

(上接13版)

报告期内公司前五大客户销售收入为34,615.98万元、74,887.91万元和109,234.92万元,占当期销售收入比例分别为45.49%、51.66%和56.92%,前五大客户收入占比趋向集中,其中凯儿得乐、BEABA、BabyCare等国内客户销售收入占比提升较快。

公司自成立以来,凭借较强的研发能力、严格的质量管控体系和可靠的生产供应能力与客户建立了良好合作关系。但如未来公司不能保持与主要客户的合作关系,主要客户的经营状况恶化,公司在新客户、新市场领域的开拓未能取得成功,将可能对公司的业绩产生不利影响。

针对上述风险,公司一方面继续强化与尤妮佳、SCA(维达)、金佰利、韩国LW等老客户合作,同时积极开拓了花王、宝洁、BabyCare、自然花蕾等国际国内知名企业及品牌客户,另一方面将加大自有品牌的建设力度,从而降低大客户销售收入占比比较高的风险。

(三)国内品牌客户收入下降的风险
近年来,凯儿得乐、BEABA、BabyCare、Elesser、蜜芽等国内品牌借助优质的产品和新零售渠道迅速崛起和发展,这些国内品牌通常以OEM/ODM方式与国内制造商合作,因此公司ODM订单保持快速增长。报告期内凯儿得乐销售收入为26,678.03万元,48,250.70万元和42,264.32万元,占公司销售收入比例分别为35.06%、33.20%和21.64%。BEABA销售收入分别为827.77万元、9,700.20万元和17,935.59万元,Elesser销售收入分别为0元、6,885.83万元和7,873.38万元,蜜芽销售收入分别为170.61万元、5,296.55万元和13,910.64万元,BabyCare销售收入分别为0元、3,646.80万元和18,545.04万元。

未来,凯儿得乐、BEABA、BabyCare、Elesser、蜜芽等国内品牌在市场竞争、产品创新、客户开拓、客户合规、合规经营、销售模式、产品质量等方面出现因竞争不足导致销量下降,或者由于其从自身战略考虑,通过自建工厂生产产品,导致公司品牌客户对公司ODM产品采购下降,公司可能出现国内品牌客户收入下降,从而影响公司整体业绩的风险。

针对上述风险,公司一方面与国际知名品牌商已就无木浆多维复合纸浆纸浆产品ODM业务开始合作,一方面将加大自有品牌的建设力度,通过与国际品牌建立合作关系以及提升自有品牌销售占比,降低国内纸浆品牌客户收入下降对公司业绩影响的风险。

(四)产品质量控制及产品安全问题风险
公司一直以来高度重视产品的质量管控,通过优质的产品来满足品牌客户及终端消费者的需求。公司按照ISO9001质量管理体系认证的要求建立了质量管理体系,按照金佰利、尤妮佳、SCA(维达)、花王等全球著名跨国公司的要求,建立并完善了产品检验机制和质量控制手段,以此有效防范生产过程中可能出现的潜在质量问题。公司的产品是与使用者肌肤直接接触的卫生用品,若未来发生质量问题,进而涉及产品安全问题则可能对使用者的身体健康产生伤害,从而影响公司多年积累的良好口碑,对公司经营和业绩造成不利影响。

(五)ODM经营模式的风险
报告期内公司选择以ODM业务为主的经营模式,2017-2019年ODM业务的销售收入由61,580.58万元增长至175,676.21万元,销售占比由81.98%增长至101.59%,报告期内ODM业务的销售收入和销售占比不断提升。发行人技术与研发、质量控制、生产、成本管控等方面具有较强的竞争优势,并且ODM客户主要为全球著名跨国公司企业,销售终端用户品牌知名度和品牌影响力强,其品牌知名度较高,销售渠道覆盖全球,发行人与国外品牌商均充分利用各自资源进行优势互补,双方合作不断深化。未来,如果发行人增加自主品牌的投入,进而与国外品牌商形成竞争关系,使得国内外品牌商淡化与发行人的合作,或国外品牌商加快自主生产线的建设,减少对发行人的采购订单,或公司在产品的质量把控、交货时间等方面不能满足国外品牌商的需求,导致客户流失,则将对发行人的ODM业务的持续稳定发展和发行人的持续盈利能力产生不利影响。

