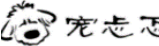
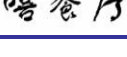
项目	T+36					
	1~6	7~12	13~18	19~24	25~30	31~36
项目经营与管理						

八、子公司、参股公司简要情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有上海福益、宣城福贝、上海福智、福贝生物、宣城福新等 5 家子公司，无参股公司。其中上海福益、上海福智、福贝生物、宣城福新系公司全资子公司，宣城福贝系公司控股子公司。子公司的简要情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“六、发行人子公司、参股公司情况”。

附录：发行人商标情况

截至报告期末，发行人及其子公司拥有的注册商标具体情况如下：

序号	注册商标	注册证号	注册有效期限	分类号	权利人	取得方式
1		45283501	2020-12-21 - 2030-12-20	31	福贝宠物	原始取得
2		43491775	2020-09-14 - 2030-09-13	31	福贝宠物	原始取得
3		42421326	2020-10-14 - 2030-10-13	31	福贝宠物	原始取得
4		39035607	2020-06-07 - 2030-06-06	31	福贝宠物	原始取得
5		39026762	2020-03-07 - 2030-03-06	31	福贝宠物	原始取得
6		39022807	2020-03-21 - 2030-03-20	31	福贝宠物	原始取得
7		38770770	2020-03-07 - 2030-03-06	31	福贝宠物	原始取得
8		38770181	2020-03-07 - 2030-03-06	31	福贝宠物	原始取得
9		38765510	2020-02-14 - 2030-02-13	31	福贝宠物	原始取得
10		38765507	2020-02-14 - 2030-02-13	31	福贝宠物	原始取得
11		38765496	2020-02-14 - 2030-02-13	31	福贝宠物	原始取得
12		38763557	2020-02-14 - 2030-02-13	31	福贝宠物	原始取得
13		38758195	2020-03-07 - 2030-03-06	31	福贝宠物	原始取得
14		38750896	2020-02-14 - 2030-02-13	31	福贝宠物	原始取得
15		5314559	2019-07-21 - 2029-07-20	31	福贝宠物	受让取得
16		5314560	2019-04-14 - 2029-04-13	31	福贝宠物	受让取得
17		6366119	2019-10-21 - 2029-10-20	31	福贝宠物	受让取得
18		6366121	2019-10-21 - 2029-10-20	31	福贝宠物	原始取得
19		7057302	2020-09-07 - 2030-09-06	31	福贝宠物	受让取得
20		7776614	2021-03-07 - 2031-03-06	31	福贝宠物	原始取得
21		8420947	2021-09-07 - 2031-09-06	31	福贝宠物	原始取得

序号	注册商标	注册证号	注册有效期限	分类号	权利人	取得方式
22	悠泡	9029480	2012-07-21 - 2022-07-20	31	福贝宠物	原始取得
23	优威	9029545	2012-10-14 - 2022-10-13	31	福贝宠物	原始取得
24	福贝贝	9305424	2022-04-21 - 2032-04-20	31	福贝宠物	原始取得
25		9305444	2022-04-28 - 2032-04-27	31	福贝宠物	原始取得
26	YOWO	9487436	2022-06-21 - 2032-06-20	31	福贝宠物	原始取得
27		10260153	2013-07-14 - 2023-07-13	31	福贝宠物	原始取得
28		10260183	2013-07-14 - 2023-07-13	31	福贝宠物	原始取得
29	DORORHY	10361203	2013-03-07 - 2023-03-06	31	福贝宠物	原始取得
30	德洛氏	10361208	2013-03-07 - 2023-03-06	31	福贝宠物	原始取得
31	酷博	10361212	2013-03-07 - 2023-03-06	31	福贝宠物	原始取得
32	CUBRI	10361219	2013-03-07 - 2023-03-06	31	福贝宠物	原始取得
33	福贝	10767660	2013-10-21 - 2023-10-20	31	福贝宠物	原始取得
34	格瑞斯	10891555	2013-09-21 - 2023-09-20	31	福贝宠物	原始取得
35	贝福	10891569	2013-08-14 - 2023-08-13	31	福贝宠物	原始取得
36	世紀犬 Century dog	11298943	2013-12-28 - 2023-12-27	31	福贝宠物	原始取得
37	犬儿欢	12320852	2014-09-07 - 2024-09-06	31	福贝宠物	原始取得
38		13025070	2014-12-21 - 2024-12-20	31	福贝宠物	原始取得
39		13025107	2014-12-14 - 2024-12-13	31	福贝宠物	原始取得
40		13025167	2014-12-28 - 2024-12-27	31	福贝宠物	原始取得
41		13025189	2014-12-28 - 2024-12-27	31	福贝宠物	原始取得
42		13025229	2014-12-28 - 2024-12-27	31	福贝宠物	原始取得
43	猫儿嘻	13025268	2014-12-28 - 2024-12-27	31	福贝宠物	原始取得
44	HERCULES	13146463	2015-04-07 - 2025-04-06	31	福贝宠物	原始取得
45		14463597	2015-07-07 - 2025-07-06	31	福贝宠物	原始取得

