

上海丽人丽妆化妆品股份有限公司

Shanghai Lily&Beauty Cosmetics Co., Ltd.

(上海市松江区乐都西路 825 弄 89、90 号 6 层 618 室)



首次公开发行 A 股股票招股说明书摘要

保荐机构（联席主承销商）



(广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座)

联席主承销商



(深圳市前海深港合作区南山街道桂湾五路 128 号前海深港基金小镇 B7 栋 401)

声明

本招股说明书摘要的目的仅为向公众提供有关本次发行的简要情况，并不包括招股说明书全文的各部分内容。招股说明书全文同时刊载于上海证券交易所网站。投资者在做出认购决定之前，应仔细阅读招股说明书全文，并以其作为投资决定的依据。

投资者若对本招股说明书摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对招股说明书及其摘要的真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

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

保荐人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，将先行赔偿投资者损失。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或者投资者的收益做出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

释义

在本招股说明书摘要中除非文义另有所指，下列词语或简称具有如下含义：

一、普通术语

发行人/公司/本公司/ 股份公司/丽人丽妆	指	上海丽人丽妆化妆品股份有限公司
丽人有限	指	上海丽人丽妆化妆品有限公司
北京丽人丽妆	指	北京丽人丽妆化妆品有限公司
Lily Cayman	指	Lily & Beauty (Cayman) Inc.
Lily Hong Kong	指	Lily & Beauty (Hong Kong) Limited
Alibaba Investment	指	Alibaba Investment Limited
上海丽仁	指	上海丽仁创业投资合伙企业（有限合伙）
上海丽秀	指	上海丽秀创业投资合伙企业（有限合伙）
阿里网络	指	阿里巴巴（中国）网络技术有限公司
阿里创投	指	杭州阿里创业投资有限公司
上海弈丽	指	上海弈丽投资合伙企业（有限合伙）
广发乾和	指	广发乾和投资有限公司
Crescent Lily	指	Crescent Lily Singapore Pte. Ltd.
Milestone	指	Milestone Ecom I (HK) Limited
Milestone BVI	指	Milestone Ecom I Limited
Asia-Pacific	指	Asia-Pacific e-Commerce Opportunities Pte. Ltd.
上海极梁	指	上海极梁资产管理合伙企业（有限合伙），后更名为苏州市极梁资产管理合伙企业（有限合伙）
汉理前骏	指	上海汉理前骏创业投资合伙企业（有限合伙）
汉理前泰	指	上海汉理前泰创业投资合伙企业（有限合伙）
汉理前隆	指	上海汉理前隆创业投资合伙企业（有限合伙）
汉理前景	指	上海汉理前景股权投资合伙企业（有限合伙）
汉理前秀	指	杭州汉理前秀创业投资合伙企业（有限合伙）
领誉基石	指	深圳市领誉基石股权投资合伙企业（有限合伙）
苏州冠鼎	指	苏州冠鼎创业投资中心（有限合伙）
苏州冠新	指	苏州冠新创业投资中心（有限合伙）
上海极量	指	上海极量资产管理中心
上海柱间	指	上海柱间资产管理中心
上海赢曼	指	上海赢曼资产管理中心
上海丽承	指	上海丽承投资管理有限公司
飞拓无限	指	飞拓无限信息技术（北京）有限公司
美妍信息/丽人商务	指	上海美妍信息科技有限公司，后更名为丽人丽妆（上海）电子商务有限公司

成都丽人丽妆	指	成都丽人丽妆化妆品有限公司
易康丽	指	上海易康丽广告有限公司
上海梵丽/丽人网络	指	上海丽人丽妆网络科技有限公司，曾用名上海梵丽信息技术有限公司
丽人美妆	指	上海丽人美妆电子商务有限公司
喵车家	指	上海喵车家信息技术有限公司，曾用名上海喵车家电子商务有限公司
上海丽想	指	上海丽想投资管理有限公司
Lily Korea	指	Lily & Beauty Korea Co. Limited
Lily Japan	指	丽人丽妆日本株式会社
Tao	指	Tao International (Hong Kong) Limited
丽人商贸	指	丽人丽妆（上海）商贸有限公司
Lily & Beauty U.S.	指	Lily & Beauty U.S. Corporation
Lily Hong Kong	指	Lily & Beauty (Hong Kong) Limited
Lily Thailand	指	Lily Beauty (Thailand) Limited
上海丽志	指	上海丽志企业管理合伙企业（有限合伙）
上海丽帆	指	上海丽帆供应链管理有限公司
上海贝道	指	上海贝道电子商务有限公司
Forest Huang BVI	指	Forest Huang Holding Limited
Lily Holding	指	Lily & Beauty Holding Limited
Lily Management	指	Lily & Beauty Management Holding Limited
阿里巴巴集团、阿里巴巴	指	Alibaba Group Holding Ltd.及其控股的企业
杭州悠可	指	杭州悠可化妆品有限公司
壹网壹创	指	杭州壹网壹创科技股份有限公司
若羽臣	指	广州若羽臣科技股份有限公司
宝尊电商	指	上海宝尊电子商务有限公司，系美国纳斯达克证券交易所上市公司（证券代码：BZUN.O）
跨境通	指	跨境通宝电子商务股份有限公司，系A股上市公司（证券代码：002640；股票简称：跨境通）
上海联恩	指	上海联恩贸易发展有限公司
菜鸟供应链	指	浙江菜鸟供应链管理有限公司及其全资子公司杭州菜鸟供应链管理有限公司
商务部	指	中华人民共和国商务部
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
国家市场监督管理总局（原国家工商行政管理总局）	指	中华人民共和国国家市场监督管理总局，原中华人民共和国国家工商行政管理总局
全国人大常委会	指	全国人民代表大会常务委员会
财政部	指	中华人民共和国财政部
发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
海关总署	指	中华人民共和国海关总署

质检总局	指	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
中央网信办	指	中共中央网络安全和信息化委员会办公室
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
保荐人/保荐机构/主承销商	指	中信证券股份有限公司
联席主承销商	指	中信证券股份有限公司、华泰联合证券有限责任公司
副主承销商	指	南京证券股份有限公司
方达律师/发行人律师	指	上海市方达律师事务所
普华永道/发行人会计师	指	普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）
本次发行	指	本公司本次向社会公开发行不超过 4,001 万股 A 股的行为
报告期、最近三年	指	2017 年度、2018 年度、2019 年度
报告期各期末	指	2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日
《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》
元	指	人民币元，中国法定流通货币单位

二、专业术语

电子商务	指	在全球各地广泛的商业贸易活动中，在因特网开放的网络环境下，基于浏览器/服务器应用方式，买卖双方不谋面地进行各种商贸活动，实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式
网络零售/互联网零售	指	交易双方以互联网为媒介进行的商品交易活动，即通过互联网进行信息的组织和传递，实现有形商品和无形商品所有权的转移或服务的消费。买卖双方通过电子商务（线上）应用实现交易信息的查询（信息流）、交易（资金流）和交付（物流）等行为
B2C	指	Business to Customer 的缩写，其中文简称为“商对客”，系电子商务的一种模式，即企业直接面向消费者销售产品和服务的商业零售模式
垂直 B2C	指	在某一个行业或细分市场深化运营的直接面向消费者销售产品和服务的商业零售模式
B2B	指	Business to Business 的缩写，是指企业与企业通过专用网络或 Internet，进行数据信息的交换、传递，开展交易活动的商业模式
C2C	指	Customer to Customer 的缩写，是指商品和信息通过互联网从消费者直接到消费者的商业模式
天猫/天猫平台	指	网址为 www.tmall.com，原名淘宝商城，系线上综合性 B2C 购物网站，为商家和消费者之间提供一站式解决方案，包括天猫商城、天猫国际等业务板块
淘宝	指	网址为 www.taobao.com，系线上综合性 C2C 购物网站，为消费者和消费者之间提供一站式解决方案
天猫国际	指	网址为 www.tmall.hk，系线上跨境进口电商平台，主要为国内消费者直供海外进口商品

天猫美妆	指	天猫平台的独立美妆垂直市场，由众多美容美妆护理类的名牌旗舰店组成，直供美妆正品
阿里妈妈	指	网址为 www.alimama.com ，隶属于阿里巴巴集团，是国内领先的大数据营销平台，拥有阿里巴巴集团核心商业数据
旗舰店/官方旗舰店/ 品牌官方旗舰店	指	根据《天猫 2018 年度入驻标准》，指以自有品牌或由商标权人提供独占授权的品牌入驻天猫开设的店铺。此外，天猫平台的店铺类型还包括专卖店（以商标权人提供普通授权的品牌入驻天猫开设的店铺）、专营店（同一天猫经营大类下经营两个及以上品牌的店铺）等
京东	指	北京京东世纪贸易有限公司，系综合网络零售商，旗下运营网站 www.jd.com ，包括京东自营和京东开放平台等业务板块
CRM	指	Customer Relationship Management 的缩写，即客户关系管理，指用计算机自动化分析销售、市场营销、客户服务以及应用等流程，使企业能更高效地为客户提供服务，以提高客户满意度、忠诚度为目的的软件系统和管理经营方式
聚划算	指	网址为 ju.taobao.com ，系阿里巴巴集团旗下的团购网站
钻石展位/钻展	指	系淘宝网和天猫平台上以图片展示为基础、精准定向为核心、实时竞价的展示推广营销工具，支持图片、flash 等动态创意，卖家选择资源位和定向人群后进行竞价投放
品销宝	指	系淘宝网和天猫平台上卖家用于传播品牌理念、提升品牌影响力的营销工具，当买家搜索特定关键词时，卖家推广信息将在搜索结果页的最上方位置展现
直通车	指	系淘宝网和天猫平台上卖家用于实现产品或店铺精准推广的搜索营销工具，其营销原理为卖家设置与推广商品或店铺相关的关键词和出价，当买家搜索相应关键词时，推广商品或店铺获得展现和流量
CNNIC	指	中国互联网络信息中心（China Internet Network Information Center，简称 CNNIC），现为中央网络安全和信息化委员会办公室（国家互联网信息办公室）直属事业单位，行使国家互联网络信息中心职责
Euromonitor	指	全球知名的主要从事消费品市场调查的咨询公司，独立为各个国家、地区的消费细分市场提供数据分析及战略研究等各类信息。
艾瑞咨询	指	艾瑞咨询集团（iResearch），一家专注于网络媒体、电子商务等网络经济领域的专业研究机构，提供数据产品服务、市场研究咨询服务
生意参谋	指	生意参谋系阿里巴巴商家端官方统一的数据产品平台，即阿里巴巴的一款官方数据软件，数据来源于阿里巴巴官方数据库，其真实性和权威性可以保证，同时，生意参谋提供的排名也是商家普遍认可的排名
SKU	指	Stock Keeping Unit（库存量单位），现在已经被引申为产品统一编号的简称，每种产品均对应唯一的 SKU 号
KOL	指	英文 Key Opinion Leader 的缩写，意为关键意见领袖，通常指拥有更多、更准确的产品信息，且为相关群体所接受或信任，并对该群体的购买行为有较大影响力的人或组织
GMV	指	英文 Gross Merchandise Volume 的缩写，意为网站成交金额
客单价	指	每一个消费者平均购买商品的金额
RFID	指	Radio Frequency Identification 的缩写，又称无线射频识别，可通过无线电讯号识别特定目标并读写相关数据

RTLS	指	Real Time Location Systems 的缩写，是一种基于信号的无线电实时定位系统
ERP	指	Enterprise Resource Planning 的缩写，是指企业内部管理所需的业务应用系统，主要包含财务、物流、人力资源等模块
WCS	指	设备控制系统
TMS	指	运输管理系统
OMS	指	订单管理系统
IMS	指	出入库信息管理系统
WMS	指	仓储管理系统
BI	指	商业智能分析系统

特别说明：本招股说明书摘要所有数值保留 2 位小数，本招股说明书摘要相关数据表格若出现合计数与各分项数值直接相加之和在尾数上存在差异的情形，均系四舍五入所致。

第一节 重大事项提示

公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书摘要中“第五节 风险因素和其他重要事项”之“一、风险因素”的全部内容，并特别关注以下重要事项。

一、股份限制流通及自愿锁定的承诺

（一）控股股东、实际控制人承诺

发行人控股股东、实际控制人就股份锁定期作出的承诺如下：

1、自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前已直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份；发行人上市后 6 个月内如股票连续 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，本人持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。上述收盘价应考虑除权除息等因素作相应调整。

2、如在上述锁定期满后两年内减持所持发行人股份的，则所持有股份的减持价格不低于发行人首次公开发行股票的发价，上述减持价格应考虑除权除息等因素作相应调整。

3、上述第 1 条规定的锁定期满后，在本人担任发行人董事、高级管理人员期间每年转让所持有的发行人股份数量不超过所持有发行人股份总数的百分之二十五；若本人不再担任发行人董事、高级管理人员，则自本人不再担任上述职位之日起半年内，不转让所持有的发行人股份。

4、本人将根据《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》（中国证券监督管理委员会公告[2017]9 号）、《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》（上证发[2017]24 号）等相关法律法规及规范性文件的规定进行减持。若前述法律法规及规范性文件被修订、废止，本人将依据不时修订的相关法律法规及规范性文件以及证券监管机构的有关要求进行减持。

5、本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若不履行本承诺所

赋予的义务和责任，承诺人将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持公司股票的收益将归公司所有。若本人离职或职务变更的，不影响本承诺的效力，本人仍将继续履行上述承诺。

（二）其他股东承诺

1、发行人持股 5%以上股东阿里网络承诺

发行人持股 5%以上股东阿里网络就股份锁定期作出的承诺如下：

自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前已直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

2、发行人持股 5%以上股东 Crescent Lily、上海丽仁及其一致行动人上海丽秀、Milestone、Asia-Pacific 承诺

发行人持股 5%以上股东 Crescent Lily、上海丽仁及其一致行动人上海丽秀、Milestone、Asia-Pacific 就股份锁定期作出的承诺如下：

自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前已直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

3、发行人股东领誉基石、上海弈丽、广发乾和、汉理前隆、汉理前骏、汉理前泰、苏州冠鼎、苏州冠新、汉理前秀承诺

发行人股东领誉基石、上海丽秀、上海弈丽、广发乾和、汉理前隆、汉理前骏、汉理前泰、苏州冠鼎、苏州冠新、汉理前秀就股份锁定及减持事项作出的承诺如下：

自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前直接和间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

（三）董事、高级管理人员承诺

除公司控股股东、实际控制人黄韬外，间接持有发行人股份的董事、高级管理人员黄梅就股份锁定及减持事项作出的承诺如下：

1、自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前已间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份；发行人上市后 6

个月内如股票连续 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，本人持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。上述收盘价应考虑除权除息等因素作相应调整。

2、如在上述锁定期满后两年内减持所持发行人股份的，则所持有股份的减持价格不低于发行人首次公开发行股票的发价，上述减持价格应考虑除权除息等因素作相应调整。

3、上述第 1 条规定的锁定期满后，在本人担任发行人董事、高级管理人员期间每年转让所持有的发行人股份数量不超过所持有发行人股份总数的百分之二十五；若本人不再担任发行人董事、高级管理人员，则自本人不再担任上述职位之日起半年内，不转让所持有的发行人股份。

4、本人将根据《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》（中国证券监督管理委员会公告[2017]9 号）、《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》（上证发[2017]24 号）等相关法律法规及规范性文件的规定进行减持。若前述法律法规及规范性文件被修订、废止，本人将依据不时修订的相关法律法规及规范性文件以及证券监管机构的有关要求进行减持。

5、本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若不履行本承诺所赋予的义务和责任，承诺人将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持公司股票的收益将归公司所有。若本人离职或职务变更的，不影响本承诺的效力，本人仍将继续履行上述承诺。

二、公司股东的持股意向及减持意向的承诺

（一）控股股东、实际控制人承诺

发行人控股股东、实际控制人就持股意向及减持意向作出的承诺如下：

1、在发行人上市后三十六个月内不减持发行人股份。

2、如本人所持股票在承诺的持股锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票的发价，上述减持价格应考虑除权除息等因素作相应调整。

3、在本人承诺的持股锁定期满后两年后，减持价格在满足本人已作出的各项承诺的前提下根据减持当时的市场价格而定，具体减持方案将根据届时市场情况拟定。

4、本人承诺在实施减持前，将提前五个工作日向公司提交减持原因、减持数量、未来减持计划、减持对公司治理结构及持续经营影响的说明，提前三个交易日通过发行人进行公告，并按照证券监管机构、上海证券交易所届时适用的规则及时、准确地履行信息披露义务。减持前，本人持有发行人的股份低于5%时除外。

5、如果本人因违反上述减持意向而获得收益的，则本人所得的收益归发行人所有。

（二）其他股东承诺

1、发行人持股5%以上股东阿里网络承诺

发行人持股5%以上股东阿里网络就持股意向及减持意向作出的承诺如下：

（1）在发行人上市后三十六个月内不减持发行人股份。

（2）如本公司所持股票在承诺的持股锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于减持时发行人最近一次经审计的每股净资产价格，上述减持价格应考虑除权除息等因素作相应调整。

（3）在本公司承诺的持股锁定期满后两年后，减持价格在满足本公司已作出的各项承诺的前提下根据减持当时的市场价格而定，具体减持方案将根据届时市场情况拟定。

（4）本公司承诺在实施减持前，将提前五个工作日向公司提交减持原因、减持数量、未来减持计划、减持对公司治理结构及持续经营影响的说明，提前三个交易日通过发行人进行公告，并按照证券监管机构、上海证券交易所届时适用的规则及时、准确地履行信息披露义务。减持前，本公司持有发行人的股份低于5%时除外。