(六)核心技术失传风险
公司系高新技术企业,截至本招股意向书摘要签署日,本公司及子公司已获专利113项,包括7项发明专利,89项实用新型专利和17项外观设计专利。公司具备系统的一次性卫生用品的研发技术,包括新产品研发、设计开发、吸收芯体材料持续研发、无木浆多维复合纸浆的研发及制造技术、3D压花工艺等。尽管公司通过采取技术保密制度、专利申请、设定源代码、对非专利技术及原材料配方等技术严格限制知悉人员等方式来保护公司的核心技术,但仍然存在核心技术失传、被他人盗用或窃取抄袭的风险,将对公司业务发展造成不利影响。

(七)婴儿出生率下降的风险
报告期内,公司抓住婴儿卫生用品市场快速发展的契机,与众多国内外知名护理用品企业同时重要品牌商等建立了生产合作关系。报告期内,公司婴儿卫生用品的销售收入分别为41,895.31万元、95,667.66万元和136,304.10万元,占主营业务收入的比例为55.76%、67.64%和70.98%。

根据国家统计局发布的数据,2019年中国新生儿数量为1,465万人,比2018年减少58万人,中国新生儿数量已连续3年出现下降。如果未来中国出生人口继续减少将影响国内婴儿卫生用品市场规模的增长速度和前景。未来,一方面公司将继续巩固在产品创新、技术研发、生产能力和质量控制方面的优势,努力开拓新客户,同时加大自有品牌建设力度,持续扩大婴儿卫生用品市场的占有率;另一方面,公司将抓住成人纸尿裤市场和经期裤市场快速发展的契机,扩大成人纸尿裤用品和成人卫生用品的销售规模和市场占有率,以应对婴儿出生率持续下降对公司经营产生的不利影响。

(八)房屋租赁合同风险
报告期内,公司拥有部分仓库租赁房产,其中有三处位于杭州余杭区的仓库尚未取得产权证,公司将面临该等仓库因产权不清晰而被政府有关部门依法责令拆迁或拆除的风险。同时,若上述仓库被拆迁或拆除,将可能导致公司部分原材料及货物短期内无法妥善安置,由此将对公司经营业绩产生不利影响。

公司实际控制人李志彪、朱威莉和李诗源已作出承诺:在租赁期间内,若公司承租的厂房产权相关权益争议,整体规划拆除、行政处罚或其他影响公司正常经营的情形,导致无法继续使用该等厂房或遭受损失,本人将承担公司因此所致的损失,包括但不限于因支付正常使用费、停产或停业、寻找替代场所、搬迁或因被处罚所造成的一切直接和间接损失。

(九)新型冠状病毒肺炎疫情持续扩散风险
2020年春节期间,新型冠状病毒肺炎疫情向全球蔓延,举国上下共同抗击疫情,为避免人口大规模流动和聚集,各地政府采取居家隔离、延长春节假期等的措施,使得工人返城、工厂复工延迟。新型冠状病毒肺炎疫情导致公司及下游企业生产复工延迟,影响公司生产经营及原材料采购,并且对公司货物运输、下游消费等均造成不利影响,由此导致对公司收入和净利润造成不利影响。

面对新型冠状病毒肺炎疫情的防控工作,为支援湖北抗击疫情,公司向孝感市等城市捐款现金和成人纸尿裤等抗疫援助物资。同时,公司积极响应政府号召,利用自身生产优势积极改造转产新建医用口罩厂,防护用卫生用品、酒精消毒液等抗疫物资生产线,以增强国家应急物资供应,并被浙江省新型冠状病毒疫情防控工作领导小组办公室列入浙江省(省级)重点物资生产企业名单。公司在产品研发、生产质量、生产运营等方面具有一流的竞争优势,以及加强渠道建设和运营,不断丰富品牌知名度和良好的品牌美誉度,成为国内同行业中经济实力较强、市场占有率较高、研发程度较高的专业化企业之一。

首先,在婴儿卫生用品领域,公司基于在产品创新、技术研发、生产能力和市场拓展方面的优势,赢得了凯儿得乐、Elesser、蜜芽、BEABA、BabyCare、子初、自然花蕾、韩国LW等国内外知名护理用品品牌商的高度认可,并与之建立了长期的生产供应关系,生产的婴儿卫生用品产品广受欢迎好评。