序号	注册商标	注册证号	注册有效期限	分类号	权利人	取得方式
46		14500235	2015-06-14 - 2025-06-13	31	福贝宠物	原始取得
47		15337778	2015-10-28 - 2025-10-27	31	福贝宠物	原始取得
48		15923787	2016-02-14 - 2026-02-13	3	福贝宠物	原始取得
49		15923891	2016-02-14 - 2026-02-13	31	福贝宠物	原始取得
50	粉红猫	15923909	2016-02-14 - 2026-02-13	31	福贝宠物	原始取得
51	契约之吻	16230265	2016-03-21 - 2026-03-20	3	福贝宠物	原始取得
52	契约之吻	16230456	2016-03-21 - 2026-03-20	5	福贝宠物	原始取得
53	契约之吻	16230583	2016-03-21 - 2026-03-20	31	福贝宠物	原始取得
54		16230881	2016-03-21 - 2026-03-20	5	福贝宠物	原始取得
55		16230913	2016-04-28 - 2026-04-27	3	福贝宠物	原始取得
56		16231072	2016-03-21 - 2026-03-20	31	福贝宠物	原始取得
57	库柏仕	16273702	2016-03-28 - 2026-03-27	3	福贝宠物	原始取得
58	猫奴	16273794	2016-03-28 - 2026-03-27	3	福贝宠物	原始取得
59	CAT SLAVE	16273798	2016-03-28 - 2026-03-27	3	福贝宠物	原始取得
60	CUBRI	16274000	2016-03-28 - 2026-03-27	3	福贝宠物	原始取得
61	猫奴	16274873	2016-03-28 - 2026-03-27	5	福贝宠物	原始取得
62	CUBRI	16274893	2016-03-28 - 2026-03-27	5	福贝宠物	原始取得
63	库柏仕	16274936	2016-03-28 - 2026-03-27	5	福贝宠物	原始取得
64	库柏仕	16274947	2016-03-28 - 2026-03-27	31	福贝宠物	原始取得
65	CAT SLAVE	16274974	2016-03-28 - 2026-03-27	5	福贝宠物	原始取得
66	猫奴	16274978	2016-03-28 - 2026-03-27	31	福贝宠物	原始取得
67	CAT SLAVE	16274999	2016-03-28 - 2026-03-27	31	福贝宠物	原始取得
68		16465804	2016-04-21 - 2026-04-20	31	福贝宠物	原始取得
69		16465955	2016-04-21 - 2026-04-20	31	福贝宠物	原始取得

序号	注册商标	注册证号	注册有效期限	分类号	权利人	取得方式
70	CAT SLAVE	16636683	2016-05-21 - 2026-05-20	6	福贝宠物	原始取得
71	CAT SLAVE	16636812	2016-05-28 - 2026-05-27	18	福贝宠物	原始取得
72	CAT SLAVE	16637021	2016-05-21 - 2026-05-20	19	福贝宠物	原始取得
73	CAT SLAVE	16637450	2016-06-14 - 2026-06-13	20	福贝宠物	原始取得
74	CAT SLAVE	16637561	2016-06-14 - 2026-06-13	21	福贝宠物	原始取得
75	CAT SLAVE	16637816	2016-06-14 - 2026-06-13	28	福贝宠物	原始取得
76	CUBRI	16638108	2016-05-28 - 2026-05-27	28	福贝宠物	原始取得
77	CUBRI	16638197	2016-05-28 - 2026-05-27	6	福贝宠物	原始取得
78	CUBRI	16638394	2016-05-21 - 2026-05-20	19	福贝宠物	原始取得
79	CUBRI	16638427	2016-05-28 - 2026-05-27	18	福贝宠物	原始取得
80	CUBRI	16638710	2016-05-21 - 2026-05-20	20	福贝宠物	原始取得
81	CUBRI	16638728	2016-05-21 - 2026-05-20	21	福贝宠物	原始取得
82	<i>Kiss Deed</i>	16638929	2016-05-21 - 2026-05-20	6	福贝宠物	原始取得
83	<i>Kiss Deed</i>	16639041	2016-05-21 - 2026-05-20	18	福贝宠物	原始取得
84	<i>Kiss Deed</i>	16639134	2016-05-21 - 2026-05-20	19	福贝宠物	原始取得
85	<i>Kiss Deed</i>	16639276	2016-05-21 - 2026-05-20	20	福贝宠物	原始取得
86	<i>Kiss Deed</i>	16639366	2016-05-21 - 2026-05-20	21	福贝宠物	原始取得
87	<i>Kiss Deed</i>	16639396	2016-05-21 - 2026-05-20	28	福贝宠物	原始取得
88	库柏仕	16650840	2016-05-28 - 2026-05-27	6	福贝宠物	原始取得
89	猫奴	16650842	2016-05-28 - 2026-05-27	6	福贝宠物	原始取得
90	契约之吻	16650879	2016-05-28 - 2026-05-27	6	福贝宠物	原始取得
91		16650947	2016-05-28 - 2026-05-27	6	福贝宠物	原始取得
92		16651006	2016-05-28 - 2026-05-27	18	福贝宠物	原始取得
93	契约之吻	16651051	2016-05-28 - 2026-05-27	18	福贝宠物	原始取得