（5）如果本公司因违反上述减持意向而获得收益的，则本公司所得的收益归发行人所有。

2、发行人持股 5%以上股东 Crescent Lily、上海丽仁及其一致行动人上海丽秀、Milestone、Asia-Pacific 承诺

发行人持股 5%以上股东 Crescent Lily、上海丽仁及其一致行动人上海丽秀、Milestone、Asia-Pacific 就持股意向及减持意向作出的承诺如下：

(1) 在发行人上市后十二个月内不减持发行人股份。

(2) 如本企业所持股票在承诺的持股锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于减持时发行人最近一次经审计的每股净资产价格，上述减持价格应考虑除权除息等因素作相应调整。

(3) 在本企业承诺的持股锁定期满后两年后，减持价格在满足本企业已作出的各项承诺的前提下根据减持当时的市场价格而定，具体减持方案将根据届时市场情况拟定。

(4) 本企业承诺在实施减持前，将提前五个工作日向公司提交减持原因、减持数量、未来减持计划、减持对公司治理结构及持续经营影响的说明，提前三个交易日通过发行人进行公告，并按照证券监管机构、上海证券交易所届时适用的规则及时、准确地履行信息披露义务。减持前，本企业持有发行人的股份低于 5%时除外。

(5) 如果本企业因违反上述减持意向而获得收益的，则本企业所得的收益归发行人所有。

三、关于对招股说明书信息披露的承诺

(一) 发行人承诺

发行人就招股说明书没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏事项作出的承诺如下：

如发行人本次公开发行股票招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，发行人将在中国证监会等相关监管机构认定有关违法事实后 20 个工作日内，根据相关法律法规及《公司章程》规定召开董事会、拟订股份回购的具体方案并按法定程序召集、召开临时股东大会进行审议，并经相关主管部门批准，启动股份回购

措施：发行人将依法回购首次公开发行的全部新股（不含原股东公开发售的股份）；回购价格不低于公司股票发行价加算股票发行后至回购时相关期间银行同期存款利息。如发行人上市后有利润分配或送配股份等除权、除息行为，则回购的股份包括首次公开发行的全部新股及其派生股份，且上述发行价相应调整为除权除息后的价格。上述回购实施时法律法规另有规定的从其规定。

若因发行人本次公开发行股票招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，发行人将依法赔偿投资者损失。投资者损失根据发行人与投资者协商确定的金额或依据证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额予以确定。

（二）控股股东、实际控制人黄韬承诺

发行人控股股东、实际控制人黄韬就招股说明书没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏事项作出的承诺如下：

若因发行人本次公开发行股票招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将利用发行人控股股东/董事的地位促使发行人依法回购在发行人首次公开发行股票时已公开发售的股份。本人承诺将依法购回已转让的本次公开发行前持有的发行人股份，购回价格根据相关法律法规确定。

如发行人本次公开发行股票招股说明书的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。投资者损失根据发行人与投资者协商确定的金额或者依据证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额予以确定。

（三）发行人董事、监事、高级管理人员承诺

发行人董事、监事、高级管理人员就招股说明书没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏事项作出的承诺如下：

若因发行人本次公开发行股票招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。投资者损失根据发行人与投资者协商确定的金额或者依据证券监督管理部门、司法

机关认定的方式或金额予以确定。

（四）本次发行的保荐机构、联席主承销商、律师事务所、申报会计师、资产评估复核机构就招股说明书信息披露的承诺

1、保荐机构承诺：

中信证券股份有限公司为上海丽人丽妆化妆品股份有限公司首次公开发行制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形，对其真实性、准确性和完整性承担法律责任。

因中信证券股份有限公司为上海丽人丽妆化妆品股份有限公司首次公开发行制作、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，中信证券股份有限公司将先行赔偿投资者损失。

2、联席主承销商承诺：

本公司已对发行人招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、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。如因本公司未能依照适用的法律法规、规范性文件及行业准则的要求勤勉尽责地履行法定职责而导致本公司为发行人本次发行制作、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，本公司将按照有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法裁决，依法向投资者承担相应的民事赔偿责任，但本公司能够证明自身没有过错的情况除外。

3、发行人律师承诺：

本所为本次发行上市制作、出具的申请文件真实、准确、完整，无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；若因本所未能勤勉尽责，为本次发行上市制作、出具的申请文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，经司法机关生效判决认定后，本所将依法赔偿投资者因本所制作、出具的文件所载内容有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏而遭受的损失。

有权获得赔偿的投资者资格、损失计算标准、赔偿主体之间的责任划分和免责事由等，按照《证券法》、《最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的若干规定》（法释[2003]2号）等相关法律法规的规定执行，如相

关法律法规相应修订，则按届时有效的法律法规执行。本所将严格履行生效司法文书确定的赔偿责任，确保投资者合法权益得到保护。

4、发行人会计师承诺：

本所对发行人 2017 年度、2018 年度及 2019 年度的财务报表进行了审计，于 2020 年 2 月 24 日出具了普华永道中天审字（2020）第 11005 号审计报告。本所审核了发行人于 2019 年 12 月 31 日的财务报告内部控制，于 2020 年 2 月 24 日出具了普华永道中天特审字（2020）第 0466 号内部控制审核报告。本所对发行人 2017 年度、2018 年度及 2019 年度的非经常性损益明细表执行了鉴证业务，于 2020 年 2 月 24 日出具了普华永道中天特审字（2020）第 0463 号非经常性损益明细表专项报告。

本所确认，对本所出具的上述报告的真实性、准确性和完整性依据有关法律法规的规定承担相应的法律责任，包括如果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。

5、资产评估复核机构承诺：

如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，经司法机关生效判决认定后，本公司将依法赔偿投资者因本所制作、出具的文件所载内容存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏而遭受的损失，但本公司能够证明自身没有过错的情况除外。

四、稳定股价预案及股份回购的承诺

（一）发行人承诺

为达股票上市后稳定股价的目的，发行人第一届董事会第十六次会议及发行人于 2019 年 3 月 9 日召开的 2019 年度第一次临时股东大会审议通过了《上海丽人丽妆化妆品股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价预案》，具体内容如下：

1、启动稳定股价措施的条件

在发行人上市后三年内，如发行人股票连续 20 个交易日收盘价均低于最近一年度经审计的每股净资产（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最

近一年度经审计的每股净资产不具可比性的,上述股票收盘价应做相应调整)时,(以下简称“启动条件”),且公司情况同时满足监管机构对于回购、增持等股本变动行为的规定,则公司及本预案载明的相关主体将启动以下部分或全部措施稳定公司股价。

2、股价稳定措施的方式及顺序

股价稳定措施包括:(1)公司回购股票;(2)公司控股股东增持公司股票;(3)董事(不含独立董事,下同)、高级管理人员增持公司股票等方式。选用前述方式时应考虑:(1)不能导致公司不满足法定上市条件;(2)不能迫使控股股东、董事及高级管理人员履行要约收购义务。

股价稳定措施的实施顺序如下:

(1)第一选择为公司回购股票,但如公司回购股票将导致公司不满足法定上市条件,则第一选择为控股股东增持公司股票;

(2)第二选择为控股股东增持公司股票。在下列情形之一出现时将启动第二选择:

①公司无法实施回购股票或回购股票议案未获得公司股东大会批准,且控股股东增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或触发控股股东的要约收购义务;或

②公司虽实施股票回购计划但仍未满足连续3个交易日的收盘价均已高于公司最近一年度经审计的每股净资产之条件。

(3)第三选择为董事、高级管理人员增持公司股票。启动该选择的条件为:在控股股东增持公司股票方案实施完成后,如公司股票仍未满足连续3个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产之条件,并且董事、高级管理人员增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或触发董事、高级管理人员的要约收购义务。

单一会计年度,公司需强制启动股价稳定措施的义务限一次。

3、实施公司回购股票的程序

在达到触发启动股价稳定措施条件的情况下,公司将在10日内召开董事会,

依法作出实施回购股票的决议、提交股东大会批准并履行相应公告程序。公司将在董事会决议出具之日起 30 日内召开股东大会，审议实施回购股票的议案。公司股东大会对实施回购股票作出决议，必须经出席会议的股东所持表决权的 2/3 以上通过。公司股东大会批准实施回购股票的议案后公司将依法履行相应的公告、备案及通知债权人等义务。在满足法定条件下依照决议通过的实施回购股票的议案中所规定的价格区间、期限实施回购。

公司回购股份的资金为自有资金，回购股份的价格不超过最近一个会计年度经审计的每股净资产，回购股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式。

单一会计年度用以稳定股价的回购资金合计不超过最近一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 50%。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，公司将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

除非出现下列情形，公司将在股东大会决议作出之日起 6 个月内回购股票：

(1) 公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产；

(2) 继续回购股票将导致公司不满足法定上市条件。

单次实施回购股票完毕或终止后，本次回购的公司股票应在实施完毕或终止之日起 10 日内注销，并及时办理公司减资程序。

4、实施控股股东增持公司股票的程序

(1) 启动程序

① 公司未实施股票回购计划

在达到触发启动股价稳定措施条件的情况下，并且在公司无法实施回购股票或回购股票议案未获得公司股东大会批准，且控股股东增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或触发控股股东的要约收购义务的前提下，公司控股股东将在达到触发启动股价稳定措施条件或公司股东大会作出不实施回购股票计划的决议之日起 30 日内向公司提交增持公司股票的方案并由公司公告。

② 公司已实施股票回购计划

公司虽实施股票回购计划但仍未满足公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产之条件，公司控股股东将在公司股票回购计划实施完毕或终止之日起 30 日内向公司提交增持公司股票的方案并由公司公告。

(2) 控股股东增持公司股票的计划

在履行相应的公告等义务后，控股股东将在满足法定条件下依照方案中所规定的价格区间、期限实施增持。

控股股东增持股票的金额不超过控股股东上年度从公司领取的分红和上年度从公司领取的薪酬的合计值，增持股份的价格不超过最近一个会计年度经审计的每股净资产。公司不得为控股股东实施增持公司股票提供资金支持。

除非出现下列情形，控股股东将在增持方案公告之日起 6 个月内实施增持公司股票计划：

① 公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年度经审计的每股净资产；

② 继续增持股票将导致公司不满足法定上市条件；

③ 继续增持股票将导致控股股东需要履行要约收购义务且控股股东未计划实施要约收购。

5、董事、高级管理人员增持公司股票的程序

在控股股东增持公司股票方案实施完成后，仍未满足公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产之条件并且董事、高级管理人员增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或触发董事、高级管理人员的要约收购义务的情况下，董事、高级管理人员将在控股股东增持公司股票方案实施完成后 90 日内增持公司股票，且用于增持股票的资金不超过其上一年度于公司取得薪酬总额，增持股份的价格不超过最近一个会计年度经审计的每股净资产。具体增持股票的数量等事项将提前公告。

董事、高级管理人员增持公司股票在达到以下条件之一的情况下终止：

① 公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产；

② 继续增持股票将导致公司不满足法定上市条件；

③ 继续增持股票将导致需要履行要约收购义务且其未计划实施要约收购。

（二）控股股东、实际控制人黄韬承诺

发行人控股股东、实际控制人黄韬就稳定股价及股份回购事项作出的承诺如下：

1、本人将严格遵守执行发行人于 2019 年 3 月 9 日召开的 2019 年度第一次临时股东大会审议通过的《上海丽人丽妆化妆品股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价预案》，按照该预案的规定履行稳定公司股价的义务。

2、在发行人上市后三年内，如发行人股票连续 20 个交易日收盘价均低于最近一年度经审计的每股净资产（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一年度经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整）时，且在符合上市公司回购股份的相关法律法规的条件下，本人承诺：（1）将在发行人股东大会上对回购股份的预案投赞成票，（2）届时本人如继续担任发行人董事职务，本人承诺将在发行人董事会上对回购股份的预案投赞成票，及（3）在启动股价稳定措施的相关前提条件满足时，以增持发行人股份的方式稳定股价。

（三）发行人董事（不含独立董事）承诺

发行人董事（不含独立董事）就稳定股价及股份回购事项作出的承诺如下：

1、本人将严格遵守执行发行人于 2019 年 3 月 9 日召开的 2019 年度第一次临时股东大会审议通过的《上海丽人丽妆化妆品股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价预案》，按照该预案的规定履行稳定公司股价的义务。

2、在发行人上市后三年内，如发行人股票连续 20 个交易日收盘价均低于最近一年度经审计的每股净资产（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一年度经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整）时，且在符合上市公司回购股份的相关法律法规的条件下，届时本人如继续担任

发行人董事职务，本人承诺将在发行人董事会上对发行人回购股份的预案投赞成票。

（四）发行人高级管理人员承诺

发行人高级管理人员就稳定股价及股份回购事项作出的承诺如下：

本人将严格遵守执行发行人于 2019 年 3 月 9 日召开的 2019 年度第一次临时股东大会审议通过的《上海丽人丽妆化妆品股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价预案》，按照该预案的规定履行稳定公司股价的义务。

五、填补本次公开发行股票摊薄即期回报的措施及相关承诺

（一）发行人填补本次公开发行股票摊薄即期回报的措施

本次发行可能导致投资者的即期回报被摊薄，为进一步落实《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110 号）的相关规定，优化投资回报机制，维护中小投资者合法权益，公司拟采取多种措施以提升公司的盈利能力，增强公司的持续回报能力，具体措施如下：

1、公司现有业务运营状况、发展态势、面临的主要风险及改进措施

公司作为国内领先的化妆品网络零售服务商，是品牌方的重要合作伙伴和线上消费者的主要服务提供者之一，是联结品牌方和终端消费者的重要桥梁。公司凭借对行业特点、品牌特征及消费习惯的深刻理解和洞察，以及在线上零售方面积累的专业运作经验、数据分析及精准营销策划能力，主要接受品牌方的委托，在线上开设、运营官方旗舰店，实现产品的在线销售。总体来看，公司资产质量良好，运营能力较强。受益于化妆品网络零售行业的快速发展和公司市场竞争力的不断扩大，2017 年至 2019 年，公司经营业绩持续增长，营业收入分别为 342,027.41 万元、361,481.26 万元和 387,446.77 万元，净利润分别为 22,567.62 万元、25,168.88 万元和 28,448.28 万元，营业收入和净利润呈现持续增长态势，体现了公司良好的业务成长性。同时，在公司发展过程中面临的主要风险详见本招股说明书摘要“第五节 风险因素和其他重要事项”。

针对上述风险因素，公司拟采取以下改进措施：

(1) 公司将进一步加强授权品牌的营销和推广力度，争取同更多国际及国内知名化妆品及周边品类品牌销售授权，并通过集中运营的精细化管理，提升授权品牌的网络零售及分销量；公司将逐步拓展新的国内外电商平台等渠道形成多元化销售通路。同时，通过覆盖小红书、微信、微博等社交媒体，建立全链路、多层次、精准化的品牌营销网络，努力扩大国内外市场份额，进一步巩固公司在网络零售服务商中的行业地位，增强公司整体竞争力。

(2) 结合本次募集资金使用，公司将进一步完善消费者数据中心、综合服务中心的构建、营销团队的搭建与升级，以提升现有的整合营销能力和消费者精准定位能力；加快线下体验店建设，为消费者提供肤质测试、化妆指导、以及美容美发沙龙等增值服务，从而提升消费者购物体验并为线上销售提供更多获客渠道，促进线上线下渠道融合。

(3) 加强员工岗位培训，持续健全公司治理及各业务部门的内部控制，完善风险防范、预警及应对机制，妥善处理各类突发事件；进一步提升公司信息化管理水平及信息安全制度及措施，保障业务数据及用户数据安全。

2、不断提高公司日常经营效率

总体来看，公司经营效率较高、盈利能力较强，为持续降低运营成本、提升经营业绩，公司将采取下列主要措施：

(1) 继续加强内部控制管理

目前公司已建立了一整套内部控制制度，涵盖内部控制基本制度、授权批准体系、内控标准、预算制度、财务制度、审计制度、业务制度、人事管理、行政管理、信息管理制度等内容。未来，公司将继续修订、完善内部控制相关制度，并设立相关内控监管部门，确保内控制度持续有效实施。

(2) 完善各级员工激励机制

公司将建立完善的全员绩效考核体系，实行有竞争力的薪酬激励政策，针对高级管理人员、营销人员、研发人员等不同类型员工的工作特点，制定差异化考核机制，并建立竞争上岗文化，从提高公司每一个员工的工作效率着手，达到降低日常运营成本、提升日常经营业绩的目标。

3、加强募集资金管理，确保募集资金规范和有效使用

公司已按照《公司法》、《证券法》等法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定制定《募集资金管理办法》，对募集资金的专户存储、使用、投向变更、管理和监督进行了明确的规定。为保障公司规范、有效的使用募集资金，本次公开发行人募集配套资金到账后，公司董事会将持续监督公司对募集资金进行专项存储、保障募集资金用于指定的投资项目、配合监管银行和保荐机构对募集资金使用的检查和监督，以保证募集资金合理规范使用，合理防范募集资金使用风险。

4、进一步完善利润分配政策，注重投资者回报及权益保护

公司为进一步完善和健全利润分配政策，建立科学、持续、稳定的分红机制，增加利润分配决策透明度、维护公司股东利益，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》、《上市公司监管指引第3号-上市公司现金分红》等相关文件规定，结合公司实际情况和公司章程的规定，制定了公司上市后未来三年分红回报规划，并经2019年3月9日召开的2019年度第一次临时股东大会审议通过。公司通过以上程序进一步明确了公司利润分配尤其是现金分红的具体条件、比例、分配形式和股票股利分配条件等，完善了公司利润分配的决策机制和利润分配政策的调整原则。

本次首次公开发行实施完成后，公司将严格执行现行分红政策，在符合利润分配条件的情况下，积极推动对股东的利润分配，加大落实对投资者持续、稳定、科学的回报，从而切实保护公众投资者的合法权益。

