

证券代码：003006

股票简称：百亚股份

公告编号：2020-001

## 重庆百亚卫生用品股份有限公司

### 上市首日风险提示公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

经深圳证券交易所《关于重庆百亚卫生用品股份有限公司人民币普通股股票上市的通知》（深证上〔2020〕861号）同意，本公司发行的人民币普通股股票在深圳证券交易所上市，股票简称“百亚股份”，股票代码“003006”，本次公开发行的4,277.78万股股票将于2020年9月21日起上市交易。

公司郑重提请投资者注意：投资者应充分了解股票市场风险及本公司披露的风险因素，切实提高风险意识，在新股上市初期切忌盲目跟风“炒新”，应当审慎决策、理性投资。

现将有关事项提示如下：

一、公司近期经营情况正常，内外经营环境未发生重大变化，目前不存在未披露重大事项。

二、经查询，公司、控股股东和实际控制人不存在应披露而未披露的重大事项，公司近期不存在重大对外投资、资产收购、出售计划或其他筹划阶段的重大事项。公司募集资金投资项目按招股说明书披露的计划实施，未发生重大变化。

三、公司聘请普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）依据中国注册会计师审计准则，对公司2017年12月31日、2018年12月31日和2019年12月31日的资产负债表，2017年度、2018年度和2019年度的利润表、现金流量表、股东权益变动表以及财务报表附注进行了审计。普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）出具了标准无保留意见的审计报告（普华永道中天审字[2020]第11002号）。根据审计报告，本公司报告期内合并报表主要数据如下：

### (一) 资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动资产	49,195.05	36,804.12	39,003.80
非流动资产	50,212.40	49,856.54	45,873.85
<b>资产合计</b>	<b>99,407.45</b>	<b>86,660.66</b>	<b>84,877.65</b>
流动负债	28,411.39	24,591.67	25,068.93
非流动负债	566.79	397.43	142.26
<b>负债合计</b>	<b>28,978.17</b>	<b>24,989.10</b>	<b>25,211.19</b>
<b>股东权益合计</b>	<b>70,429.28</b>	<b>61,671.56</b>	<b>59,666.46</b>

### (二) 利润表主要数据

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入	114,941.46	96,116.27	81,020.57
营业利润	14,834.12	10,354.65	7,547.91
利润总额	14,845.39	10,377.63	7,643.90
净利润	12,796.02	8,935.10	6,558.09
扣除非经常性损益后归属于发行人股东的净利润	12,304.81	8,754.14	6,344.95

### (三) 现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动产生的现金流量净额	13,201.72	7,362.14	10,223.26
投资活动产生的现金流量净额	-2,446.16	-3,920.40	-5,514.73
筹资活动产生的现金流量净额	-4,596.19	-7,061.78	-238.20
汇率变动对现金及现金等价物的影响	13.97	57.12	-18.57
现金及现金等价物净增加额	6,173.33	-3,562.92	4,451.76
期末现金及现金等价物余额	22,461.15	16,287.82	19,850.73

### (四) 主要财务指标

财务指标	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动比率（倍）	1.73	1.50	1.56
速动比率（倍）	1.27	1.02	1.20
资产负债率（合并）	29.15%	28.84%	29.70%
无形资产（扣除土地使用权后）占净资产比例	0.06%	0.0013%	0.01%
财务指标	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款周转率（次）	16.49	15.99	15.78
存货周转率（次）	5.00	5.39	5.58
息税折旧摊销前利润（万元）	18,048.11	13,038.90	9,968.46
利息保障倍数（倍）	不适用	不适用	不适用
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	0.34	0.19	0.27
每股净现金流量（元）	0.16	-0.09	0.12
加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益后的净利润）	19.22%	15.15%	11.25%
基本每股收益（扣除非经常性损益后的净利润）（元）	0.32	0.23	0.16
稀释每股收益（扣除非经常性损益后的净利润）（元）	0.32	0.23	0.16