序号	注册商标	注册证号	注册有效期限	分类号	权利人	取得方式
94	猫奴	16651086	2016-05-28 - 2026-05-27	18	福贝宠物	原始取得
95	库柏仕	16651153	2016-05-28 - 2026-05-27	18	福贝宠物	原始取得
96	库柏仕	16651194	2016-05-28 - 2026-05-27	19	福贝宠物	原始取得
97	猫奴	16651349	2016-07-14 - 2026-07-13	19	福贝宠物	原始取得
98	契约之吻	16651392	2016-05-28 - 2026-05-27	19	福贝宠物	原始取得
99		16651422	2016-06-21 - 2026-06-20	19	福贝宠物	原始取得
100	契约之吻	16651560	2016-05-28 - 2026-05-27	20	福贝宠物	原始取得
101	猫奴	16651600	2016-05-28 - 2026-05-27	20	福贝宠物	原始取得
102	库柏仕	16651624	2016-05-28 - 2026-05-27	20	福贝宠物	原始取得
103	库柏仕	16651691	2016-05-28 - 2026-05-27	21	福贝宠物	原始取得
104		16651754	2016-07-21 - 2026-07-20	21	福贝宠物	原始取得
105	契约之吻	16651764	2016-05-28 - 2026-05-27	21	福贝宠物	原始取得
106	猫奴	16651770	2016-05-28 - 2026-05-27	21	福贝宠物	原始取得
107		16651950	2016-05-28 - 2026-05-27	28	福贝宠物	原始取得
108	契约之吻	16651981	2016-05-28 - 2026-05-27	28	福贝宠物	原始取得
109	库柏仕	16651999	2016-05-28 - 2026-05-27	28	福贝宠物	原始取得
110	猫奴	16652008	2016-05-28 - 2026-05-27	28	福贝宠物	原始取得
111		16652086	2016-05-28 - 2026-05-27	3	福贝宠物	原始取得
112		16652158	2016-07-07 - 2026-07-06	5	福贝宠物	原始取得
113	Bile!	17334618	2016-09-07 - 2026-09-06	5	福贝宠物	原始取得
114	Bile!	17334655	2016-09-07 - 2026-09-06	19	福贝宠物	原始取得
115	Bile!	17334673	2016-09-07 - 2026-09-06	6	福贝宠物	原始取得
116	Bile!	17334934	2016-10-28 - 2026-10-27	20	福贝宠物	原始取得

序号	注册商标	注册证号	注册有效期限	分类号	权利人	取得方式
117		17334999	2016-09-07 - 2026-09-06	21	福贝宠物	原始取得
118		17335090	2016-09-07 - 2026-09-06	28	福贝宠物	原始取得
119		17561228	2016-09-21 - 2026-09-20	31	福贝宠物	原始取得
120	devoted	17561321	2016-09-21 - 2026-09-20	31	福贝宠物	原始取得
121		17561358	2017-09-14 - 2027-09-13	31	福贝宠物	原始取得
122		17561405	2016-09-21 - 2026-09-20	31	福贝宠物	原始取得
123		17561683	2016-09-21 - 2026-09-20	31	福贝宠物	原始取得
124	狗哥定制	19909052	2017-06-28 - 2027-06-27	3	福贝宠物	原始取得
125	狗哥定制	19909069	2017-06-28 - 2027-06-27	5	福贝宠物	原始取得
126	宠物头条	19909259	2017-06-28 - 2027-06-27	31	福贝宠物	原始取得
127	狗哥定制	19909361	2017-09-21 - 2027-09-20	35	福贝宠物	原始取得
128	宠物头条	19909401	2017-06-28 - 2027-06-27	35	福贝宠物	原始取得
129		21527047	2017-11-28 - 2027-11-27	31	福贝宠物	原始取得
130	福缶	22820897	2018-02-21 - 2028-02-20	31	福贝宠物	原始取得
131	Pie Master	29824893	2019-02-14 - 2029-02-13	35	福贝宠物	受让取得
132	Pie Master	29830217	2019-02-14 - 2029-02-13	31	福贝宠物	受让取得
133		8547591	2013-07-21 - 2023-07-20	31	福贝宠物	原始取得
134	比乐原味鲜	61244950	2022-06-07 - 2032-06-06	31	上海福益	原始取得
135	比乐主食罐	59062658	2022-02-28 - 2032-02-27	31	上海福益	原始取得
136	比乐守	59055075	2022-02-21 - 2032-02-20	31	上海福益	原始取得
137	比乐爽	59047626	2022-02-21 - 2032-02-20	31	上海福益	原始取得
138		59045567	2022-05-21 - 2032-05-20	31	上海福益	原始取得