公司上述填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证，请投资者予以关注。

（二）控股股东、实际控制人黄韬承诺

发行人控股股东、实际控制人黄韬就被摊薄即期回报填补措施事项作出的承诺如下：

为贯彻执行《关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》、《关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》及《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》等相关规定和文件精神，作为

公司的控股股东、实际控制人、董事及高级管理人员，合计持有发行人 37.35% 的股份，就公司首次公开发行股票并上市之事宜，作出如下承诺：

（1）本人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）对本人的职务消费行为进行约束。

（3）不动用发行人资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动。

（4）由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩。

（5）拟公布的发行人股权激励的行权条件与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩。

（6）不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

（三）发行人董事、高级管理人员承诺

发行人董事、高级管理人员就被摊薄即期回报填补措施事项作出的承诺如下：

为贯彻执行《关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》、《关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》及《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》等相关规定和文件精神，作为公司的董事、高级管理人员，就公司首次公开发行股票并上市之事宜，作出如下承诺：

（1）本人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）对本人的职务消费行为进行约束。

（3）不动用发行人资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动。

（4）由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩。

（5）拟公布的发行人股权激励的行权条件与发行人填补回报措施的执行情

况相挂钩。

六、股利分配政策及滚存利润的分配安排

（一）公司发行上市后的股利分配政策

公司实行持续、稳定的利润分配政策，重视对投资者的合理回报并兼顾公司的可持续发展，结合公司的盈利情况和未来发展战略的实际需要，建立对投资者持续、稳定的回报机制。

公司应保持利润分配政策的连续性与稳定性，足额提取法定公积金、任意公积金以后，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的20%；公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出具体现金分红政策：

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%；

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%；

公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理，

有关公司利润分配相关的内容参见本招股说明书摘要“第三节 发行人基本情况”之“九、财务会计信息和管理层讨论分析”之“（三）股利分配政策”。

（二）滚存利润的分配安排

根据公司2018年度第三次临时股东大会决议，公司本次公开发行股票前滚存的未分配利润由发行完成后的新老股东按持股比例共享。

七、未能履行承诺时的约束措施

（一）发行人关于未履行承诺的约束措施

发行人就未能履行承诺事项的约束措施作出的承诺如下：

1、如本公司非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序），并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在公司股东大会及中国证监会指定的披露媒体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；

（2）不得进行公开再融资；

（3）对公司该等未履行承诺的行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员调减或停发薪酬或津贴；

（4）不得批准未履行承诺的董事、监事、高级管理人员的主动离职申请，但可以进行职务变更；

（5）给投资者造成损失的，本公司将向投资者依法承担赔偿责任。

2、如本公司因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序），并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在公司股东大会及中国证监会指定的披露媒体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；

（2）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，尽可能地保护本公司投资者的利益。

（二）控股股东、实际控制人关于未履行承诺的约束措施

公司控股股东、实际控制人黄韬就未能履行承诺事项的约束措施作出的承诺如下：

1、如本人非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在公司股东大会及中国证监会指定的披露媒体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；

(2) 不得转让所持有的发行人股份，因继承、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转让股权的情形除外；

(3) 不领取发行人利润分配中归属于本人的部分；

(4) 主动申请调减或停止在发行人处领取薪酬或津贴；

(5) 可以申请职务变更但不得要求主动离职；

(6) 如果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，并在获得收益的 10 个工作日内将所获收益支付给发行人指定账户；

(7) 因本人未履行招股说明书的公开承诺事项给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失；

(8) 因发行人未履行招股说明书的公开承诺事项，给投资者造成损失的，本人将依法承担连带赔偿责任。

2、如本人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

(1) 在公司股东大会及中国证监会指定的披露媒体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；

(2) 尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护发行人投资者利益。

(三) 公司董事、监事、高管关于未履行承诺的约束措施

公司董事、监事、高级管理人员就未能履行承诺事项的约束措施作出的承诺如下：

1、如本人非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

(1) 在公司股东大会及中国证监会指定的披露媒体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；

(2) 不得转让所持有的发行人股份，因继承、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转让股权的情形除外；

- (3) 不领取发行人利润分配中归属于本人的部分；
- (4) 主动申请调减或停止在发行人处领取薪酬或津贴；
- (5) 可以申请职务变更但不得要求主动离职；
- (6) 如果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，并在获得收益的 10 个工作日内将所获收益支付给发行人指定账户；
- (7) 因本人未履行招股说明书的公开承诺事项给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失。

2、如本人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

- (1) 在公司股东大会及中国证监会指定的披露媒体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；
- (2) 尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护发行人投资者利益。

八、特别风险提示

请投资者对下列风险予以特别关注，并请仔细阅读本招股说明书摘要“第五节 风险因素和其他重要事项”之“一、风险因素”。

（一）品牌合作及拓展风险

公司的营业收入主要来自于品牌化妆品的电商零售业务，获得品牌授权并持续合作对公司的业务发展起着至关重要的作用。自 2017 年以来，多数品牌与公司保持了较为稳定的合作关系，但因为种种原因，也存在与部分品牌终止或变更合作关系的情形，如欧莱雅集团旗下兰蔻、巴黎欧莱雅、美宝莲等品牌，预计上述品牌短期内将不再为公司带来收入。品牌合作关系的终止或变更一方面会导致公司失去该等品牌相关的销售，另一方面会释放公司既有的运营资源，公司因此有更多的资源投入到新增合作品牌或者已有合作的品牌的运作。公司在 2018 年终止了与兰蔻和巴黎欧莱雅的合作的情况下，2019 年整体业绩仍然保持增长。但是，如果公司既有品牌终止合作后，新增品牌拓展进展不达预期或已有品牌运

营效率下降，那么品牌合作终止将会对公司业务发展带来一定的不利影响。

（二）运营平台单一的风险

天猫是国内网络零售业务市场占有率最大的电商平台，业务发展良好，且以第三方运营为主，而京东、唯品会等则以平台自营为主。世界主要知名化妆品品牌均在天猫平台开展经营，天猫平台在化妆品品牌电商领域拥有领先地位及优势，因此公司根据业务开展需要和客观情况，选择主要通过天猫开展电商业务。同行业上市公司壹网壹创、宝尊电商等亦主要在天猫平台开展电商业务。

2017年度、2018年度、2019年度，公司电商零售业务通过天猫平台实现的营业收入为315,049.98万元、334,179.36万元、369,792.76万元，占电商零售业务收入的比例均超过99%。目前公司运营平台相对单一，未来若天猫在电商平台领域的影响力有所下降，或天猫的平台管理政策发生不利变化，或公司与天猫的合作关系发生改变，则将可能对公司的经营业绩产生一定的不利影响。

（三）存货跌价风险

公司存货主要系为化妆品电商零售业务进行的备货，2017年12月31日、2018年12月31日、2019年12月31日，公司存货账面价值分别为36,540.37万元、57,961.87万元、51,726.60万元，占总资产的比例分别为22.02%、27.56%、23.25%，公司存货规模较大。报告期内，公司根据存货成本高于其可变现净值的差额计提存货跌价准备。如果因个别商品滞销而出现接近有效期的情况，或者部分商品由于仓储物流等环节出现部分损坏，将导致其可变现净值下降，则公司需对该部分商品计提存货跌价准备，从而影响公司当期损益，对公司盈利能力产生不利影响。

九、关于新型冠状病毒肺炎疫情对公司生产经营影响的说明

2020年1月，我国爆发新型冠状病毒肺炎疫情。公司高度重视本次疫情的影响，制定了《上海丽人丽妆化妆品股份有限公司新型肺炎疫情防控措施》，在积极开展业务的同时，保护每位员工的身体健康。本次疫情对公司经营的主要影响在于短期内物流运输的效率放缓，零售客户收货时间受到影响，上述影响目前已经消除，疫情影响期间为品牌化妆品网络零售相对淡季，对公司的经营整体影

响相对较小。

目前公司电商零售业务发展良好，行业线下业务向线上业务转移趋势明显，公司的采购和销售订单执行不存在重大障碍，疫情对公司采购、日常办公经营及销售的影响较小。

十、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

（一）财务报告审计截止日后的主要经营状况

公司财务报告审计截止日为 2019 年 12 月 31 日，财务报告审计截止日后，公司各项业务正常开展，采购及销售情况未发生重大变化，经营情况稳定，公司的经营模式、业务情况、销售规模、供应商情况以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面均未发生重大变化。

（二）2020 年 1-6 月财务数据审阅情况

普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2020 年 6 月 30 日的合并及母公司资产负债表，2020 年 1 至 6 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表以及财务报表附注进行审阅，并出具了“普华永道中天阅字（2020）第 0096 号”《审阅报告》。

经审阅，公司 2020 年 1-6 月主要财务数据如下：

1、合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	变动幅度
流动资产合计	240,975.88	213,761.18	12.73%
非流动资产合计	7,789.65	8,729.26	-10.76%
资产总计	248,765.54	222,490.44	11.81%
流动负债合计	75,773.10	64,412.25	17.64%
非流动负债合计	3.16	3.16	0.00%
负债合计	75,776.26	64,415.41	17.64%
股东权益合计	172,989.27	158,075.03	9.43%

2、合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年1-6月	变动幅度
营业收入	180,462.97	165,749.61	8.88%
营业利润	19,339.93	18,851.13	2.59%
利润总额	19,234.60	18,867.68	1.94%
净利润	14,800.60	14,962.92	-1.08%
归属于母公司股东净利润	15,027.19	15,123.99	-0.64%
扣非后归属于母公司股东净利润	12,369.12	8,864.08	39.54%

3、合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年1-6月	变动幅度
经营活动使用的现金流量净额	21,823.34	23,937.43	-8.83%
投资活动使用的现金流净额	-6,333.61	-23,448.45	-72.99%
筹资活动使用的现金流净额	-7,146.82	-4,693.18	52.28%
现金及现金等价物净增加额	8,694.97	-4,274.08	-303.43%

4、非经常性损益项目情况

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年1-6月	变动幅度
非流动资产处置利得	-1.82	-0.45	304.44%
计入当期损益的政府补助	3,569.75	5,830.32	-38.77%
持有交易性金融资产产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产取得的投资收益	79.62	2,152.64	-96.30%
除上述各项之外的其他营业外收入及支出净额	-103.50	17.00	-708.92%
小计	3,544.04	7,999.50	-55.70%
减：所得税影响数	-885.98	-1,739.60	-49.07%
归属于母公司股东的非经常性损益	2,658.06	6,259.91	-57.54%

（三）公司 2020 年 1-9 月业绩预计情况

公司预计 2020 年第三季度经营情况良好，疫情对公司经营影响基本消除，预计 2020 年 1-9 月业绩较 2019 年同期实现增长：预计 2020 年 1-9 月公司营业收入 249,850.04 万元~ 265,269.39 万元，较 2019 年 1-9 月同比变动 11.26%~18.13%；归属于母公司股东的净利润为 19,119.56 万元~ 20,028.98 万元，较 2019 年 1-9 月同比变动-2.12%~2.54%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 16,461.50 万元~17,370.92 万元，较 2019 年 1-9 月同比变动

25.34%~32.26%。

上述业绩预计中的相关财务数据是财务部初步测算结果，预计数不代表公司最终可实现的营业收入及净利润，也并非公司的盈利预测。

第二节 本次发行概况

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 4,001 万股，占发行后总股本的比例不低于 10%
每股发行价格	12.23元/股
发行前市盈率	20.19（按每股发行价格除以发行前每股收益计算，每股收益按2019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前总股本计算）
发行后市盈率	22.44（按每股发行价格除以发行后每股收益计算，每股收益按2019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	4.40元（按截至2019年12月31日经审计的归属于母公司所有者权益除以本次发行前公司总股本计算）
发行后每股净资产	5.01元（按截至2019年12月31日经审计的归属于母公司所有者权益除以本次发行后公司总股本计算）
发行前市净率	2.78倍（按每股发行价格除以发行前每股净资产计算）
发行后市净率	2.44倍（按每股发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	采用网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者按市值申购定价发行相结合的方式，或中国证监会认可的其他方式
发行对象	符合资格的询价对象和在上海证券交易所开户的自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
预计募集资金总额	48,932.23万元
预计募集资金净额	42,012.38万元
发行费用概算	本次发行费用预计共需6,919.85万元，其中：（1）承销及保荐费用：3,867.92万元；（2）审计及验资费用：1,930.30万元；（3）律师费用：500.00万元；（4）用于本次发行的信息披露费用514.15万元；（5）发行手续费及材料制作费107.48万元（注：以上发行费用均为不含税金额）

第三节 发行人基本情况

一、基本情况

中文名称:	上海丽人丽妆化妆品股份有限公司
英文名称:	Shanghai Lily&Beauty Cosmetics Co.,Ltd.
成立日期:	2010年5月27日
股份公司设立日期:	2016年3月10日
公司住所:	上海市松江区乐都西路825弄89、90号6层618室
邮政编码:	201699
法定代表人:	黄韬
注册资本:	36,000万元
联系电话:	021-64663911
传真号码:	021-64663912
互联网网址:	http://www.lrlz.com/
电子信箱:	shlrlz@lrlz.com
经营范围:	香水、化妆品、日用品、机械设备、五金交电、计算机软硬件（除计算机信息系统安全专用产品）、电子产品、美容工具、服装鞋帽、玩具、针纺织品、母婴产品、文具用品、体育用品、工艺礼品、建筑装潢材料（除危险品）、化工原料及产品（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）、鲜花、皮革制品、包装材料、钟表、眼镜及配件（除隐形眼镜及护理液）、照相器材、家具、家用电器、电脑及配件、汽摩配件、宠物用品、珠宝（毛钻、裸钻除外）的批发、食品销售、进出口业务、佣金代理（拍卖除外）及相关配套服务和售后服务；网上销售；提供计算机系统技术服务、技术咨询、技术开发和技术转让；电脑图文设计制作（除网页），设计、制作、代理、发布各类广告，电子商务（不得从事增值电信、金融业务），市场营销策划，商务信息咨询，投资咨询；仓储服务（除食品、危险化学品）；国内货运代理；网上代理销售各类单用途预付卡。（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）

二、发行人的改制重组情况

（一）设立方式

公司前身为上海丽人丽妆化妆品有限公司，成立于2010年5月27日。2016年2月5日，丽人有限全体股东共同签署《关于上海丽人丽妆化妆品有限公司整体变更为上海丽人丽妆化妆品股份有限公司之发起人协议》，以截至2015年12月31日经审计的净资产700,097,978.71元为基础折合为360,000,000.00股，其余

340,097,978.71 元计入资本公积，丽人有限整体变更为股份公司。2016 年 5 月 22 日，普华永道对上述出资进行了审验并出具了普华永道中天验字（2016）第 229 号《验资报告》。

上海市商务委员会于 2016 年 3 月 4 日下发了《市商务委关于同意上海丽人丽妆化妆品有限公司整体改制为中外合资股份有限公司的批复》（沪商外资批[2016]558 号），批准了此次改制，并于同日换发了新的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资沪股份字[2015]3083 号）。

2016 年 3 月 10 日，公司于上海市工商行政管理局完成了工商变更登记，并领取了统一社会信用代码为“913101175559503333”的《营业执照》。

（二）发起人

公司设立时，各发起人持股情况如下：

序号	发起人名称	持股数量（股）	持股比例
1	黄韬	133,980,304	37.22%
2	阿里网络	70,376,745	19.55%
3	Crescent Lily	34,876,426	9.69%
4	上海丽仁	31,367,739	8.71%
5	Milestone	21,137,228	5.87%
6	Asia-Pacific	21,137,228	5.87%
7	上海极梁	19,366,919	5.38%
8	上海丽秀	16,458,711	4.57%
9	上海弈丽	3,743,605	1.04%
10	汉理前隆	3,170,584	0.88%
11	汉理前骏	1,663,825	0.46%
12	汉理前泰	1,663,825	0.46%
13	汉理前景	1,056,861	0.29%
合计		360,000,000	100.00%

三、发行人的股本形成及变化情况

（一）本次发行前后的股本结构

本次发行前，公司总股本为 36,000 万股。本次拟向社会公众发行不超过 4,001 万股普通股，占公司发行后总股本的比例不低于 10%。本次发行后公司实际控制人不发生变更，公开发行前后公司股本结构如下：

序号	股东名称	股份性质	发行前		发行后	
			所持股数	持股比例 (%)	所持股数	持股比例 (%)
1	黄韬	境内自然人股	133,980,304	37.22	133,980,304	33.49
2	阿里网络	境内法人股	70,376,745	19.55	70,376,745	17.59
3	Crescent Lily	外资股	34,876,426	9.69	34,876,426	8.72
4	上海丽仁	境内有限合伙	31,367,739	8.71	31,367,739	7.84
5	Milestone	外资股	21,137,228	5.87	21,137,228	5.28
6	Asia-Pacific	外资股	21,137,228	5.87	21,137,228	5.28
7	领誉基石	境内有限合伙	16,094,193	4.47	16,094,193	4.02
8	上海丽秀	境内有限合伙	13,185,984	3.66	13,185,984	3.30
9	上海弈丽	境内有限合伙	3,743,605	1.04	3,743,605	0.94
10	广发乾和	境内法人股	3,272,727	0.91	3,272,727	0.82
11	汉理前隆	境内有限合伙	3,170,584	0.88	3,170,584	0.79
12	汉理前骏	境内有限合伙	1,663,825	0.46	1,663,825	0.42
13	汉理前泰	境内有限合伙	1,663,825	0.46	1,663,825	0.42
14	苏州冠鼎	境内有限合伙	1,636,363	0.45	1,636,363	0.41
15	苏州冠新	境内有限合伙	1,636,363	0.45	1,636,363	0.41
16	汉理前秀	境内有限合伙	1,056,861	0.29	1,056,861	0.26
本次拟发行流通股			-	-	40,010,000	10.00
合计			360,000,000	100.00	400,010,000	100.00