注：财务指标具体计算方法如下：

- 1、流动比率=流动资产/流动负债
- 2、速动比率=(流动资产-存货)/流动负债
- 3、资产负债率=总负债/总资产
- 4、期末无形资产（土地使用权、水面养殖权和采矿权等除外）占净资产的比例=期末无形资产（土地使用权、水面养殖权和采矿权等除外）/期末净资产
- 5、应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额
- 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=利润总额+利息支出+折旧费用+无形资产摊销+长期待摊费用摊销+投资性房地产摊销
- 8、利息保障倍数=息税前利润/利息支出
- 9、每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额
- 10、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股本总额

#### 四、审计截止日后的主要经营状况

公司财务报告审计截止日为 2019 年 12 月 31 日。公司 2020 年 1-6 月经营业绩说明和 2020 年 1-9 月经营业绩预计情况如下：

### （一）2020年1-6月经营业绩说明

公司2020年1-6月及可比期间的相关财务信息未经审计，但已经普华永道审阅并出具了无保留结论的《审阅报告》（普华永道中天阅字[2020]第0079号）。根据审阅报告，公司2020年1-6月合并财务报表主要项目及上年同期对比情况如下：

单位：万元

项目	2020.6.30/ 2020年1-6月 (①)	2019.6.30/ 2019年1-6月 (②)	变动幅度 ([①-②]/②)
总资产	109,916.57	84,834.73	29.57%
归属于母公司股东权益	78,978.58	64,147.19	23.12%
营业收入	60,659.63	57,385.18	5.71%
归属于母公司股东的净利润	8,919.16	6,903.13	29.20%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	8,837.63	6,868.17	28.68%

2020年1-6月，公司营业收入较上年同期增长5.71%；受益于公司持续调整、优化产品结构，以及成本及费用的有效控制，公司利润水平保持快速增长，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润较上年同期增长28.68%。

### （二）2020年1-9月经营业绩说明预计

根据公司2020年1-6月已实现的经营业绩、在手订单等情况，并综合考虑本次疫情的影响，公司预计2020年1-9月实现营业收入约为86,000万元至94,200万元，同比变动幅度约为5%至15%；公司自2020年1月1日起执行新收入准则，公司将原收入准则下计入销售费用的促销费用调整冲减当期营业收入，导致公司收入的增长幅度较小。公司预计2020年1-9月扣除非经常性损益前归属于母公司所有者的净利润约为12,400万元至13,300万元，同比增长约45%至55%；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润约为12,300万元至13,200万元，同比增长约45%至55%。（前述财务数据的预计数不代表公司最终可实现业绩，亦不构成公司盈利预测）

公司预计2020年1-9月不存在业绩大幅下滑的情况。

## 五、公司特别提醒投资者认真注意以下风险因素：

### （一）市场竞争日益加剧的风险

一次性卫生用品行业厂商及品牌数目众多，市场化竞争程度较高。近年来，伴随消费水平和健康生活理念的提高，一次性卫生用品行业在保持增长的同时，市场竞争已从单纯的价格竞争、渠道竞争等逐渐向品牌综合竞争发展。随着国内企业转型升级和跨地区多渠道发展，国内外品牌之间的竞争愈发激烈。同时，随着移动互联网的普及和营销手段的多元化，各类型营销渠道不断涌现，丰富了本行业销售维度的同时亦加大了市场竞争程度。如果公司不能适时把握消费需求和营销趋势的变化方向，并制定行之有效的发展战略提早布局，日益加剧的行业竞争将对公司经营业绩带来不利影响。

### （二）品牌形象受侵害风险

一次性卫生用品直接面向消费者，品牌形象对公司而言至关重要，是影响消费者购买选择的重要因素。近年来，公司的“自由点”、“妮爽”和“好之”品牌已具有较高的知名度和美誉度，受到消费者的青睐。如果出现不法厂商仿制、仿冒公司产品进行非法生产销售，或被他人采取不正当竞争手段恶意抹黑或诋毁，公司的品牌形象和美誉将遭受损害，消费者对公司产品的消费意愿也可能下降，从而对公司的经营造成不利影响。