根据中国造纸协会的数据,2016-2018年,公司生产的婴儿纸尿裤产量占当年国内婴儿纸尿裤全行业生产总量的比重分别为0.78%、1.71%和3.44%,上升趋势较为明显。目前公司销售的婴儿卫生用品以ODM方式,在自主品牌影响力方面,公司销售的“希望宝贝”、“大明星”、“Mamamia”、“Sunny Baby”、“NANAKIA”等自主品牌的影响力正在不断提升。

在女性卫生用品领域,公司是较早开展研发生产的企业,与尤妮佳、金佰利、花王、晨兴博、重庆百亚等国内外知名品牌商均建立了长期的生产供应关系。2016-2018年,公司经期裤产品的销售额在国内的市场占有率连续3年排名前三。

在成人失禁用品领域,根据中国造纸协会统计,2016-2018年,公司生产的成人失禁用品产量占当年国内成人失禁用品生产总量的比重分别为2.56%、1.87%和2.34%,自主品牌影响力方面,公司销售的“康福康”、“汇泉”、“好臣”、“B+”等自主品牌在行业内具有良好的知名度和市场竞争力。

在本次募集资金投资项目达产之后,公司吸收核心技术的生产能力将进一步提升,规模化程度将提高,市场占有率有望稳步提升。

公司主要竞争对手有:金佰利(中国)有限公司、大王(南通)生活用品有限公司、恒安国际集团有限公司、广东昇升人护理用品股份有限公司、杭州奇葆护理用品股份有限公司、广东昇升健康护理实业股份有限公司、重庆百亚卫生用品有限公司和爹地宝贝股份有限公司。

五、公司与经营相关的主要资产
(一)固定资产
1.生产经营活动使用的主要生产设备情况
公司及子公司的主要生产设备及婴儿纸尿裤生产线、婴儿拉裤生产线、成人纸尿裤生产线、成人拉裤生产线、卫生巾生产线及经期裤生产线等10条。

2.房屋建筑物情况
截至本招股意向书摘要签署日,公司及子公司拥有的房产情况如下:

序号	房屋所有权证号	房屋坐落	所有	建筑面积(m ²)	用途	权利性质
1	浙(2018)余杭不动产产权证第07522号	余杭区闲林镇闲林村	豪悦股份	49,829.38	非住宅	出让
2	浙(2018)余杭不动产产权证第082899号	杭州市余杭区(含塘栖镇)闲林村	豪悦股份	276.54	住宅	存量房产
3	浙(2018)余杭不动产产权证第082899号	杭州市余杭区(含塘栖镇)闲林村	豪悦股份	277.19	非住宅	存量房产
4	浙(2018)余杭不动产产权证第067625号	杭州市余杭区(含塘栖镇)闲林村	豪悦股份	41.06	住宅	人才专项用房
5	浙(2018)余杭不动产产权证第067625号	杭州市余杭区(含塘栖镇)闲林村	豪悦股份	41.06	住宅	人才专项用房
6	浙(2018)余杭不动产产权证第067625号	杭州市余杭区(含塘栖镇)闲林村	豪悦股份	34.49	住宅	人才专项用房
7	浙(2018)余杭不动产产权证第067625号	杭州市余杭区(含塘栖镇)闲林村	豪悦股份	40.80	住宅	人才专项用房
8	浙(2018)余杭不动产产权证第067625号	杭州市余杭区(含塘栖镇)闲林村	豪悦股份	40.80	住宅	人才专项用房
9	苏(2018)南通不动产产权证第009453号	南通市通州区(含二甲镇)开发区大港四路	江苏豪悦	36,052.30	工业	自建房
10	苏(2018)南通不动产产权证第009453号	南通市通州区(含二甲镇)开发区大港四路	江苏豪悦	26,413.20	工业	自建房
11	苏(2018)南通不动产产权证第009453号	南通市通州区(含二甲镇)开发区大港四路	江苏豪悦	28,356.20	工业	自建房

(二)无形资产
1.土地使用权
截至本招股意向书摘要签署日,公司及子公司拥有的土地使用权情况如下:

序号	证书编号	土地权利人	土地坐落	使用权取得方式	权利性质
1	浙(2018)余杭不动产产权证第07522号	豪悦股份	余杭区闲林镇闲林村	出让	出让
2	浙(2018)余杭不动产产权证第07522号	豪悦股份	余杭区闲林镇闲林村	出让	出让
3	浙(2018)余杭不动产产权证第082899号	豪悦股份	杭州市余杭区(含塘栖镇)闲林村	出让	出让
4	浙(2018)余杭不动产产权证第082899号	豪悦股份	杭州市余杭区(含塘栖镇)闲林村	出让	出让
5	浙(2018)余杭不动产产权证第082899号	豪悦股份	杭州市余杭区(含塘栖镇)闲林村	出让	出让
6	浙(2018)余杭不动产产权证第082899号	豪悦股份	杭州市余杭区(含塘栖镇)闲林村	出让	出让
7	浙(2018)余杭不动产产权证第082899号	豪悦股份	杭州市余杭区(含塘栖镇)闲林村	出让	出让
8	浙(2018)余杭不动产产权证第082899号	豪悦股份	杭州市余杭区(含塘栖镇)闲林村	出让	出让
9	苏(2018)南通不动产产权证第009453号	豪悦股份	南通市通州区(含二甲镇)开发区大港四路	出让	出让
10	苏(2018)南通不动产产权证第009453号	豪悦股份	南通市通州区(含二甲镇)开发区大港四路	出让	出让
11	苏(2018)南通不动产产权证第009453号	豪悦股份	南通市通州区(含二甲镇)开发区大港四路	出让	出让
12	苏(2018)南通不动产产权证第009453号	豪悦股份	南通市通州区(含二甲镇)开发区大港四路	出让	出让

(三)本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺
截至本招股意向书摘要签署日,公司及子公司拥有的土地使用情况如下:

序号	股东姓名/名称	持股数量(万股)	持股比例	持股数量(万股)	持股比例
1	李志彪	5,572.00	44.65%	5,572.00	33.49%
2	朱威莉	2,276.54	28.67%	2,276.54	21.34%
3	邵伟强	689.62	8.62%	689.62	6.46%
4	李诗源	628.88	7.92%	628.88	5.93%
5	希望宝贝	419.28	5.24%	419.28	3.95%
6	康福康	386.18	4.84%	386.18	3.62%
7	康福康	27.60	0.28%	27.60	0.26%
8	社会公益基金(A股)	100.00	1.26%	2,667.00	26.00%
合计		8,000.00	100.00%	16,667.00	100.00%

(四)本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺
截至本招股意向书摘要签署日,公司及子公司拥有的土地使用情况如下:

序号	股东姓名/名称	持股数量(万股)	持股比例	持股数量(万股)	持股比例
1	李志彪	5,572.00	44.65%	5,572.00	33.49%
2	朱威莉	2,276.54	28.67%	2,276.54	21.34%
3	邵伟强	689.62	8.62%	689.62	6.46%
4	李诗源	628.88	7.92%	628.88	5.93%
5	希望宝贝	419.28	5.24%	419.28	3.95%
6	康福康	386.18	4.84%	386.18	3.62%
7	康福康	27.60	0.28%	27.60	0.26%
8	社会公益基金(A股)	100.00	1.26%	2,667.00	26.00%
合计		8,000.00	100.00%	16,667.00	100.00%

四、公司主营业务

(一)公司主营业务和产品
公司是国内外个人卫生护理用品领域的领先制造商,专注于妇、幼、成人卫生护理用品的研发、制造与销售业务,产品涵盖婴儿纸尿裤、成人纸尿裤、经期裤、卫生巾、湿巾等一次性卫生用品。

公司致力成为全球护理用品领域拥有研发技术优势的卓越企业,秉承“全力以赴,成就卓越”的经营理念,通过自主研发为先导的自主研发ODM模式,深度开发迭代创新无木浆多复合纸浆纸尿裤及经期裤等产品,以优质的产品服务跨国公司,并助力民族品牌快速崛起,为品牌客户及终端消费者提供更好、更柔软、更轻薄的个人卫生护理产品。

公司自成立以来,凭借较强的研发能力、严格的质量管控体系和可靠的生产供应能力,成为众多领先品牌商的战略合作伙伴,在业内积累了较多知名品牌客户,包括宝洁、金佰利、尤妮佳、SCA(维达)、花王等全球著名跨国公司,以及凯儿得乐、蜜芽、BEABA、BabyCare、子初、Elesser、晨兴博等国内知名护理用品企业和母婴品牌商等。同时公司在多年的生产经营过程中,逐步打造出自身的品牌,获得了较好的市场知名度和美誉度。公司主要产品销售国内市场,同时还出口到非洲、亚洲、欧洲以及大洋洲等世界各地。