(二) 前十名股东情况

截至本招股说明书摘要签署日，公司前十名股东情况如下：

序号	股东名称	持股数量 (股)	持股比例
1	黄韬	133,980,304	37.22%
2	阿里网络	70,376,745	19.55%
3	Crescent Lily	34,876,426	9.69%
4	上海丽仁	31,367,739	8.71%
5	Milestone	21,137,228	5.87%
6	Asia-Pacific	21,137,228	5.87%
7	领誉基石	16,094,193	4.47%
8	上海丽秀	13,185,984	3.66%
9	上海弈丽	3,743,605	1.04%
10	广发乾和	3,272,727	0.91%

(三) 前十名自然人股东及其在发行人任职情况

截至本招股说明书摘要签署日，公司仅有一名自然人股东，具体情况如下：

序号	股东名称	所持股数	持股比例(%)	担任职务
1	黄韬	133,980,304	37.22	董事长、总经理

注：黄韬除直接持有公司 37.22% 股权，还通过上海丽仁间接持有公司 0.13% 的股权。

（四）本次发行前股东间的关联关系

公司控股股东黄韬除直接持有公司 37.22% 的股份外，同时持有上海丽仁 1.53% 的出资额。

汉理前隆、汉理前骏、汉理前泰以及汉理前秀的执行事务合伙人均为上海汉理前景投资管理有限公司，上海汉理前景投资管理有限公司的控股股东为上海汉理股权投资管理股份有限公司，上海汉理股权投资管理股份有限公司的控股股东为钱学锋。汉理前隆、汉理前骏、汉理前泰以及汉理前秀为同一实际控制人控制下的企业，为一致行动人，分别持有公司 0.88%、0.46%、0.46% 和 0.29% 的股份。

苏州冠鼎、苏州冠新的执行事务合伙人均为苏州冠亚投资管理有限公司，苏州冠亚投资管理有限公司的控股股东为黄益民。苏州冠鼎、苏州冠新为同一实际控制人控制下的企业，为一致行动人，分别持有公司 0.45% 的股份。

上海丽仁和上海丽秀的执行事务合伙人均为上海丽承，上海丽承的控股股东为公司董事、副总经理黄梅。上海丽仁和上海丽秀为同一实际控制人控制下的企业，为一致行动人，分别持有公司 8.71% 和 3.66% 的股份。

除上述关联关系外，本次发行前股东间不存在其他关联关系。

（五）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

请参见本招股说明书摘要“第一节 重大事项提示”之“一、股份限制流通及自愿锁定的承诺”之相关内容。

（六）发行人内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人的情况

公司未发行过内部职工股，也不曾存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过 200 人的情形。

（七）本次发行前战略投资者持股情况

本次发行前，公司不存在战略投资者。

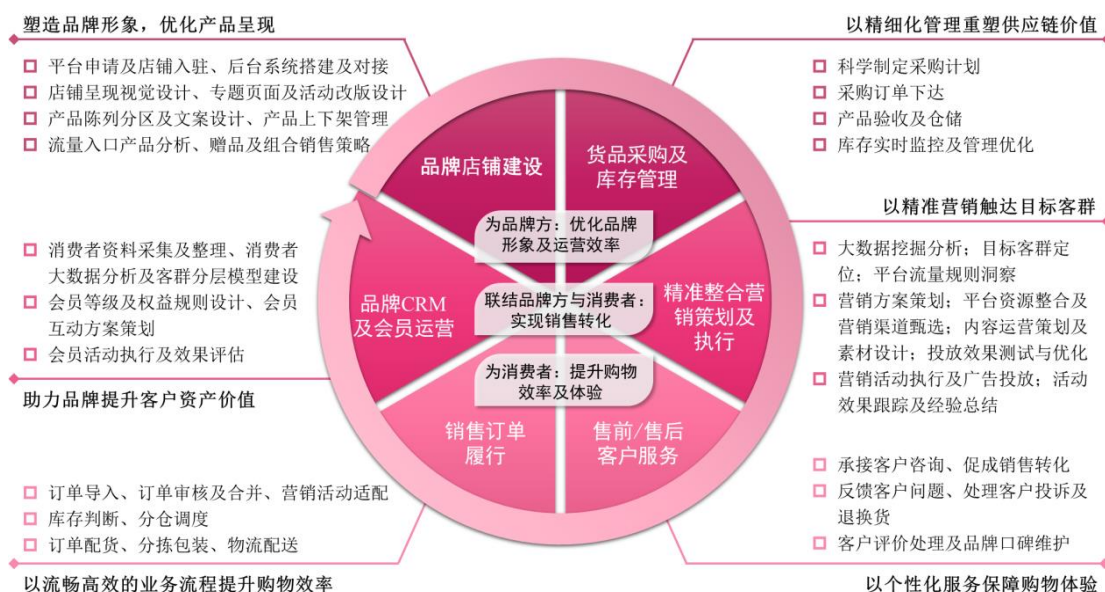
四、发行人业务情况

（一）发行人的主营业务、主要产品或服务及其用途

1、主营业务及设立以来的变化情况




























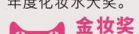











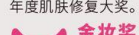








公司作为国内领先的化妆品网络零售服务商，是品牌方的重要合作伙伴和线上消费者的主要服务提供者之一，是联结品牌方和终端消费者的重要桥梁。公司凭借对行业特点、品牌特征及消费习惯的深刻理解和洞察，以及在线上零售方面积累的专业运作经验、数据分析及精准营销策划能力，主要接受品牌方的委托，在线上开设、运营官方旗舰店，实现产品的在线销售。

在此过程中，公司为品牌方提供覆盖店铺基础运营、页面视觉设计、产品设计策划、整合营销策划、精准推广投放、大数据分析、售前/售后客户服务、CRM及会员运营、仓储物流等多个环节的全链路网络零售综合服务，从而提高品牌线上零售的运营效率，助力品牌在线上渠道的价值重塑和销售转化，挖掘其市场潜力，提升其品牌形象与市场地位，与品牌方携手共赢；同时，满足消费者对于优质正品和消费升级的诉求，并以个性化服务优化消费者的购物效率和体验。



公司在业内深耕十余年，与多家国内外知名化妆品品牌保持长期合作，通过自身对全链路网络零售综合服务的深刻理解及在美妆领域积累的丰富经验，助力品牌发展，与品牌方形成紧密伙伴关系，共同成长。

丽人丽妆部分合作品牌近年来业务发展情况

	Schwarzkopf 施华蔻	Sulwhasoo	LANEIGE	EAU THERMALE 雅漾
2016	<p>2016年年度GMV增长17.9%。</p> 	<p>天猫金妆奖2016年年度热搜品牌大奖。</p> 	<p>天猫金妆奖2016年年度网络人气品牌大奖、年度品类大奖。</p>  	<p>2016年年度GMV增长296.6%。</p>  <p>天猫金妆奖2016年年度热搜品牌大奖、年度单品大奖。</p>  
2017	<p>2017年年度GMV增长44.8%。</p>  <p>天猫金妆奖2017年年度单品四项大奖。</p>  <p>2017年双11美发护发类目销售额TOP1。</p> 	<p>2017年年度GMV增长99.4%。</p>  <p>天猫金妆奖2017年年度单品大奖。</p>  <p>2017年双11GMV同比增长127.9%。</p> 	<p>2017年年度GMV增长22.6%。</p>  <p>天猫金妆奖2017年年度单品大奖。</p> 	<p>2017年年度GMV增长31.0%。</p>  <p>天猫金妆奖2017年年度单品大奖。</p> 
2018	<p>2018年双11蝉联美发护发类目销售额TOP1。</p>   <p>天猫金妆奖2018年年度洗发大奖。</p>  <p>2018年#德国施华蔻型格由我#120周年盛典,总曝光量覆盖3亿人。</p>	<p>2018年年度GMV增长68.1%。</p>  <p>2018年双11护肤类目面部护理套装销售额TOP1。</p> 	<p>2018年年度GMV增长20.9%。</p>  <p>2018年双11GMV同比增长33.2%。</p> 	<p>2018年年度GMV增长10.6%。</p>  <p>2018年双11GMV同比增长36.7%。</p>  <p>2018年11月爽肤水类目销售额TOP2。</p>  <p>天猫金妆奖2018年年度化妆水大奖。</p> 
2019	<p>2019年11月染发烫发类目销售额TOP1。</p>  <p>天猫金妆奖2019年年度染发大奖。</p> 	<p>2019年年度GMV增长100.6%。</p>  <p>2019年双11GMV同比增长99.2%。</p>  <p>2019年11月涂抹面膜类目销售额TOP2。</p> 	<p>2019年年度GMV增长37.2%。</p>  <p>2019年双11GMV同比增长50.2%。</p>  <p>2019年11月涂抹面膜类目销售额TOP1。</p>  <p>2019年11月隔离妆前类目销售额TOP2。</p> 	<p>2019年年度GMV增长29.9%。</p>  <p>2019年双11GMV同比增长22.6%。</p>  <p>天猫金妆奖2019年年度肌肤修复大奖。</p> 
2020	<p>2020上半年度GMV增长27.3%。</p>  <p>2020年6月染发烫发类目销售额TOP2。</p> 	<p>2020上半年度GMV增长115.4%。</p>  <p>2020年6月护肤类目面部护理套装销售额TOP4。</p> 	<p>2020上半年度GMV增长50.0%。</p>  <p>2020年6月隔离妆前类目销售额TOP3。</p> 	<p>2020上半年度GMV增长51.0%。</p>  <p>2020年6月爽肤水类目销售额TOP3。</p> 

公司高度重视信息技术对网络零售业务的创新驱动作用，积累了较为丰富的技术及研发经验，拥有数据分析、数据开发、系统开发、商用软件开发和 IT 维护等多个专业化、高水平的信息技术团队。业务层面，公司以数据精准营销驱动销售转化。公司通过与大量品牌的合作经验，积累和沉淀了庞大而有效的用户消费数据，通过多维度数据挖掘分析，进行消费者画像和标签特征区分，实现对品牌目标客群的精准定位，定制个性化的营销策略以精准触达目标消费者，从而更有效地表达和传播品牌理念、提升销售转化效率、为品牌运营赋能；同时，公司及时反馈消费者需求和偏好的变化，为品牌方的产品布局及营销投放提供支持与建议。管理层面，公司以供应链精细化管理联结业务闭环。公司具有领先的互联网零售运营系统，通过 OMS、IMS，及第三方仓库 WMS 实现对采购、库存仓储、销售、物流等各项业务环节的精细化管理，并持续优化库存仓储管理，提升订单履行效率，为消费者提供流畅、高效的购物体验，提升其重复购买率和品牌忠实度。

近年来，公司在与品牌方的合作过程中建立了良好的专业形象和市场口碑，报告期内合作品牌数量持续上升。截至 2019 年 12 月 31 日，公司与施华蔻、兰芝、雅漾、雪花秀、相宜本草、芙丽芳丝、凡士林等超过 60 个品牌达成合作关系。2017 年度至 2019 年，公司分别实现营业收入 342,027.41 万元、361,481.26 万元及 387,446.77 万元，2017 年度至 2019 年年平均复合增长率达到 6.43%。

公司主营业务自成立以来未发生重大变化。

2、公司的主要服务

公司主要从事电商零售业务和品牌营销运营服务。其中，电商零售业务是公司的核心业务。

（1）电商零售业务

公司电商零售业务是指公司与化妆品等产品的品牌方签订销售协议，以买断方式向品牌方或其国内总代理采购产品，主要在电商平台开设品牌官方旗舰店，以网络零售的形式把产品销售给终端消费者。在此过程中，公司提供品牌店铺建设及运营、产品采购及库存管理、整合营销策划、精准推广投放、订单执行、仓储物流、客户服务等一系列服务。

公司运营的每一个品牌官方旗舰店均配置有专业的运营团队,开展的日常经营活动主要包括制定科学合理的采购计划和营销安排、设计店铺布局与产品分区、定期汇报销售运营情况和营销推广效果等。

报告期内,电商零售业务是公司的核心业务,其收入占公司营业收入的比例均超过 92%。



(2) 品牌营销运营服务

品牌营销运营服务是指公司接受品牌方的委托,负责建设、运营其线上品牌官方旗舰店;或为品牌方就某项产品或活动提供营销推广服务。公司根据不同品牌方的需求,主要提供品牌店铺建设及运营、营销推广、客户服务等全链路或部分环节的网络零售服务。品牌运营模式下因店铺及货品所有权通常归属于品牌方,公司不向品牌方或其国内总代理采购货品。

(3) 主要合作的品牌

公司主要合作品牌多为国际知名且在中国具备较大市场潜力的化妆品品牌,同时围绕美妆、个人护理逐步向多品类品牌延伸。截至本招股说明书摘要签署日,公司合作的主要品牌情况如下:

序号	品牌名称	品牌标志	产品品类
1	Schwarzkopf 施华蔻		化妆品
2	LANEIGE 兰芝		化妆品
3	Avene 雅漾		化妆品
4	MAYBELLINE 美宝莲		化妆品
5	Sulwhasoo 雪花秀		化妆品
6	freeplus 美丽芳丝		化妆品
7	MAX FACTOR 蜜丝佛陀		化妆品
8	Vaseline 凡士林		化妆品

序号	品牌名称	品牌标志	产品品类
9	ETUDE HOUSE 伊蒂之屋		化妆品
10	KATE 凯朵		化妆品
11	POND'S 旁氏		化妆品
12	Ryo 吕		化妆品
13	LG 生活健康		化妆品
14	RENE FURTERER 馥绿德雅		化妆品
15	HERA 赫妍		化妆品
16	KLORANE 康如		化妆品
17	syoss 丝蕴		化妆品
18	FRESH LIGHT 斐丝丽		化妆品
19	孩儿面		化妆品
20	Fa 花牌		化妆品
21	光明/蓓泽丝		化妆品
22	Theramed/护齿达		化妆品
23	Kanebo 佳丽宝		化妆品
24	ERNO LASZLO 奥伦纳素		化妆品
25	Baby Magic 宝贝魔力		化妆品
26	Miseen Scene 魅尚萱		化妆品
27	Cellapy 思理肤		化妆品

序号	品牌名称	品牌标志	产品品类
28	Barnängen 芭兰珂		化妆品
29	WHOO 后		化妆品
30	THE FACE SHOP 菲诗小铺		化妆品
31	O HUI 欧蕙		化妆品
32	Clio 珂莱欧		化妆品
33	OBAGI 欧邦琪		化妆品
34	Kissme 奇士美		化妆品
35	Utena 佑天兰		化妆品
36	acqua alle rose 艾可玫		化妆品
37	NIVEA 妮维雅		化妆品
38	Revlon 露华浓		化妆品
39	Allie 皑丽		化妆品
40	L'oreal Paris 巴黎欧莱雅		化妆品
41	peripera 菲丽菲拉		化妆品
42	乐肤妥		化妆品
43	Collgene 可丽金		化妆品
44	On the body 安宝笛		化妆品
45	FERRAGAMO 菲拉格慕		化妆品
46	VITAYES 唯她雅诗		化妆品

序号	品牌名称	品牌标志	产品品类
47	Tunemakers 渡美		化妆品
48	Real Techniques		化妆品
49	Benefit 贝玲妃		化妆品
50	SHO-BI 妆美堂		隐形眼镜
51	ANNA SUI 安娜苏		隐形眼镜
52	OLENS 欧朗睛		隐形眼镜
53	HYDRON 海昌		隐形眼镜
54	miacare 美若康		隐形眼镜
55	凡客诚品 Vancle		服饰
56	Nutrasis 新维士		食品
57	Bluebell 宝乐贝儿		食品
58	enfinitas 蓝臻		食品
59	hasbro 孩之宝		玩具
60	Transformers 变形金刚		玩具
61	nerf 热火		玩具
62	Play-Doh 培乐多		玩具
63	MylittlePony 小马宝莉		玩具
64	stanley 史丹利		保温杯
65	回天		胶制品

公司亦通过 Lily Thailand 在 Lazada 等平台与妮维雅等品牌进行合作。

2018 年 12 月 31 日至本招股说明书摘要签署日，公司合作品牌的变动情况及原因如下：

序号	品牌名称	变动情况	变动原因
1	Utena 佑天兰	新增	新达成合作
2	Nutrasis 新维士	新增	新达成合作
3	acqua alle rose 艾可玫	新增	新达成合作
4	hasbro 孩之宝	新增	新达成合作
5	Transformers 变形金刚	新增	新达成合作
6	nerf 热火	新增	新达成合作
7	Play-Doh 培乐多	新增	新达成合作
8	MylittlePony 小马宝莉	新增	新达成合作
9	tresemme 炫诗	新增后终止	新达成合作后协商一致转店
10	Kissme 奇士美	新增	新达成合作
11	Allie 皑丽	新增	新达成合作
12	Andall 安我	新增后终止	新达成合作后协商一致不再由公司提供品牌运营服务
13	peripera 菲丽菲拉	新增	新达成合作
14	乐肤妥	新增	新达成合作
15	stanley 史丹利	新增	新达成合作
16	Collgene 可丽金	新增	新达成合作
17	On the body 安宝笛	新增	新达成合作
18	Bluebell 宝乐贝儿	新增	新达成合作
19	回天	新增	新达成合作
20	miacare 美若康	新增	新达成合作
21	FERRAGAMO 菲拉格慕	新增	新达成合作
22	VITAYES 唯她雅诗	新增	新达成合作
23	Tunemakers 渡美	新增	新达成合作
24	enfinitas 蓝臻	新增	新达成合作
25	Real Techniques	新增	新达成合作
26	NIVEA 妮维雅	新增	重新达成合作
27	Revlon 露华浓	新增	重新达成合作
28	L 'oreal Paris 巴黎欧莱雅	新增	重新达成合作
29	Benefit 贝玲妃	终止后重新达成合作	协商一致不再由公司提供品牌运营服务后重新达成合作
30	GUERISSON 9Complex 格丽松	终止	协商一致转店
31	Cloud9 九朵云	终止	协商一致转店