### （三）销售渠道的管理及拓展风险

#### 1、销售渠道的管理和开拓风险

近年来，经销商渠道和 KA 渠道一直都是公司的主要销售渠道。

在经销商渠道下，公司向经销商卖断产品，利用经销商的渠道资源向各地市场渗透，有效降低市场开拓成本，提高市场开发效率。尽管公司与众多经销商建立了良好的合作关系，并积累了丰富的经销商管理经验，但由于各经销商直接管理其销售终端，公司难以完全介入其日常管理，可能存在公司对市场终端反馈信息的掌握滞后、依赖于经销商的风险；同时，经销商若不能严格按照经销合同和公司管理制度规范经营，亦可能对经销商渠道的整体经营造成不利影响。未来，随着经销商群体的进一步扩大以及行业竞争的日益激烈，若公司的管理水平未能

随之提升或经销商的主观能动性未得到充分挖掘，则亦可能对公司经营产生不利影响。

在 KA 渠道下，公司自主面对大卖场、大型超市类客户。通常该类客户较为强势，作为其供应商的公司议价和谈判能力相对有限。如果大卖场和大型超市等 KA 客户由于经营策略调整，撤出既有地域市场、改变销售产品或品牌、或者其他商业原因降低对公司产品的需求或终止与公司的销售协议，抑或提高相关销售终端所需的维护费用，可能对公司的经营业绩产生不利影响。

除经销商渠道和 KA 渠道外，根据市场变化和自身业务发展需求，近年来公司亦在顺势开拓电商渠道和 ODM 销售业务，并取得了良好的成果。若公司无法有效适应电商平台差异化明显且变化迅速的特点，或无法快速响应 ODM 客户的定制化研发和制造需求，可能对公司的发展速度带来一定影响。

## **2、线下销售区域集中的风险**

公司在川渝及周边地区一次性卫生用品市场具有较高的知名度和市场占有率。报告期内，公司来自川渝、云贵陕及两湖地区的销售收入占营业收入的比重分别为 77.58%、67.03%和 67.82%，占比较高。随着品牌影响力的提升和业务规模的扩大，公司通过经销商及 KA 等线下渠道持续加大其他市场的开拓力度，且依托快速发展的电商渠道向全国发力。但是，在新进入的线下市场区域，公司尚处于品牌培育和营销网络的建设期，新客户对公司品牌的认知和消费需求的释放尚需一定时间。因此，公司仍存在销售区域相对集中的风险。公司如果不能发挥自己的品牌优势持续保持在川渝、云贵陕及两湖地区的增长，一旦该区域市场竞争加剧或消费需求减少，或者公司在该区域以外的市场拓展未达到预期，将对公司经营业绩产生不利影响。

### **（四）产品质量风险**

公司产品以自主生产为主，同时因受限于生产设施和产能等因素，亦将少量产品进行了 OEM 外协生产。公司的产品是与使用者肌肤密切接触的一次性卫生用品，产品质量至关重要。因此，公司一直以来高度重视产品的质量控制，严格按照 ISO 9001 国际质量管理体系认证的要求建立了质量管理体系，针对自主生产和外协生产过程中可能出现的潜在质量问题进行了有效防范。但若未来产品发

生质量问题，则会影响公司多年积累的良好声誉，进而对公司经营业绩造成不利影响。

#### **（五）经营业绩波动风险**

报告期内，得益于卫生巾和婴儿纸尿裤行业市场规模保持增长、公司持续优化产品结构以及 KA 渠道和电子商务渠道的不断发展，公司销售规模不断扩大，营业收入的增长带动公司盈利情况持续向好。2019 年，公司营业收入为 114,941.46 万元，较上年同期增长 19.59%；归属于母公司股东净利润为 12,815.36 万元、扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润为 12,304.81 万元，分别较上年同期增长 43.43%和 40.56%，利润规模增幅较大。但是，若未来出现市场竞争加剧、原材料价格大幅上涨、募投项目收益未达预期或公司不能持续保持竞争优势等情形，公司将面临经营业绩波动的风险。

上述风险为公司主要风险因素，请投资者特别关注公司首次公开发行股票招股说明书“第四章 风险因素”等有关章节，并特别关注上述风险的描述。敬请广大投资者注意投资风险，理性投资。

特此公告。

重庆百亚卫生用品股份有限公司董事会

二〇二〇年九月二十一日