公司婴儿纸尿裤、成人纸尿裤和经期裤产品的产能在国内排名前列。根据中国造纸协会统计数据,公司经期裤产品的销售额在国内的市场占有率连续3年排名前三,婴儿纸尿裤和成人纸尿裤的销售排名位于国内国产厂商前列,并被中国造纸协会评为“2018年度中国婴儿纸尿裤行业10强企业”和“2018年度中国成人失禁用品行业10强企业”。公司产品包括婴儿纸尿裤、成人纸尿裤、经期裤、卫生巾、湿巾等一次性卫生用品及其他产品,其中婴儿纸尿裤、成人纸尿裤、经期裤、卫生巾为公司主要产品。

(二)主要原材料和能源
公司采购的主要原材料包括无纺布、高分子吸水树脂、木浆、热熔胶和包装袋等。报告期内,公司主要原材料采购金额及占原材料采购总额比例的情况如下:

金额:万元						
项目	2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
无纺布	97,724.07	39.26%	37,223.54	37.69%	18,700.63	35.90%
高分子吸水树脂	22,111.92	18.19%	20,469.37	20.67%	9,200.61	17.64%
木浆	6,068.77	4.08%	5,096.89	5.15%	4,240.32	8.12%
热熔胶	8,136.89	6.69%	6,501.84	6.57%	6,626.26	6.86%
包装袋	8,268.03	6.79%	6,120.03	6.18%	3,161.22	6.04%
合计	122,289.68	75.00%	75,410.69	76.15%	39,012.04	74.74%

(三)产品销售方式和渠道
公司销售模式可按照具体业务进行以下区分:

(1)品牌客户的销售模式
公司品牌客户主要以ODM模式进行销售。ODM是指公司根据市场需求或客户委托进行产品的研发设计,并根据客户工厂组织生产,生产的产品以客户的品牌对外销售的一种生产方式。公司不仅负责生产加工,而且负责设计研发。报告期内,公司ODM模式销售收入占比较高,且逐年增长。

公司品牌客户包括国内客户和国外客户,其中以内地客户为主。境内客户方面,公司主要通过拜访、客户介绍、商务谈判等方式开拓客户,通常凭借优质的产品与服务的产品品质迅速赢得客户信任。境外客户方面,公司主要通过博览会、展会活动或跨境电商业务等渠道与客户建立商务联系,在展示公司产品多样化的同时,广泛而有效地与潜在客户进行交流。

公司品牌客户在选择供应商并确定战略合作关系前,通常会进行资质审查有非常严格的审定程序,尤其是金佰利、尤妮佳、SCA(维达)、花王等全球著名跨国公司,在审定过程中将对供应商的研发设计能力、生产流程、质量管理、服务能力、整体供应能力甚至经营情况等多个方面提出严格要求,对供应商的资质审查一般要半年至一年左右,之后再通过一段时期的小批量测试验证后才能正式成为其供应商。公司一旦通过供应商资质的最终审定,将被列入品牌客户的全球供应商名录,双方结成为长期、稳定的战略合作关系。

(2)自主品牌的销售模式
公司自主品牌业务的销售模式可分为线上销售和线下销售两种模式。

1.线上销售
公司线上销售渠道主要可分为自营模式和经销模式两种。
线上自营模式:公司主要通过天猫、淘宝、京东等电商平台开设直营店铺向最终消费者销售商品,并以销售商品的不同品类区分平台内不同店铺。通常情况下,终端消费者直接通过电商平台下达订单,向第三方支付平台或电商平台支付货款后,公司发货,在相关条件满足后收取货款。

以天猫为例,消费者通过天猫平台下达订单并支付货款付款后,公司安排商品发货,消费者收到商品并在天猫平台上确认收货(或达到平台约定期限)后,公司支付店铺订单的货款由支付宝状态变为可供公司支取状态。该模式下,公司直接向终端消费者销售,提供配送及退换货服务等,并根据需求向消费者开具发票。

2.线下经销模式
线上经销模式下,公司主要通过B2B或B2C等线上经销平台向消费者销售商品,双方以电商平台实际销售量和约定方式执行结算。公司合作的线上经销平台主要包括拍拍网、天猫超市、京东自营店铺等。以拍拍网为例,公司与拍拍网签订商品经销合同,约定代理销售方式,拍拍网将商品销售后,向公司开具代销清单,公司根据拍拍网提供的实际销售清单与其结算并开具发票。