32	CHARMZONE 婵真	终止	协商一致转店
33	IOPE 艾诺碧	终止	协商一致转店
34	Mamonde 梦妆	终止	协商一致转店
35	PHILIPS 飞利浦	终止	协商一致转店
36	Pony effect	终止	协商一致转店
37	ARSOA 安露莎	终止	协商一致转店
38	Rd 锐度	终止	协商一致转店
39	JILL STUART 吉尔斯图亚特	终止	协商一致关店
40	SEKKISEI 雪肌精	终止	协商一致转店
41	JUNKISEI 润肌精	终止	协商一致转店
42	JUNKISUI 纯肌粹	终止	协商一致转店
43	SEIKESHO 清肌晶	终止	协商一致转店
44	REFINE 莱菲	终止	协商一致转店
45	Nature&Co 娜蔻	终止	协商一致转店
46	HAPPY BATH DAY 快乐沐浴天	终止	协商一致转店
47	Lucky 栗祺	终止	协商一致转店
48	Clearays 贝蜜清	终止后重新达成合作后终止	协商一致关店后重新达成合作后协商一致转店
49	Biotherm 碧欧泉	终止	协商一致不再由公司提供品牌运营服务
50	Shu uemura 植村秀	终止	协商一致不再由公司提供品牌运营服务
51	HYDRON 海昌	终止后重新达成合作	协商一致不再由公司提供品牌运营服务后重新达成合作
52	佰草集	终止	协商一致不再由公司提供品牌运营服务
53	玉泽	终止	协商一致不再由公司提供品牌运营服务
54	CRABTREE & EVELYN 瑰珀翠	终止	协商一致不再由公司提供品牌运营服务
55	NEWA 妮娃	终止	协商一致不再由公司提供品牌运营服务
56	高夫	终止	协商一致不再由公司提供品牌运营服务
57	苏秘 37°	终止	协商一致不再由公司提供品牌运营服务
58	BeGlow 白格	终止	协商一致不再由公司提供品牌运营服务
59	洁云	终止	协商一致不再由公司提供品牌运营服务
60	米娅	终止	协商一致不再由公司提供品牌运营服务
61	Sisley 希思黎	终止	协商一致不再由公司提供品牌运营服务

62	相宜本草	终止	协商一致不再由公司提供品牌运营服务
63	TREE HUT 树上小屋	终止	协商一致不再由公司提供品牌运营服务

注：合作品牌中，妮维雅品牌于 2019 年度重新与公司达成在拼多多平台开设店铺的合作；美宝莲品牌由授权公司运营美宝莲品牌官方旗舰店，变更为授权公司通过丽人丽妆官方旗舰店经销美宝莲产品；巴黎欧莱雅品牌于 2019 年度重新与公司就通过丽人丽妆官方旗舰店经销巴黎欧莱雅产品达成合作。

报告期内，公司主要与爱茉莉太平洋贸易有限公司、汉高集团、佳丽宝化妆品（中国）有限公司、上药康德乐（上海）医药有限公司、欧莱雅集团、联合利华服务（合肥）有限公司等国际知名化妆品品牌方或其总代理的下属品牌进行合作。公司合作品牌数量不断增长；公司不断扩展与新品牌的合作，个别品牌由于市场布局或者战略调整等原因，与公司协商不再继续合作。同时，公司每年会对合作品牌，从盈利状况、运营效率、合作条件、品牌影响力、业务规模、搜索指数变化趋势、产品结构等因素进行全面分析，主动终止与部分品牌的合作。公司与品牌方合作关系的变动，是基于商业逻辑的正常情形。

（二）产品销售方式和渠道

公司作为国内领先的化妆品品牌网络零售服务商，主要从事电商零售业务和品牌营销运营服务。其中，电商零售业务是公司的核心业务，构成公司主要盈利来源。

1、电商零售业务

电商零售业务是指公司以买断方式向品牌方或其国内总代理采购产品，并在电商平台开设品牌官方旗舰店，以网络零售的形式将产品销售给终端消费者，形成产品零售收入。在产品销售过程中，公司为品牌方提供包括店铺建设及运营、产品采购及库存管理、整合营销策划、精准推广投放、订单执行、仓储物流、客户服务等一系列服务。

（1）业务流程及服务内容

①业务机会评估及合作品牌拓展

公司通过接受品牌方邀请、主动拜访、参加行业展会等方式，与潜在合作品牌建立初步接洽，对其品牌定位、产品特征、目标客群、市场潜力、业务合作目标及可行性进行内部评估。公司通过参与竞标或商务会谈等方式提交项目提案，

从对品牌的分析洞察、合作模式及业务目标、线上运营及营销策略建议等方面与潜在合作品牌进行沟通，确立双方合作意向后，进一步明确业务细节并签署合作协议。协议签订后，公司电商运营部为品牌方配备包括店长、运营人员、营销策划人员、设计人员在内的专业运营团队以开展日常经营及业务对接，并协同采购品控部、美容顾问部、数据运营部、财务部、法务部等相关业务部门共同合作。

②申请开设品牌官方旗舰店

对于需新设品牌官方旗舰店的品牌方，公司在天猫平台的申请通道中，向天猫提交开设品牌官方旗舰店的申请，流程包括提交品牌信息和资质、提交企业信息和资质、提交行业资质、设置商铺名称和域名、天猫平台审核、完善店铺信息、缴纳费用等。

③货品采购及库存管理

根据协议约定，公司向品牌方或其国内总代理批量采购产品。公司基于对品牌及产品的解读和专业运作经验，根据店铺定位、产品口碑、销量、客单价、复购率、引流商品属性等因素，结合品牌方主打产品及新品推广的诉求、竞品分析及市场需求，甄选计划采购并在线上官方旗舰店上架销售的产品。公司综合考虑产品库存周转、采购周期、店铺销售预期等因素，科学制定采购计划，并在产品验收入库后，对库存周转情况、产品效期进行持续监控，相应调整营销策略和备货节奏，将产品库存有效控制在合理水平。

④品牌店铺建设及运营

A、信息系统、物流与客服体系建设

公司在电商平台完成品牌官方旗舰店搭建及入驻，实现电商平台端口与公司订单管理系统等信息技术体系的搭建与对接；公司根据品牌官方旗舰店预计销售的地域、规模等情况安排合作外包仓库及物流解决方案，设计制作品牌相应包材，确定包装标准，根据品牌与商品实际情况向仓储方提出 KPI 要求，确定商品效期管理、库龄管理、库位管理等仓储管理规范；公司根据品牌商品定位、产品特点、预计销量等情况确定客服人员安排，并相应培训客服人员对品牌和产品的熟悉程度、对消费者下单前咨询回复及引导推荐的方式，以及售后客服对消费者下单后的配送跟进、咨询回复、退换货对接、投诉处理方式。

B、品牌店铺建设

根据前期对品牌定位、产品特征及目标客群的整体判断，结合品牌理念和产品推介需要，规划品牌线上呈现的整体形象和视觉设计，优化主打产品及专题界面布局、主题活动改版设计，提升网页界面美观度、友好度，实现产品引流并优化消费者的线上互动体验；根据公司积累的市场洞察及专业运作经验，制定商品陈列及分区方案，撰写店铺及产品推介文案，设计促销机制及组合销售策略，并结合店铺销售情况及市场动态调整优化上架产品，挖掘产品卖点和销售潜能，从而实现品牌形象塑造与优化升级。店铺设计完成后，公司根据商品销售和定价计划，及公司积累的市场洞察及专业运作经验，制定商品陈列及分区方案，撰写店铺及产品推介文案，进行商品发布，待天猫审核后完成商品上架。

C、品牌店铺运营

公司运营的每一个品牌官方旗舰店均配置有专业的运营团队，提供店铺设计维护管理、销售策略制定与执行、产品组合优化、产品选择和销售策略分析、消费者数据管理与精准营销、CRM 及会员运营分析等服务，为店铺销售及品牌策略提供支持，支撑品牌店铺的高效运营。

⑤营销策划及方案执行

公司基于对日常店铺运营过程中积累的大量消费者行为数据的挖掘分析，进行消费者画像和消费需求分析，实现对品牌目标客群的精准定位；甄选和整合天猫/淘本站内外渠道资源，设计推广素材和内容运营策略，面向目标客群进行精准营销推广，带动品牌价值提升和销售转化；结合对平台流量规则的洞察分析，合理配置不同推广渠道和营销工具，并对投放效果进行测试与优化后，完成精准营销方案的执行落地，从而提高营销推广效率；跟踪品牌运营及产品销售数据，对店铺访客量、销售额、点击率、转化率、客单价、复购率、新老买家数等指标进行分析，根据客户需求反馈定期运营报告、分析营销推广效果及总结经验，为实现品牌线上精细化运营、优化营销策略提供支持与建议。

⑥销售订单履行

公司对品牌官方旗舰店进行日常维护，持续优化产品分区陈列及购物流程，提升消费者的购物体验 and 效率。公司客户服务团队承接消费者咨询并作出及时、

专业、有效的反馈，激发消费者的潜在需求，引导消费者作出购买决策并在线上店铺下达订单，促成销售转化。公司订单管理系统从电商平台获取已付款订单信息，经过订单审核、营销活动适配、库存判断及分仓管理后，通知仓库进行订单配货、分拣包装，并交由物流公司进行派送。在整个销售订单履行过程中，公司美容顾问部负责订单跟踪及客户服务，反馈和处理订单流转过程中的消费者投诉和退换货要求，对消费者的咨询和评价做出及时反馈，维护品牌形象及口碑。

（2）开设和运营品牌官方旗舰店对人员或设备的要求、复杂程度

开设和运营品牌官方旗舰店所需的人员根据店铺业务规模各有不同，一般需配备运营、营销推广、策划及设计、仓储物流、客服人员，根据店铺业务规模变化，公司进行店铺人员配备数量的动态调整。开设和运营品牌官方旗舰店所需的设备主要包括与所需人员数量相当的办公用品、工作电脑，及用于制作产品线上素材的摄影器材等。建设和运营品牌官方旗舰店的复杂程度主要在于适应品牌旗舰店运营的高效信息系统搭建、专业电商运营与品牌营销人才培养和储备，以及用户与销售数据的积累与分析应用。

（3）发行人的核心作用

①为品牌方提供综合化的一揽子专业电商运营服务

公司依托长期运营多品牌电商平台官方旗舰店的经验和规模优势，为品牌提供品牌官方旗舰店开设、信息物流与客服系统搭建、品牌店铺建设、货品采购及库存管理、品牌店铺运营、营销策划及方案执行、销售订单履行等一揽子综合化电商运营服务解决方案，并通过专业化分工和规模效应，为品牌提供更高效率的服务。

②为品牌方提供领先的 IT 系统和精细化管理方案

公司自行研发了业界领先的 OMS、IMS，能够实现订单快速拉取及处理，根据设置的营销规则精准匹配赠品、小样等个性化、多元化的营销方案；根据产品库存情况、运输半径、发货速度、配送成本等因素进行自动分仓，保证发货及物流效率；根据历史订单情况持续优化分仓规则设置，在保障安全库存的同时降低库存深度，提升分仓配送效率并有效控制成本；能够实时监控每个 SKU 商品的库存情况，提示店铺运营团队通过营销策略促进库存消化，提高存货周转率，

实现库存的精细化管理。

③为品牌方提供出色的数据分析解决方案

公司强大的数据库主要来源于多年来积累的庞大用户购买数据，通过生成的用户画像，公司能够准确推测用户的真实需求，提升用户的购物体验及复购率，为品牌不断获取和积累更多的忠诚用户。同时，公司还可利用自建的模型及数据分析，并根据自身积累的经验，将带有不同标签的人群进行排列组合，为不同店铺制定个性化的营销策略和推广方案。

④为品牌方提供高效的营销推广解决方案

公司基于长期的化妆品多品牌营销推广经验，已打造了一支经验丰富的管理团队和一批业务水平较高的化妆品营销推广专业人才，对化妆品品牌文化、线上线下各类广告推广工具、用户消费习惯有着深刻的理解，具备出色的执行能力。随着化妆品行业、天猫平台以及品牌官方旗舰店营销推广活动的不断多样化、综合化、内容化，公司通过综合广告投放、创意制作、内容营销、制造品牌话题等方式，提升品牌知名度，为品牌方提供高效的营销推广解决方案。

（4）盈利模式

电商零售业务中，店铺及货品所有权归属于公司，进销差价体现了公司的服务价值，同时，除特殊约定外，店铺日常运营过程中的营销费用主要由公司承担，销售价格与采购成本及各项费用的差额构成该业务的盈利来源。

2、品牌营销运营服务

品牌营销运营服务是指公司接受品牌方的委托，负责建设、运营其线上品牌官方旗舰店；或为品牌方就某项产品或活动提供营销推广服务。公司根据不同品牌方的需求，主要提供品牌店铺建设及运营、营销推广、客户服务等全链路或部分环节的网络零售服务。公司品牌营销运营服务主要包括品牌运营服务、品牌营销服务两种类型。

（1）业务流程及服务内容

品牌运营服务是指公司接受品牌方的委托，建设、运营其线上品牌官方旗舰店。公司根据不同品牌方的需求，主要提供品牌店铺建设及运营、营销推广、客

户服务等环节的网络零售服务，并根据合同约定及销售业绩实现情况收取服务费。因店铺及货品所有权通常归属于品牌方，公司品牌运营服务不存在货品采购流程，且仓储库存管理及物流配送主要由品牌方自行管理并承担费用；其他业务流程及服务内容，包括业务机会评估及合作品牌拓展、品牌店铺建设及运营、营销策划及方案执行、销售订单履行中的客户服务等与电商零售业务基本一致。因成本投入主要系公司人力资源，公司品牌运营服务的外部采购及上游供应商较少；该业务的下游为品牌方。

品牌营销服务是指公司为品牌方就某项产品或活动提供营销策划及方案执行，以及跨渠道营销推广及分析等服务，从而提高品牌知名度及影响力，实现品牌价值的最大化，提升品牌触达目标客户的机会和销售转化的效率，并综合考虑品牌成熟度及服务成本，向品牌方收取相应的服务费。公司根据品牌方提出的营销推广需求，与其沟通服务方案后，完成营销策划及执行落地并反馈营销成果。公司收取的服务费用与发生的人力、营销投入采购等成本及各项费用的差额，构成品牌营销服务业务的盈利来源。品牌营销服务的上游主要为电商平台、社交网站、直播平台、视频网站、KOL 等线上媒体及营销投放的服务提供商；该业务下游为品牌方。

（2）盈利模式

公司提供品牌营销运营服务，并向品牌方收取相应的服务费。公司收取的服务费用与发生的人力等成本及各项费用的差额，构成品牌营销运营服务的盈利来源。

（三）主要原材料的情况

报告期内，公司采购的主要内容为化妆品等合作品牌产品。报告期各期，公司产品采购总额分别为 251,707.91 万元、284,581.75 万元及 302,308.46 万元。

报告期各期，公司向前五大供应商的采购内容均为化妆品，采购金额及其占比情况如下：

单位：万元

期间	序号	供应商名称	采购金额[注 1]	占比
2019 年度	1	爱茉莉太平洋贸易有限公司	74,823.13	24.75%
	2	佳丽宝化妆品（中国）有限公司	36,143.67	11.96%

期间	序号	供应商名称	采购金额[注 1]	占比
	3	欧莱雅集团[注 2]	35,240.40	11.66%
	4	联合利华服务（合肥）有限公司	25,790.42	8.53%
	5	上药康德乐（上海）医药有限公司	23,860.25	7.89%
	合计		195,857.87	64.79%
2018年度	1	欧莱雅集团	82,648.05	29.04%
	2	爱茉莉太平洋贸易有限公司	57,700.31	20.28%
	3	汉高集团[注 3]	36,568.81	12.85%
	4	佳丽宝化妆品（中国）有限公司	19,251.12	6.76%
	5	上药康德乐（上海）医药有限公司	17,100.67	6.01%
	合计		213,268.96	74.94%
2017年度	1	欧莱雅集团	103,912.25	41.28%
	2	爱茉莉太平洋贸易有限公司	45,455.94	18.06%
	3	汉高集团	34,026.53	13.52%
	4	上药康德乐（上海）医药有限公司	13,565.80	5.39%
	5	佳丽宝化妆品（中国）有限公司	10,654.28	4.23%
	合计		207,614.80	82.48%

注：

- 1、采购金额为当年订单的采购到货不含税金额，且不考虑存货-材料成本差异的影响；
- 2、报告期内，公司对欧莱雅（中国）有限公司及其关联企业欧莱雅（中国）有限公司苏州分公司、广州市百库电子科技有限公司均有采购，此处合并计算对其采购额，下同；
- 3、报告期内，公司对汉高（中国）投资有限公司及其关联企业 HENKEL HONG KONG HOLDING LIMITED 均有采购，此处合并计算对其采购额，下同。

（四）行业竞争情况以及发行人的竞争地位

1、公司的行业地位

经过十余年的发展和积淀，公司已经成为国内领先的化妆品网络零售服务商，积累了对互联网运营的深刻理解和运作经验，以专业的网络零售综合能力为品牌方促成销售实现，助力品牌方达成品牌影响力和市场地位的持续提升。公司在与品牌方的合作过程中建立了良好的专业形象和市场口碑，为品牌方提供的营销策划方案曾多次获得业内权威奖项认可，已成为深受品牌方信赖的合作伙伴。报告期内，公司合作品牌数量持续上升，产品销量保持快速增长。截至 2019 年 12 月 31 日，公司与施华蔻、兰芝、雅漾、雪花秀、相宜本草、芙丽芳丝、凡士林等超过 60 个品牌达成合作关系。2017 年度至 2019 年度，公司分别实现营业收入 342,027.41 万元、361,481.26 万元及 387,446.77 万元，2017 年度至 2019 年度年平均复合增长率达到 6.43%。根据生意参谋数据显示，公司运营的施华蔻、