序号	注册商标	注册证号	注册有效期限	分类号	权利人	取得方式
139	比乐专	59045559	2022-02-21 - 2032-02-20	31	上海福益	原始取得
140	比乐臻	59045210	2022-02-21 - 2032-02-20	31	上海福益	原始取得
141		44999774	2020-11-21 - 2030-11-20	31	上海福益	原始取得
142		44352192	2020-11-14 - 2030-11-13	31	上海福益	原始取得
143	 福益互通	42518020	2020-08-21 - 2030-08-20	45	上海福益	原始取得
144		42516787	2020-08-28 - 2030-08-27	9	上海福益	原始取得
145		42510489	2020-08-07 - 2030-08-06	42	上海福益	原始取得
146	 福益互通	42510472	2020-08-21 - 2030-08-20	42	上海福益	原始取得
147		42510434	2020-08-14 - 2030-08-13	35	上海福益	原始取得
148	 小蝗虫	42510400	2020-10-14 - 2030-10-13	31	上海福益	原始取得
149	 福益互通	42508072	2020-09-14 - 2030-09-13	35	上海福益	原始取得
150		42498700	2020-10-14 - 2030-10-13	42	上海福益	原始取得
151		42492990	2020-09-14 - 2030-09-13	35	上海福益	原始取得
152		42492667	2020-09-07 - 2030-09-06	45	上海福益	原始取得
153	 福益互通	42489567	2020-10-21 - 2030-10-20	9	上海福益	原始取得
154		42498635	2020-08-07 - 2030-08-06	31	上海福益	原始取得
155		42497391	2020-08-07 - 2030-08-06	9	上海福益	原始取得
156		42495559	2020-08-07 - 2030-08-06	31	上海福益	原始取得
157	 福益互通	42492960	2020-08-07 - 2030-08-06	31	上海福益	原始取得
158	 小蝗虫	42489609	2020-08-21 - 2030-08-20	45	上海福益	原始取得
159		42489601	2020-08-21 - 2030-08-20	45	上海福益	原始取得
160	臻鱼粒	37340896	2020-02-21 - 2030-02-20	31	上海福益	原始取得
161	臻肉粒	37340893	2020-02-21 - 2030-02-20	31	上海福益	原始取得

序号	注册商标	注册证号	注册有效期限	分类号	权利人	取得方式
162		5388218	2019-05-14 - 2029-05-13	31	上海福益	受让取得
163		6366120	2019-10-21 - 2029-10-20	31	上海福益	受让取得
164		6366122	2019-10-21 - 2029-10-20	31	上海福益	受让取得
165		7776630	2021-03-07 - 2031-03-06	31	上海福益	受让取得
166		10897399	2013-08-14 - 2023-08-13	31	上海福益	受让取得
167	Milö's Kitchen	13025208	2014-12-21 - 2024-12-20	31	上海福益	受让取得
168		13810399	2015-02-28 - 2025-02-27	31	上海福益	受让取得
169	麦洛斯	14463662	2015-06-07 - 2025-06-06	31	上海福益	受让取得
170		17335128	2016-09-07 - 2026-09-06	31	上海福益	受让取得
171		20116624	2017-07-14 - 2027-07-13	31	上海福益	受让取得
172		20822520	2018-02-07 - 2028-02-06	31	上海福益	受让取得
173	比乐原味粮	20822723	2017-09-21 - 2027-09-20	31	上海福益	受让取得
174		20822769	2017-09-21 - 2027-09-20	31	上海福益	受让取得
175		21619569	2017-12-07 - 2027-12-06	31	上海福益	原始取得
176		21619571	2017-12-07 - 2027-12-06	31	上海福益	原始取得
177	守护天使	37353613	2019-11-21 - 2029-11-20	31	上海福益	原始取得
178	潮极宠购	47837870	2021-02-21-2031-02-20	31	上海福益	原始取得