线下销售
线下销售为经销模式。报告期内,公司经销商客户主要为从事快销品/卫生用品/小型生产型业务的公司或个体工商户,主要通过其所辖地区的母婴店、购物中心、中大型超市、便利店等实现产品的最终销售。

公司制定了严格的经销商选择标准,主要考虑经销商的资金实力、渠道拓展能力、人力资源配备、仓储物流配送能力、产品及推广能力、资源整合能力及市场拓展能力等。对于能够到达公司经销标准的经销商,公司按照经销商管理制度对其进行管理,包括销售目标、产品配送、日常管理等。

(四)行业竞争情况及公司的行业地位
公司系高新技术企业,曾获得2018年度中国造纸协会“婴儿纸尿裤行业10强企业”、2018年度中国成人失禁用品行业10强企业、浙江省新冠疫情防控工作领导小组办公室列入浙江省(省级)重点物资生产企业名单。公司在产品研发、生产质量、生产运营等方面具有一流的竞争优势,以及加强渠道建设和运营,不断丰富品牌知名度和良好的品牌美誉度,成为国内同行业中经济实力较强、市场占有率较高、研发程度较高的专业化企业之一。

首先,在婴儿卫生用品领域,公司基于在产品创新、技术研发、生产能力和市场拓展方面的优势,赢得了凯儿得乐、Elesser、蜜芽、BEABA、BabyCare、子初、自然花蕾、韩国LW等国内外知名护理用品品牌商的高度认可,并与之建立了长期的生产供应关系,生产的婴儿卫生用品产品广受欢迎好评。

根据中国造纸协会的数据,2016-2018年,公司生产的婴儿纸尿裤产量占当年国内婴儿纸尿裤全行业生产总量的比重分别为0.78%、1.71%和3.44%,上升趋势较为明显。目前公司销售的婴儿卫生用品以ODM方式,在自主品牌影响力方面,公司销售的“希望宝贝”、“大明星”、“Mamamia”、“Sunny Baby”、“NANAKIA”等自主品牌的影响力正在不断提升。

在女性卫生用品领域,公司是较早开展研发生产的企业,与尤妮佳、金佰利、花王、晨兴博、重庆百亚等国内外知名品牌商均建立了长期的生产供应关系。2016-2018年,公司经期裤产品的销售额在国内的市场占有率连续3年排名前三。

在成人失禁用品领域,根据中国造纸协会统计,2016-2018年,公司生产的成人失禁用品产量占当年国内成人失禁用品生产总量的比重分别为2.56%、1.87%和2.34%,自主品牌影响力方面,公司销售的“康福康”、“汇泉”、“好臣”、“B+”等自主品牌在行业内具有良好的知名度和市场竞争力。

在本次募集资金投资项目达产之后,公司吸收核心技术的生产能力将进一步提升,规模化程度将提高,市场占有率有望稳步提升。

公司主要竞争对手有:金佰利(中国)有限公司、大王(南通)生活用品有限公司、恒安国际集团有限公司、广东昇升人护理用品股份有限公司、杭州奇葆护理用品股份有限公司、广东昇升健康护理实业股份有限公司、重庆百亚卫生用品有限公司和爹地宝贝股份有限公司。

五、公司与经营相关的主要资产
(一)固定资产
1.生产经营活动使用的主要生产设备情况
公司及子公司的主要生产设备及婴儿纸尿裤生产线、婴儿拉裤生产线、成人纸尿裤生产线、成人拉裤生产线、卫生巾生产线及经期裤生产线等10条。

2.房屋建筑物情况
截至本招股意向书摘要签署日,公司及子公司拥有的房产情况如下:

序号	房屋所有权证号	房屋坐落	所有	建筑面积(m ²)	用途	权利性质
1	浙(2018)余杭不动产产权证第07522号	余杭区闲林镇闲林村	豪悦股份	49,829.38	非住宅	出让
2	浙(2018)余杭不动产产权证第082899号	杭州市余杭区(含塘栖镇)闲林村	豪悦股份	276.54	住宅	存量房产
3	浙(2018)余杭不动产产权证第082899号	杭州市余杭区(含塘栖镇)闲林村	豪悦股份	277.19	非住宅	存量房产
4	浙(2018)余杭不动产产权证第067625号	杭州市余杭区(含塘栖镇)闲林村	豪悦股份	41.06	住宅	人才专项用房
5	浙(2018)余杭不动产产权证第067625号	杭州市余杭区(含塘栖镇)闲林村	豪悦股份	41.06	住宅	人才专项用房
6	浙(2018)余杭不动产产权证第067625号	杭州市余杭区(含塘栖镇)闲林村	豪悦股份	34.49	住宅	人才专项用房
7	浙(2018)余杭不动产产权证第067625号	杭州市余杭区(含塘栖镇)闲林村	豪悦股份	40.80	住宅	人才专项用房
8	浙(2018)余杭不动产产权证第067625号	杭州市余杭区(含塘栖镇)闲林村	豪悦股份	40.80	住宅	人才专项用房
9	苏(2018)南通不动产产权证第009453号	南通市通州区(含二甲镇)开发区大港四路	江苏豪悦	36,052.30	工业	自建房
10	苏(2018)南通不动产产权证第009453号	南通市通州区(含二甲镇)开发区大港四路	江苏豪悦	26,413.20	工业	自建房
11	苏(2018)南通不动产产权证第009453号	南通市通州区(含二甲镇)开发区大港四路	江苏豪悦	28,356.20	工业	自建房

(二)无形资产
1.土地使用权
截至本招股意向书摘要签署日,公司及子公司拥有的土地使用权情况如下:

序号	证书编号	土地权利人	土地坐落	使用权取得方式	权利性质
1	浙(2018)余杭不动产产权证第07522号	豪悦股份	余杭区闲林镇闲林村	出让	出让
2	浙(2018)余杭不动产产权证第07522号	豪悦股份	余杭区闲林镇闲林村	出让	出让
3	浙(2018)余杭不动产产权证第082899号	豪悦股份	杭州市余杭区(含塘栖镇)闲林村	出让	出让
4	浙(2018)余杭不动产产权证第082899号	豪悦股份	杭州市余杭区(含塘栖镇)闲林村	出让	出让
5	浙(2018)余杭不动产产权证第082899号	豪悦股份	杭州市余杭区(含塘栖镇)闲林村	出让	出让
6	浙(2018)余杭不动产产权证第082899号	豪悦股份	杭州市余杭区(含塘栖镇)闲林村	出让	出让
7	浙(2018)余杭不动产产权证第082899号	豪悦股份	杭州市余杭区(含塘栖镇)闲林村	出让	出让
8	浙(2018)余杭不动产产权证第082899号	豪悦股份	杭州市余杭区(含塘栖镇)闲林村	出让	出让
9	苏(2018)南通不动产产权证第009453号	豪悦股份	南通市通州区(含二甲镇)开发区大港四路	出让	出让
10	苏(2018)南通不动产产权证第009453号	豪悦股份	南通市通州区(含二甲镇)开发区大港四路	出让	出让
11	苏(2018)南通不动产产权证第009453号	豪悦股份	南通市通州区(含二甲镇)开发区大港四路	出让	出让
12	苏(2018)南通不动产产权证第009453号	豪悦股份	南通市通州区(含二甲镇)开发区大港四路	出让	出让

(三)本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺
截至本招股意向书摘要签署日,公司及子公司拥有的土地使用情况如下:

10	苏(2018)188号且不涉及专利权0000894号	江苏爱康	无锡市经济开发区余庆路	工业用地	56,300.00	出让
11	苏(2018)188号且不涉及专利权0000894号	江苏爱康	无锡市经济开发区余庆路	工业用地	27,770.50	出让
12	苏(2018)188号且不涉及专利权0000894号	江苏爱康	无锡市经济开发区余庆路	工业用地	38,928.50	出让

2、商标

截至本招股意向书签署日,本公司及控股子公司拥有境内商标共310项,拥有境外商标11项,公司及控股子公司的商标不存在担保或其他权利受到限制的情况。

3、专利技术

截至本招股意向书签署日,本公司及子公司已获专利113项,包括7项发明专利、89项实用新型专利和17项外观设计专利。公司未许可其他自然人或法人使用该等专利,该等专利也不存在担保或其他权利受到限制的情况。

4、特许经营权

截至本招股意向书签署日,本公司未拥有特许经营权。

六、同业竞争和关联交易情况

(一) 同业竞争情况