美宝莲、雪花秀、兰芝、后、芙丽芳丝品牌等官方旗舰店在 2018 年天猫“双十一”期间实现过亿交易额，后、雪花秀、芙丽芳丝、兰芝、希思黎品牌等官方旗舰店在 2019 年天猫“双十一”期间实现过亿交易额。2019 年 8 月，公司与上海宝尊、壹网壹创等 9 家企业被评为“2019 年上半年天猫六星运营服务商”。2020 年 2 月，公司与上海宝尊、壹网壹创等 9 家企业被评为“2019 年下半年天猫六星运营服务商”。

截至本招股说明书摘要签署日，公司及其子公司所获荣誉及称号如下表所示：

年份	序号	奖项名称	颁发时间	颁奖机构
2020 年	1	上海供应链创新与应用示范企业	2020 年 7 月	上海市商务委员会、上海市发展和改革委员会等
	2	2020 年度天猫代运营淘拍档	2020 年 7 月	阿里巴巴
	3	2020 年度“SHE POW 她消费口碑服务奖”	2020 年 7 月	中国国际美容博览会 CIBE
	4	天猫金妆奖“2020 年度优秀合作伙伴”	2020 年 4 月	天猫
	5	2019 年天猫旗舰店 2.0 最佳拍档	2020 年 4 月	天猫
	6	阿里巴巴“春雷计划”特许经营服务商	2020 年 4 月	阿里巴巴
	7	阿里妈妈营销生态案例大赛铜奖	2020 年 3 月	阿里妈妈
	8	2020 年第一季度天猫消费者运营全链路服务商	2020 年 3 月	天猫
	9	2020 年第一季度天猫消费者运营场景服务商	2020 年 3 月	天猫
	10	2020 年度天猫服饰品牌营销综合型服务商	2020 年 3 月	天猫
	11	2019 年下半年天猫六星服务商	2020 年 2 月	天猫
	12	2019 年度松江区经济高质量发展企业	2020 年 1 月	上海市松江区人民政府
	13	2019 年度区域经济贡献优秀奖	2020 年 1 月	上海市松江区人民政府永丰街道办事处
	14	2019 年度服务业发展引领奖	2020 年 1 月	上海市松江区人民政府永丰街道办事处
2019 年度	1	2019 金麦奖最佳营销服务奖	2019 年 12 月	淘宝天下传媒有限公司
	2	松江区质量金奖	2019 年 9 月	上海市松江区人民政府
	3	2019 年上半年天猫六星运营服务商	2019 年 8 月	天猫
	4	2019 年杰出品牌形象奖	2019 年 7 月	第八届中国财经峰会组委会

年份	序号	奖项名称	颁发时间	颁奖机构
	5	年度最具影响力电商服务机构	2019年7月	品观APP
	6	最佳口碑美妆用具大奖	2019年6月	嘉人
	7	2019 尊盛亚洲杰出进口代理商大奖、中国美容博览会国际医学美容皮肤科学论坛支持单位	2019年5月	中国美容博览会(上海CBE)
	8	天猫金妆奖“2019年度优秀合作伙伴”	2019年3月	天猫
	9	上海市电子商务示范企业(2018-2019年度)	2019年3月	上海市商务委员会
	10	上海市“专精特新”中小企业(2019-2020)	2019年2月	上海市经济和信息化委员会
	11	松江区服务业创新发展示范企业	2019年1月	上海市松江区人民政府
2018年度	1	2018年度“中国化妆品电子商务代运营商TOP10”排行榜第一名	2018年12月	化妆品报社
	2	2018 亚洲化妆品进口品代理商大奖	2018年5月	中国美容博览会(上海CBE)
	3	2017 年度最佳天猫合作伙伴	2018年4月	天猫
	4	2018 年金服奖“新锐之星奖”	2018年4月	阿里妈妈
	5	天猫金妆奖“2018年度优秀合作伙伴”	2018年3月	天猫
	6	上海市松江区先进企业(2016-2017年度)	2018年3月	上海市松江区民营经济协会
2017年度	1	2017 金麦奖年度产品类大奖“美妆洗护类铜奖”	2017年12月	浙江日报报业集团、阿里巴巴等
	2	2017 金麦奖年度生态类大奖“最佳视觉服务奖”	2017年12月	
	3	2017 互联网企业社会责任奖	2017年12月	中国公益节
	4	2017 年最佳电商营销创新奖	2017年11月	梅花网
	5	2017 年度品牌典范奖	2017年11月	中国财经峰会
	6	2017 最佳商业模式奖	2017年7月	
	7	2016 年度松江区科技创新示范奖	2017年3月	上海市松江区人民政府
	8	天猫金妆奖“2017年度优秀合作伙伴”	2017年2月	天猫

2、主要竞争对手

公司主要竞争对手包括化妆品领域垂直型服务商杭州悠可、壹网壹创，以及覆盖化妆品品类的综合型服务商宝尊电商，其具体情况如下：

(1) 杭州悠可

杭州悠可成立于 2012 年 7 月，系一家专注于化妆品垂直领域的电子商务企业，已形成以运营天猫官方旗舰店、品牌官网为主，向主流电商平台等线上经销

商分销为辅的经营模式，服务内容涵盖旗舰店及官网建设、整合营销、店铺运营、客户服务、商业分析、仓储物流和供应链管理等。报告期内，杭州悠可合作品牌主要是雅诗兰黛、倩碧、娇韵诗、薇姿、理肤泉等。2013年9月、2017年5月，A股上市公司青岛金王（股票代码：002094）先后收购杭州悠可37%和63%的股权，至此，杭州悠可成为青岛金王全资子公司，2019年4月，青岛金王出售了其持有的全部杭州悠可股份。根据青岛金王定期报告披露的信息，杭州悠可2018年度实现营业收入113,963.94万元，归属于母公司所有者的净利润13,129.70万元。

（2）壹网壹创

壹网壹创成立于2012年4月，主要从事为国内外知名快消品品牌提供全网各渠道电子商务服务。壹网壹创作为品牌方的重要战略合作伙伴，从品牌形象塑造、产品设计策划、整合营销策划、视觉设计、大数据分析、线上品牌运营、精准广告投放、CRM管理、售前售后服务、仓储物流等全链路为品牌提供线上服务。报告期内，壹网壹创主要为百雀羚、欧珀莱、伊丽莎白雅顿等化妆品品牌天猫旗舰店提供服务。壹网壹创于2016年8月正式在全国中小企业股份转让系统挂牌公开转让，于2017年6月终止挂牌，并于2018年4月向中国证监会提交首次公开发行股票并在创业板上市申请。2019年9月，壹网壹创通过中国证监会审核并于同月刊登发行公告并在深交所上市。根据壹网壹创招股说明书披露的信息，壹网壹创2018年度实现营业收入101,279.60万元，归属于母公司所有者的净利润16,261.67万元。根据壹网壹创定期报告披露的信息，壹网壹创2019年度实现营业收入145,082.12万元，归属于母公司所有者的净利润21,905.50万元。

（3）宝尊电商

宝尊电商主要提供以品牌电子商务为核心的一站式商业解决方案，涉及店铺运营、数字营销、IT解决方案、仓储配送、客户服务等业务内容。宝尊电商的合作品牌主要包括耐克、飞利浦、微软等，覆盖服装、家用电器、电子产品、家居装饰、食品与保健品、化妆品、快速消费品、母婴产品等多个产品类目。宝尊电商于2015年5月在美国纳斯达克证券交易所上市（证券代码：BZUN.O）。根据宝尊电商定期报告披露的信息，宝尊电商2019年度实现营业收入727,819.20万元，归属于母公司所有者的净利润28,129.70万元。

五、发行人有关资产权属情况

（一）固定资产

1、固定资产概况

截至 2019 年 12 月 31 日，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	折旧年限	原值	累计折旧	减值准备	账面价值	成新率
办公设备	3-5 年	167.20	145.01	-	22.19	13.27%
电子设备	3 年	1,019.01	729.12	-	289.89	28.45%
运输工具	3-4 年	400.22	284.41	-	115.81	28.94%
合计		1,586.44	1,158.55	-	427.89	26.97%

2、房屋建筑物

截至本招股说明书摘要签署日，发行人及其控股子公司未拥有任何房产或土地使用权，发行人及其控股子公司使用的房产均为租赁房屋。发行人及其控股子公司租赁用于生产经营的主要租赁房产如下：

序号	出租人	承租人	租赁房屋座落	用途	租金	租赁面积(m ²)	租期
1	上海兆力投资管理有限公司	丽人网络	上海市徐汇区番禺路 900 号二层及一层局部	办公	14.05 万元/月 (2019 年 4 月 1 日起租金可由合同双方另行协商确定)	1,100	2018 年 9 月 1 日-2021 年 5 月 15 日
2	上海兆力投资管理有限公司	丽人商务	上海市徐汇区番禺路 900 号一层	办公	9.45 万元/月 (2019 年 10 月 1 日起租金可由合同双方另行协商确定)	450	2019 年 2 月 28 日-2021 年 5 月 14 日
3	上海兆力投资管理有限公司	丽人商务	上海市徐汇区番禺路 888 号 (现有门牌号 876 号) 15 幢	办公	41.16 万元/月	2,004	2015 年 4 月 1 日-2021 年 3 月 31 日
4	马汉原	成都丽人丽妆	成都市九兴大道凯乐国际 4 号楼 1-6-1 号	办公	1.75 万元/月	326.91	2018 年 5 月 8 日-2021 年 5 月 7 日
5	上海兆力投资管理有限公司	丽人商务	上海市徐汇区番禺路 888 号 11 幢 A105 室	办公	6.52 万元/月	390	2019 年 3 月 1 日-2021 年 3 月 31 日
6	上海怡武实业发展有限公司	上海贝道	上海市松江区东环路 9 号 3 栋-9	仓储	22.89 万元/年	570	2019 年 1 月 17 日-2021 年 1 月 16 日

（1）关联租赁

公司主要生产经营场所的出租方不是公司的关联方，不存在替公司分担成本、费用的情况。

（2）租赁瑕疵

公司租赁房屋主要用于办公及仓储，其中第4项租赁房屋存在尚未取得房屋产权证的情况。该项未取得房屋产权证书的租赁房产面积占公司主要租赁房产面积的占比为6.75%，面积占比较小。前述未取得房屋产权证书的房产的用途为日常经营办公，公司的生产经营不存在对该等租赁物业的依赖性，且可以较为容易地在该等物业附近以相同价格承租到基本类似的物业。

上述主要租赁房产的租赁协议未办理租赁登记备案。根据《城市房地产管理法》的相关规定，房屋租赁的出租人与承租人应当签订租赁合同并向房产管理部门登记备案。根据《商品房屋租赁管理办法》的相关规定，未在租赁合同订立后三十日内办理租赁登记备案的，由房地产管理部门责令限期改正，逾期不改正的将被处以罚款。根据《最高人民法院关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体适用法律若干问题的解释》，当事人以房屋租赁合同未按照法律、行政法规规定办理登记备案手续为由，请求确认合同无效的，人民法院不予支持。根据上述法规，租赁协议未办理租赁登记备案存在被处罚的风险，但租赁登记备案手续不是房屋租赁合同的生效条件，未办理备案登记并不导致房屋租赁协议无效。

同时，公司的控股股东及实际控制人黄韬已就前述租赁房屋存在的瑕疵作出如下承诺：“如因（1）抵押权人为实现抵押权导致房屋所有权发生变动；或（2）租赁房屋未取得房屋所有权证导致租赁无效；或（3）发行人及其控股子公司在中国境内租赁的房屋未办理租赁备案登记，而导致发行人无法继续使用该等房屋；或（4）发行人及其控股子公司租赁用于生产经营的主要房屋被要求搬迁或被提前收回，进而导致发行人遭受任何损失，本人将连带承担相应的法律责任，包括但不限于对由此给发行人及其中小股东造成的全部损失承担赔偿责任。”

因此，上述房屋的所有权瑕疵不会对公司的生产经营产生重大不利影响。

（3）租赁房产租赁期限到期后是否存在无法续租的风险

① 租赁房产租赁期限到期后是否存在无法续租的风险

公司对于上述主要租赁房产均已与出租方签署租赁协议，截至本招股说明书

摘要签署日，相关租赁协议有效履行，公司与出租方就公司租赁该房产事宜不存在纠纷或争议。就坐落于上海市徐汇区番禺路 888 号 15 幢的租赁房产，丽人商务最早于 2015 年即开始承租；就坐落于上海市徐汇区番禺路 900 号的租赁房产，公司最早于 2016 年即开始承租。公司与相关出租方之间合作时间较长。截至本招股说明书摘要签署日，公司不存在主要租赁房产到期无法续租的情况。

由于公司签订的租赁合同中约定的租赁期限一般较长，且该等租赁物业主要用于办公、仓储及销售美妆产品，公司对租赁物业无特殊要求，因此即使租赁合同到期无法续租，公司也能快速在市场上找到可以替代的满足相关用途的类似物业，不会对公司生产经营造成重大不利影响。

② 公司对可能出现的搬迁情形的应对措施

公司对上述房屋可能出现的搬迁情形的应对措施如下：

A、为避免公司可能出现的重要的租赁房产搬迁而对公司生产经营造成的损失，公司与出租方在合同中就租赁期限、续租、违约责任等权利义务进行了明确约定，以降低搬迁情形出现的可能性。此外，公司与出租方在合同中就提前解约等违约情形及相关责任、违约金等权利义务进行了明确约定，对于非因公司责任而出现搬迁的情形，公司可取得合理的违约金。

B、公司重要的租赁房产周边区域有较多类似房源，现有租赁房产资源具有可替代性，即便租赁合同到期无法续租，公司也能快速找到可以替代的物业，不存在因出租方违约而无法取得生产场地的情形。

C、公司已与启迪漕河泾（上海）开发有限公司签署了《楼宇订购意向书》，约定公司或控股子公司有意购买位于上海市松江区明南路 85 号第 20 幢及位于上海市松江区广富林东路 199 号第 23 幢（公司已与启迪漕河泾（上海）开发有限公司协商一致将购买位于上海市松江区广富林东路 199 号第 23 幢物业变更为上海市松江区广富林东路 199 号第 22 幢物业）两处物业用于其募集资金投资项目中的综合服务中心建设项目。该募集资金投资项目实施后，公司将持有自有研发及办公物业。截至本招股说明书摘要签署日，公司全资子公司易康丽已与启迪漕河泾（上海）开发有限公司签署《楼宇买卖合同》，约定启迪漕河泾（上海）开发有限公司向易康丽出售坐落于上海市松江区明南路 85 号第 20 幢 1-5 层房屋。

D、公司控股股东及实际控制人黄韬已就前述租赁房屋存在的瑕疵作出承诺。

（二）无形资产

截至 2019 年 12 月 31 日，公司无形资产情况如下：

单位：万元

项目	取得方式	摊销年限	账面原值	累计摊销	账面价值
电脑软件	外购	2-5 年	690.46	526.32	164.14
合计			690.46	526.32	164.14

1、商标

截至 2019 年 12 月 31 日，公司拥有境内注册商标共 202 项，具体如下：

序号	申请号/注册号	类号	权利人	商标图像	有效期限
1	17381315	9	发行人		2018年06月07日至 2028年06月06日
2	20502048	35	发行人		2018年04月28日至 2028年04月27日
3	20502050	3	发行人		2018年04月28日至 2028年04月27日
4	23914040	18	发行人		2018年07月21日至 2028年07月20日
5	25808123	35	发行人		2018年09月07日至 2028年09月06日
6	25808125	35	发行人		2018年09月07日至 2028年09月06日
7	25808127	35	发行人		2018年09月07日至 2028年09月06日
8	25156828	25	发行人		2018年10月14日至 2028年10月13日
9	21034205	35	发行人		2018年09月21日至 2028年09月20日
10	13530922	3	发行人		2015年08月28日至 2025年08月27日
11	15049846	3,9,35, 38,42	发行人		2015年09月21日至 2025年09月20日
12	15115243	3,35,38	发行人		2015年12月07日至 2025年12月06日





13	6405363	3	发行人		2010年03月21日至 2020年03月20日
14	13530938	35	发行人		2015年02月14日至 2025年02月13日
15	15290882	9,42	发行人	奢美汇	2015年12月21日至 2025年12月20日
16	10377053	42	发行人		2013年08月07日至 2023年08月06日
17	13530969	42	发行人	 丽人丽妆 Lili&Beauty	2015年02月07日至 2025年02月06日
18	16865740	16	发行人	mö	2016年06月28日至 2026年06月27日
19	16471973	3	发行人	MOMOUUP	2016年05月28日至 2026年05月27日
20	16865796	9	发行人	mömöUP	2016年06月28日至 2026年06月27日
21	16865724	16	发行人	mömöUP	2016年06月28日至 2026年06月27日
22	16471744	3	发行人	Face cute	2016年04月28日至 2026年04月27日
23	16471870	21	发行人	Face cute	2016年04月28日至 2026年04月27日
24	17382144	11	发行人	Lily&Beauty	2016年08月14日至 2026年08月13日
25	17385461	11	发行人	丽人丽妆	2016年08月14日至 2026年08月13日
26	17382710	20	发行人	熊猫美妆	2016年08月14日至 2026年08月13日
27	17384282	26	发行人	丽人丽妆	2016年08月14日至 2026年08月13日
28	17384331	30	发行人		2016年08月14日至 2026年08月13日
29	17381423	35	发行人	Lily&Beauty	2016年08月14日至 2026年08月13日
30	17385036	38	发行人	丽人丽妆	2016年08月14日至 2026年08月13日
31	17385073	38	发行人		2016年08月14日至 2026年08月13日
32	17391229	44	发行人	丽人丽妆	2016年08月14日至 2026年08月13日
33	17391324	45	发行人	Lily&Beauty	2016年08月14日至 2026年08月13日
34	17391352	45	发行人	丽人丽妆	2016年08月14日至 2026年08月13日
35	17381269	5	发行人	丽人丽妆	2016年10月28日至 2026年10月27日
36	17381449	5	发行人	Lily&Beauty	2016年09月07日至 2026年09月06日

37	17381462	5	发行人		2016年09月07日至 2026年09月06日
38	17381544	7	发行人	丽人丽妆	2016年09月07日至 2026年09月06日
39	17381659	7	发行人	Lily&Beauty	2016年09月07日至 2026年09月06日
40	17381801	9	发行人	Lily&Beauty	2016年09月07日至 2026年09月06日
41	17381870	10	发行人		2016年09月07日至 2026年09月06日
42	17381886	10	发行人	Lily&Beauty	2016年09月14日至 2026年09月13日
43	17381912	10	发行人	丽人丽妆	2016年09月07日至 2026年09月06日
44	17382074	11	发行人	熊猫美妆	2016年10月28日至 2026年10月27日
45	17382181	17	发行人	Lily&Beauty	2016年09月07日至 2026年09月06日
46	17382192	17	发行人	丽人丽妆	2016年09月07日至 2026年09月06日
47	17382238	17	发行人		2016年09月07日至 2026年09月06日
48	17381292	8	发行人		2016年09月07日至 2026年09月06日
49	17382348	20	发行人	丽人丽妆	2016年09月07日至 2026年09月06日
50	17382379	18	发行人	Lily&Beauty	2016年09月07日至 2026年09月06日
51	17382543	21	发行人	丽人丽妆	2016年10月28日至 2026年10月27日
52	17382561	18	发行人	丽人丽妆	2016年10月28日至 2026年10月27日
53	17382620	18	发行人		2016年10月28日至 2026年10月27日
54	17382725	20	发行人	Lily&Beauty	2016年09月07日至 2026年09月06日
55	17382809	21	发行人	Lily&Beauty	2016年09月07日至 2026年09月06日
56	17383571	26	发行人	熊猫美妆	2016年10月28日至 2026年10月27日
57	17383636	22	发行人	Lily&Beauty	2016年09月07日至 2026年09月06日
58	17383696	22	发行人	丽人丽妆	2016年09月07日至 2026年09月06日
59	17383731	22	发行人		2016年09月07日至 2026年09月06日
60	17383787	22	发行人	熊猫美妆	2016年10月28日至 2026年10月27日

61	17383879	26	发行人	Lily&Beauty	2016年09月07日至 2026年09月06日
62	17384436	30	发行人	丽人丽妆	2016年10月28日至 2026年10月27日
63	17384459	30	发行人	Lily&Beauty	2016年09月07日至 2026年09月06日
64	17384889	38	发行人	Lily&Beauty	2016年09月07日至 2026年09月06日
65	17385023	39	发行人	Lily&Beauty	2016年09月07日至 2026年09月06日
66	17385316	39	发行人	丽人丽妆	2016年09月07日至 2026年09月06日
67	17385374	11	发行人		2016年09月14日至 2026年09月13日
68	17391204	44	发行人	Lily&Beauty	2016年10月28日至 2026年10月27日
69	17391246	41	发行人	Lily&Beauty	2016年09月07日至 2026年09月06日
70	17381571	8	发行人	Lily&Beauty	2016年09月07日至 2026年09月06日
71	17391319	45	发行人		2016年09月07日至 2026年09月06日
72	17381630	8	发行人	丽人丽妆	2016年09月07日至 2026年09月06日
73	17382350	18	发行人	熊猫美妆	2016年12月28日至 2026年12月27日
74	17381937	10	发行人	熊猫美妆	2016年11月28日至 2026年11月27日
75	17382568	20	发行人		2016年11月28日至 2026年11月27日
76	15175429	3,42	发行人	熊猫美妆	2016年09月14日至 2026年09月13日
77	17381566	7	发行人		2016年11月28日至 2026年11月27日
78	17381508	5	发行人	熊猫美妆	2016年11月28日至 2026年11月27日
79	17391249	44	发行人		2016年11月28日至 2026年11月27日
80	17391407	45	发行人	熊猫美妆	2016年11月28日至 2026年11月27日
81	17391235	41	发行人		2016年11月28日至 2026年11月27日
82	17385359	39	发行人	熊猫美妆	2017年01月07日至 2027年01月06日
83	17391248	41	发行人	丽人丽妆	2016年11月28日至 2026年11月27日
84	17382915	21	发行人	熊猫美妆	2016年11月28日至 2026年11月27日

85	17382879	21	发行人		2016年11月28日至 2026年11月27日
86	17381433	3	发行人	Lily&Beauty	2017年05月07日至 2027年05月06日
87	17382245	17	发行人	熊猫美妆	2017年02月14日至 2027年02月13日
88	18875913	42	发行人		2017年06月07日至 2027年06月06日
89	23914039	26	发行人		2018年04月21日至 2028年04月20日
90	23914037	26	发行人	babyup	2018年04月21日至 2028年04月20日
91	23913958	25	发行人		2018年04月21日至 2028年04月20日
92	23913957	25	发行人	babyup	2018年04月21日至 2028年04月20日
93	23552871	3	发行人	mömoUP	2018年04月14日至 2028年04月13日
94	22574942	35	发行人		2018年02月14日至 2028年02月13日
95	22516964	9	发行人	丽人丽妆	2018年04月07日至 2028年04月06日
96	21034204	41	发行人		2017年12月28日至 2027年12月27日
97	21011069	35	发行人	喵车家	2017年10月14日至 2027年10月13日
98	20810773	25	发行人	韩影韩风	2017年09月21日至 2027年09月20日
99	20810772	35	发行人	韩影韩风	2017年09月21日至 2027年09月20日
100	20810771	3	发行人	韩影韩风	2017年09月21日至 2027年09月20日
101	20810770	14	发行人	韩影韩风	2017年09月21日至 2027年09月20日
102	20810769	21	发行人	韩影韩风	2017年09月21日至 2027年09月20日
103	20810768	24	发行人	韩影韩风	2017年09月21日至 2027年09月20日
104	20732001	3	发行人	Pony 的选择	2017年11月21日至 2027年11月20日
105	20732000	21	发行人	Pony 的选择	2017年11月21日至 2027年11月20日
106	20731998	3	发行人	Pony's choice	2017年09月14日至 2027年09月13日
107	20731997	21	发行人	Pony's choice	2017年09月14日至 2027年09月13日
108	20731996	35	发行人	Pony's choice	2017年09月14日至 2027年09月13日

109	20563339	35	发行人	babyup	2017年08月28日至 2027年08月27日
110	20510423	11	发行人	Paladin	2017年10月28日至 2027年10月27日
111	20510191	11	发行人	帕拉丁	2017年08月21日至 2027年08月20日
112	20502044	3	发行人	ONE BEAUTY	2017年10月21日至 2027年10月20日
113	20502043	9	发行人	ONE BEAUTY	2017年08月21日至 2027年08月20日
114	20502042	35	发行人	ONE BEAUTY	2017年10月21日至 2027年10月20日
115	20502040	35	发行人	大熊小猫	2017年10月21日至 2027年10月20日
116	20502039	41	发行人	大熊小猫	2017年10月21日至 2027年10月20日
117	20502038	35	发行人	三个熊猫	2017年08月21日至 2027年08月20日
118	20502037	41	发行人	三个熊猫	2017年08月21日至 2027年08月20日
119	20502031	41	发行人	喵喵教育	2017年10月21日至 2027年10月20日
120	20402814	35	发行人	非用	2017年08月14日至 2027年08月13日
121	20402746	9	发行人	非用	2017年08月14日至 2027年08月13日
122	20243353	35	发行人	集才美一	2017年07月28日至 2027年07月27日
123	20243313	35	发行人	Lily Beauty	2018年01月28日至 2028年01月27日
124	20243195	21	发行人	mömöUP	2017年07月28日至 2027年07月27日
125	20243146	21	发行人	mö	2017年07月28日至 2027年07月27日
126	20243051	3	发行人	mömöUP	2018年01月28日至 2028年01月27日
127	20243024	3	发行人	集才美一	2017年07月28日至 2027年07月27日
128	20242865	3	发行人	集美才一	2017年07月28日至 2027年07月27日
129	18875843	9	发行人		2017年02月21日至 2027年02月20日
130	16472191	21	发行人	mcmCUP	2016年05月28日至 2026年05月27日
131	10350818	35	发行人	丽人丽妆	2013年07月07日至 2023年07月06日
132	17381842	9	发行人		2017年09月14日至 2027年09月13日

133	20242996	3	发行人	Lily Beauty	2018年02月07日至 2028年02月06日
134	25156827	35	发行人		2018年07月14日至 2028年07月13日
135	25931146	41	发行人	爱读书的小孩	2018年08月14日至 2028年08月13日
136	25931147	27	发行人	爱读书的小孩	2018年08月14日至 2028年08月13日
137	25931148	26	发行人	爱读书的小孩	2018年08月14日至 2028年08月13日
138	25931149	25	发行人	爱读书的小孩	2018年08月14日至 2028年08月13日
139	25931150	24	发行人	爱读书的小孩	2018年08月14日至 2028年08月13日
140	25931151	23	发行人	爱读书的小孩	2018年08月14日至 2028年08月13日
141	25931152	21	发行人	爱读书的小孩	2018年08月14日至 2028年08月13日
142	25931153	20	发行人	爱读书的小孩	2018年08月14日至 2028年08月13日
143	25931154	16	发行人	爱读书的小孩	2018年08月14日至 2028年08月13日
144	25931155	11	发行人	爱读书的小孩	2018年08月14日至 2028年08月13日
145	25931156	9	发行人	爱读书的小孩	2018年08月14日至 2028年08月13日
146	25931157	7	发行人	爱读书的小孩	2018年08月14日至 2028年08月13日
147	25808124	25	发行人		2018年08月21日至 2028年08月20日
148	25808128	25	发行人		2018年08月21日至 2028年08月20日
149	25808126	25	发行人		2018年11月07日至 2028年11月06日
150	23914038	18	发行人	babyup	2018年07月21日至 2028年07月20日
151	21187125	9	易康丽	喵车事	2017年11月07日至 2027年11月06日
152	21187124	12	易康丽	喵车事	2017年11月07日至 2027年11月06日
153	21187123	16	易康丽	喵车事	2017年11月07日至 2027年11月06日
154	21187122	35	易康丽	喵车事	2017年11月07日至 2027年11月06日

155	21187121	38	易康丽	喵车事	2017年11月07日至 2027年11月06日
156	21187120	41	易康丽	喵车事	2017年11月07日至 2027年11月06日
157	21187119	42	易康丽	喵车事	2017年11月07日至 2027年11月06日
158	21187118	9	易康丽	喵车家	2017年11月07日至 2027年11月06日
159	21187117	12	易康丽	喵车家	2017年11月07日至 2027年11月06日
160	21187116	16	易康丽	喵车家	2017年11月07日至 2027年11月06日
161	21187115	38	易康丽	喵车家	2017年11月07日至 2027年11月06日
162	21187114	41	易康丽	喵车家	2017年11月07日至 2027年11月06日
163	21187113	42	易康丽	喵车家	2017年11月07日至 2027年11月06日
164	20502053	9	易康丽	喵喵车事	2018年06月21日至 2028年06月20日
165	20502052	12	易康丽	喵喵车事	2017年08月21日至 2027年08月20日
166	20502051	35	易康丽	喵喵车事	2017年08月28日至 2027年08月27日
167	20433235	9	易康丽	喵喵买车	2017年10月21日至 2027年10月20日
168	20242775	3	易康丽	喵喵买车	2017年07月28日至 2027年07月27日
169	24093388	41	易康丽		2018年05月07日至 2028年05月06日
170	24093389	35	易康丽		2018年05月07日至 2028年05月06日
171	24093390	12	易康丽		2018年05月07日至 2028年05月06日
172	27824172	12	喵车家	9 有车	2018年12月14日至 2028年12月13日
173	29746666	25	发行人		2019年4月07日至 2029年4月06日
174	29746667	21	发行人		2019年1月21日至 2029年1月20日
175	30191083	35	发行人	美眸流盼	2019年2月07日至 2029年2月06日
176	30191084	9	发行人	美眸流盼	2019年2月07日至 2029年2月06日
177	30191085	35	发行人	美目流盼	2019年2月07日至 2029年2月06日

178	30191086	9	发行人	美目流盼	2019年2月07日至 2029年2月06日
179	27824167	41	喵车家	9 有车	2019年3月07日至 2029年3月06日
180	27824168	39	喵车家	9 有车	2019年4月07日至 2029年4月06日
181	28878192	12	喵车家		2019年02月14日至 2029年2月13日
182	31607436	9	发行人		2019年04月28日至 2029年04月27日
183	24093391	9	易康丽		2019年04月14日至 2029年04月13日
184	27824171	35	喵车家	9 有车	2019年04月28日至 2029年04月27日
185	27824173	9	喵车家	9 有车	2019年04月28日至 2029年04月27日
186	28878164	9	喵车家		2019年05月21日至 2029年05月20日
187	28878176	41	喵车家		2019年05月21日至 2029年05月20日
188	28878169	41	喵车家		2019年05月21日至 2029年05月20日
189	37001915	3	上海贝道	小富瓶	2019年11月07日至 2029年11月06日
190	25594581	3	发行人	梦露	2019年08月21日至 2029年08月20日
191	35104609	16	发行人		2019年09月14日至 2029年09月13日
192	35109698	24	发行人		2019年09月14日至 2029年09月13日
193	35110162	18	发行人		2019年10月07日至 2029年10月06日
194	35113263	20	发行人		2019年10月28日至 2029年10月27日
195	35115041	28	发行人		2019年08月28日至 2029年08月27日
196	35119826	44	发行人		2019年08月28日至 2029年08月27日
197	35122786	27	发行人		2019年09月14日至 2029年09月13日
198	35124678	8	发行人		2019年09月14日至 2029年09月13日
199	35124691	14	发行人		2019年09月07日至 2029年09月06日

200	35127807	26	发行人		2019年08月28日至 2029年08月27日
201	35249509	9	发行人	丽人丽妆	2019年10月21日至 2019年10月20日
202	34049082	9	易康丽		2019年08月28日至 2029年08月27日

截至2019年12月31日，公司在境外共拥有12项商标，具体情况如下：

序号	权利人	申请号/注册号	类号	商标图像	有效期限	注册地
1	发行人	5152290	3,21		2017年02月28日 -2027年02月27日	美国
2	发行人	302972656	3,21		2014年04月23日 -2024年4月22日	香港
3	Tao	5194470	3,8,10,16,17,21,24,25,26	FANTCEN	2017年05月02日 -2027年05月01日	美国
4	Lily Hong Kong	303486330	3,5,8,9,18,20,21,26,30,35,38,42,45	Lily&Beauty	2015年07月28日 -2025年07月27日	香港
5	Lily Hong Kong	303824730	3,9,35	lily beauty	2016年06月30日 -2026年06月29日	香港
6	Lily Hong Kong	303643722	5,8,9,11,18,20,26,30,38,42,45	丽人丽妆	2015年12月29日 -2025年12月28日	香港
7	Lily Hong Kong	303643713	3,5,8,9,11,18,20,21,26,30,35,38,42,45		2015年12月29日 -2025年12月28日	香港
8	Lily Korea	401391132	21		2018年08月27日 -2028年08月27日	韩国
9	Lily Korea	5401517	3	LASSTOKKI	2018年02月13日 -2028年02月12日	美国
10	Lily Korea	5401519	21	LASSTOKKI	2018年02月13日 -2028年02月12日	美国
11	Lily Korea	5417287	3		2018年03月06日 -2028年03月05日	美国
12	Lily Korea	5417288	21		2018年03月06日 -2028年03月05日	美国

2、专利

截至2019年12月31日，公司已获授权的专利共5项，具体如下：

序号	权利人	专利名称	专利类别	专利号	权利期限	申请日
1	丽人丽妆(注)	盒子(化妆刷清洁海绵盘)	外观设计	ZL201830151511.2	10年	2018年4月13日
2	丽人丽妆	指套卸妆棉	实用新型	ZL201620071774.8	10年	2016年1月25日
3	成都丽人丽妆	充电宝(美妆镜)	外观设计	ZL201730524002.5	10年	2017年10月30日
4	成都丽人丽妆	充电宝补光美妆镜	实用新型	ZL201721510066.0	10年	2017年11月13日
5	丽人丽妆	一种一次性铝箔面膜罩	实用新型	ZL201820386551.X	10年	2018年3月21日

注：截至本招股说明书摘要签署日，该项专利状态为“等年费滞纳金”，公司及其境内控股子公司于实际经营中已不再使用该专利，公司决定不再续缴该专利的年费。

3、计算机软件著作权

截至2019年12月31日，公司拥有49项已登记的计算机软件著作权，具体如下：

序号	登记号	名称	权利人	首次发表日期	登记日期
1	2013SR052606	美妆网店仓储管理软件	丽人美妆	未发表	2013年5月31日
2	2012SR109789	梵丽网店运营管理软件	丽人网络	未发表	2012年11月15日
3	2016SR060372	梵丽IMS库存系统管理软件	丽人网络	2015年9月24日	2016年3月23日
4	2016SR060498	梵丽订单系统管理软件	丽人网络	2015年12月17日	2016年3月23日
5	2016SR060501	梵丽采购系统管理软件	丽人网络	2015年12月22日	2016年3月23日
6	2016SR060575	梵丽售后系统管理软件	丽人网络	2015年11月02日	2016年3月23日
7	2016SR066737	梵丽仓储波次系统管理软件	丽人网络	2015年11月23日	2016年4月1日
8	2016SR274920	梵丽店铺管理软件	丽人网络	2015年12月30日	2016年9月26日
9	2016SR274918	梵丽商品管理软件	丽人网络	2015年12月30日	2016年9月26日
10	2016SR274928	梵丽会员管理软件	丽人网络	2015年12月30日	2016年9月26日
11	2016SR272508	梵丽交易管理软件	丽人网络	2015年12月30日	2016年9月23日
12	2017SR057262	梵丽会员标签管理软件	丽人网络	2016年12月31日	2017年2月27日
13	2017SR057250	梵丽电子发票开票软件	丽人网络	2016年12月31日	2017年2月27日
14	2017SR057234	梵丽ios平台熊猫美妆返利软件	丽人网络	2016年12月31日	2017年2月27日
15	2017SR057198	梵丽数据中间件	丽人网络	2016年12月31日	2017年2月27日

		软件			
16	2017SR057709	梵丽 Android 平台熊猫美妆返利软件	丽人网络	2016 年 12 月 31 日	2017 年 2 月 27 日
17	2017SR672785	梵丽返利核销及应收应付预警管理软件	丽人网络	2017 年 9 月 20 日	2017 年 12 月 7 日
18	2017SR708831	梵丽退货退款管理软件	丽人网络	2017 年 9 月 20 日	2017 年 12 月 20 日
19	2018SR044692	梵丽客服话务管理软件	丽人网络	2017 年 11 月 15 日	2018 年 1 月 19 日
20	2018SR109518	梵丽熊猫美妆 H5 商城软件	丽人网络	未发表	2018 年 2 月 12 日
21	2018SR109602	梵丽熊猫美妆 N 元任选软件	丽人网络	未发表	2018 年 2 月 12 日
22	2018SR1085796	丽人丽妆品牌方数据对接 API 系统管理软件	丽人网络	2015 年 10 月 13 日	2018 年 12 月 27 日
23	2018SR1085795	丽人丽妆权限配置系统管理软件	丽人网络	2015 年 9 月 30 日	2018 年 12 月 27 日
24	2018SR1085798	丽人丽妆对接标准 API 系统管理软件	丽人网络	2015 年 10 月 23 日	2018 年 12 月 27 日
25	2018SR1085797	丽人丽妆分销系统管理软件	丽人网络	2015 年 12 月 8 日	2018 年 12 月 27 日
26	2018SR968761	丽人丽妆 DS 智能推广软件	丽人网络	2018 年 9 月 21 日	2018 年 12 月 3 日
27	2018SR880888	丽人丽妆熊猫美妆 block 软件	丽人网络	未发表	2018 年 11 月 5 日
28	2018SR1056371	丽人丽妆熊猫美妆圈圈福利软件	丽人网络	未发表	2018 年 12 月 24 日
29	2018SR880882	丽人丽妆熊猫美妆视频上传软件	丽人网络	未发表	2018 年 11 月 5 日
30	2018SR1056366	丽人丽妆熊猫美妆小程序管理软件	丽人网络	未发表	2018 年 12 月 24 日
31	2018SR724250	丽人丽妆工单软件	丽人网络	2018 年 6 月 27 日	2018 年 9 月 7 日
32	2018SR724256	丽人丽妆客服绩效软件	丽人网络	2018 年 6 月 14 日	2018 年 9 月 7 日
33	2018SR742301	梵丽物流订单管理软件	丽人网络	2017 年 1 月 3 日	2018 年 9 月 13 日
34	2018SR742235	梵丽熊猫美妆产品管理软件	丽人网络	2017 年 1 月 3 日	2018 年 9 月 13 日
35	2018SR742226	梵丽熊猫美妆促销管理软件	丽人网络	2017 年 1 月 3 日	2018 年 9 月 13 日
36	2018SR742298	梵丽营销规则管理软件	丽人网络	2017 年 1 月 3 日	2018 年 9 月 13 日
37	2018SR742219	梵丽营销活动申报软件	丽人网络	2017 年 1 月 3 日	2018 年 9 月 13 日

38	2019SR0448115	丽人丽妆返利营销核实管理软件	丽人网络	2018年7月18日	2019年5月10日
39	2019SR0449800	丽人丽妆退货追踪管理软件	丽人网络	2018年10月12日	2019年5月10日
40	2019SR0447807	丽人丽妆一站式销售管理软件	丽人网络	2018年3月19日	2019年5月9日
41	2019SR1026821	丽人丽妆店铺品牌化运营管理软件	丽人网络	2019年8月21日	2019年10月10日
42	2019SR1270482	丽人丽妆化妆品电商销售管理软件	丽人网络	2019年11月5日	2019年12月03日
43	2019SR1023600	丽人丽妆化妆品销售推广管理软件	丽人网络	2019年8月22日	2019年10月10日
44	2019SR1026225	丽人丽妆客户营销管理软件	丽人网络	2019年8月22日	2019年10月10日
45	2019SR1027153	丽人丽妆美妆小程序销售分析软件	丽人网络	2019年7月19日	2019年10月10日
46	2019SR0851560	丽人丽妆商品库存管理软件	丽人网络	2019年6月28日	2019年8月16日
47	2019SR0851564	丽人丽妆五大消费者洞察软件	丽人网络	2019年6月15日	2019年8月16日
48	2019SR1263697	丽人丽妆新零售大数据分析软件	丽人网络	2019年11月04日	2019年12月03日
49	2019SR1026816	丽人丽妆新零售咨询管理软件	丽人网络	2019年7月19日	2019年10月10日

4、作品著作权

截至2019年12月31日，公司共拥有2项作品著作权，具体如下：

序号	登记号	作品名称	作品类别	著作权人	登记日期	首次发表日期
1	渝作登字-2017-F-00227984	momoup 美甲印花钢板	美术	丽人丽妆	2017年8月3日	2017年7月27日
2	国作登字-2017-F-00386126	momo 熊猫	美术	丽人丽妆	2017年9月11日	2017年1月1日

5、域名

截至2019年12月31日，公司共拥有19项域名，具体情况如下：

序号	域名	注册人	注册时间	到期时间
1	lrlz.com	发行人	2009年11月6日	2023年11月6日
2	lrlz.com.cn	发行人	2007年2月17日	2024年2月17日
3	lrlz.cn	发行人	2007年2月17日	2024年2月17日
4	lrlz.net	发行人	2012年2月2日	2022年2月2日
5	lrlz.org	发行人	2012年2月2日	2022年2月2日

6	i-econnect.com	易康丽	2013年6月30日	2020年6月30日
7	lrlz.com.hk	Lily Hong Kong	2014年11月17日	2020年11月17日
8	miaostory.com	上海喵车家	2017年3月31日	2020年3月31日
9	miaothing.com	上海喵车家	2017年3月31日	2020年3月31日
10	mthings.cn	上海喵车家	2017年3月31日	2020年3月31日
11	5ucars.com	上海喵车家	2017年11月3日	2020年11月3日
12	9ucars.com	上海喵车家	2017年11月3日	2020年11月3日
13	9uche.com	上海喵车家	2017年11月3日	2020年11月3日
14	51mcars.com	上海喵车家	2017年11月3日	2020年11月3日
15	51mcars.xyz	上海喵车家	2017年11月3日	2020年11月4日
16	miaothing.cn	上海喵车家	2018年10月24日	2021年10月24日
17	9uche.cn	上海喵车家	2018年10月24日	2021年10月24日
18	lrlzdfs.com	丽人商贸	2017年8月28日	2023年8月28日
19	xhlrlz.com	上海梵丽	2019年9月25日	2022年9月25日

注：截至本招股说明书摘要签署日，公司于实际经营中已不再使用前述第6项及第8至10项域名，该等域名已到期。

（三）特许经营权情况

截至本招股说明书摘要签署日，公司无特许经营权。

（四）经营资质情况

截至本招股说明书摘要签署日，发行人及子公司拥有的主要经营资质如下：

序号	持有人	证书名称及编号	核发机关	核发日期	有效日期
1	公司	《食品经营许可证》（许可证编号：JY13101170045069）	上海市松江区市场监督管理局	2020年3月12日	至2021年6月27日
2	公司	《对外贸易经营者备案登记表》（备案登记表编号：02222288）	对外贸易经营者备案登记（上海）	2016年11月25日	-
3	公司	《中华人民共和国报关单位注册登记证书》（海关注册编码：3118930891）	中华人民共和国松江海关	2016年12月9日	长期
4	上海贝道	《医疗器械经营许可证》（编号：沪松食药监械经营许20180056号）	上海市松江区市场监督管理局	2018年6月28日	至2023年6月27日
5	上海贝道第一分公司	《医疗器械经营许可证》（编号：沪松食药监械经营许20185002号）	上海市松江区市场监督管理局	2018年10月17日	至2023年10月16日
6	丽人商务	《对外贸易经营者备案登记表》（备案登记表编号：02223588）	对外贸易经营者备案登记（上海）	2016年11月30日	-
7	丽人商务	《中华人民共和国报关单位注册登记证书》（海关注册	中华人民共和国徐汇海	2016年12月7日	长期

		编码：3104941764)	关		
8	丽人商贸	《对外贸易经营者备案登记表》(备案登记表编号：02221641)	对外贸易经营者备案登记(上海)	2017年2月13日	-
9	丽人商贸	《中华人民共和国报关单位注册登记证书》(海关注册编码：3122460AUR)	中华人民共和国外高桥海关	2017年2月27日	长期
10	丽人商贸	《出入境检验检疫报检企业备案表》(备案号码：3100691695)	中华人民共和国上海出入境检验检疫局	2017年2月21日	-

报告期内发行人及其控股子公司持续符合拥有该等资质、许可、认证所需的条件，目前发行人及其控股子公司拥有的主要资质或许可不存在被撤销或取消的重大风险。

除《中华人民共和国报关单位注册登记证书》、《对外贸易经营者备案登记表》及《出入境检验检疫报检企业备案表》为长期有效外，发行人及控股子公司拥有的其他主要资质或许可有效期到期后申请的程序和条件如下：

序号	证书名称	续期条件及程序
1	《食品经营许可证》	<p>根据《食品经营许可管理办法》的相关规定，食品经营许可证发证日期为许可决定作出的日期，有效期为5年；食品经营者需要延续依法取得的食品经营许可证的有效期的，应当在该食品经营许可证有效期届满30个工作日前，向原发证的食品药品监督管理部门提出申请；食品经营者申请延续食品经营许可证，应当提交下列材料：（一）食品经营许可证延续申请书；（二）食品经营许可证正本、副本；（三）与延续食品经营许可证事项有关的其他材料。</p> <p>申请食品经营许可，应当符合下列条件：（一）具有与经营食品品种、数量相适应的食品原料处理和食品加工、销售、贮存等场所，保持该场所环境整洁，并与有毒、有害场所以及其他污染源保持规定的距离；（二）具有与经营食品品种、数量相适应的经营设备或者设施，有相应的消毒、更衣、盥洗、采光、照明、通风、防腐、防尘、防蝇、防鼠、防虫、洗涤以及处理废水、存放垃圾和废弃物的设备或者设施；（三）有专职或者兼职的食品安全管理人员和保证食品安全的规章制度；具有合理的设备布局和工艺流程，防止待加工食品与直接入口食品、原料与成品交叉污染，避免食品接触有毒物、不洁物；法律、法规规定的其他条件。</p>
2	《医疗器械经营许可证》	<p>根据《医疗器械经营监督管理办法》、《医疗器械监督管理条例》的相关规定，《医疗器械经营许可证》有效期为5年；《医疗器械经营许可证》有效期届满需要延续的，医疗器械经营企业应当在有效期届满6个月前，向原发证部门提出《医疗器械经营许可证》延续申请。</p>

		<p>从事医疗器械经营，应当具备以下条件：（一）具有与经营范围和经营规模相适应的质量管理机构或者质量管理人员，质量管理人员应当具有国家认可的相关专业学历或者职称；（二）具有与经营范围和经营规模相适应的经营、贮存场所；（三）具有与经营范围和经营规模相适应的贮存条件，全部委托其他医疗器械经营企业贮存的可以不设立库房；（四）具有与经营的医疗器械相适应的质量管理制度；（五）具备与经营的医疗器械相适应的专业指导、技术培训和售后服务的能力，或者约定由相关机构提供技术支持。从事第三类医疗器械经营的企业还应当具有符合医疗器械经营质量管理要求的计算机信息管理系统，保证经营的产品可追溯。鼓励从事第一类、第二类医疗器械经营的企业建立符合医疗器械经营质量管理要求的计算机信息管理系统。</p>
--	--	--

发行人及其控股子公司拥有的上述主要资质或许可目前均在有效期内，尚未进入续期流程。如发行人及其控股子公司经营无重大变化，且就该等资质或许可提交的复审申请符合相关法律、法规要求，则该等资质或许可不存在不能通过复审的重大风险。

若上述发行人及其控股子公司拥有的主要资质或许可被主管部门取消或到期后无法及时获得更新批复，发行人及其控股子公司将无法正常开展与该等资质或许可相关的业务。由于发行人的主营业务为电商零售业务和品牌营销运营服务，与上述资质或许可相关的业务占公司营业收入比例较小，因此不会对发行人的生产经营造成重大不利影响。

发行人从事相关生产经营已取得全部相关资质、许可、认证，报告期内发行人持续符合拥有该等资质、许可、认证所需的条件，不存在超越许可范围从事生产经营的情形，不存在因此受到行政处罚的法律风险。

六、同业竞争和关联交易情况

（一）同业竞争

1、同业竞争情况的说明

截至本招股说明书摘要签署日，黄韬直接持有公司 37.22% 股权，通过上海丽人间接持有公司 0.13% 的股权，合计持有公司 37.35% 的股权，为公司控股股东，实际控制人。

截至本招股说明书摘要签署日，除公司及控股子公司外，公司控股股东、实

际控制人黄韬及其近亲属直接或间接控制的关联企业如下所示:

序号	企业名称	关联关系	经营范围	主营业务
1	上海丽想	公司实际控制人黄韬持有70%股权并实际控制	投资管理、实业投资、创业投资、投资咨询, 企业管理咨询, 商务信息咨询。[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]	无实际经营业务
2	上海织汉服饰有限公司	公司实际控制人黄韬配偶翁淑华在该公司任执行董事、法定代表人并持股90%	服装服饰、针纺织品、羊毛衫生产、加工、销售, 电子商务(不得从事增值电信、金融业务)。[依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动]	无实际经营业务
3	上海市松江区方松街道禅茶服装店	公司实际控制人黄韬配偶翁淑华设立的个体工商户	服装、饰品、鞋包零售。[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]	服饰销售, 并涉及少量线下化妆品零售
4	上海贝坤贸易有限公司	公司实际控制人黄韬配偶翁淑华在该公司担任法定代表人、执行董事并持股90%	母婴用品、洗涤用品、化妆品、服装服饰、鞋帽、箱包、童车、童床、日用百货、电子产品、针纺织品、皮革制品、数码产品、玩具、家用电器、灯具灯饰、床上用品、汽摩配件、汽车饰品、家具批发零售, 电子商务(不得从事增值电信、金融业务)。[依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动]	无实际经营业务
5	上海织祺服饰有限公司	公司实际控制人黄韬配偶翁淑华持股100%, 公司实际控制人黄韬配偶翁淑华的弟弟翁国杭在该公司任执行董事、法定代表人	服装服饰、针纺织品加工、销售。[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]	无实际经营业务
6	上海花萃集贸易有限公司	公司实际控制人黄韬配偶翁淑华持股90%并担任法定代表人、执行董事、总经理	化妆品、服装、服饰、鞋帽、床上用品、皮革制品、箱包、工艺礼品的批发、零售, 婚庆服务。[企业经营涉及行政许可的, 凭许可证件经营]	无实际经营业务(已吊销)
7	上海圣鑫美容美发有限	公司实际控制人黄韬配偶翁淑华的弟弟翁国杭	理发店、美容店。[涉及行政许可的, 凭许可证	无实际经营业务(已吊销)

	公司	持股100%并担任法定 代表人、执行董事	经营]	
--	----	-------------------------	-----	--

公司与公司控制股东、实际控制人及其近亲属直接或间接控制的其他企业目前不存在同业竞争关系。

2、关于避免同业竞争的承诺

发行人控股股东、实际控制人黄韬于 2019 年 3 月 8 日出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

1、截至本承诺函出具之日，本人未直接或间接从事与发行人存在同业竞争的业务及活动，未直接或间接投资于任何与发行人现有业务存在相同或类似业务的公司、企业或其他经营实体；未经营也没有为他人经营与发行人相同或类似的业务；本人与发行人不存在同业竞争。若发行人认为本人或本人控股或实际控制的公司从事了对发行人业务构成竞争的业务，本人将及时转让或者终止、或促成本人控股或实际控制的公司转让或终止该等业务。若发行人提出受让请求，本人将无条件按公允价格和法定程序将该等业务优先转让、或促成本人控股或实际控制的公司将该等业务优先转让给发行人。

2、本人将会公允地对待各下属企业，并不会利用主要股东的地位或利用通过这种地位获得的信息，作出不利于发行人而有利于其他下属企业的决定或判断；本人不会利用主要股东的地位损害发行人及其中小股东的合法权益。本人将保证合法、合理地运用股东权利，不采取任何限制或影响发行人正常经营的行为。

3、截至本承诺函出具之日，本人或本人控股或实际控制的公司不存在从事与发行人及其所控制的企业相同或相似且构成实质竞争的业务的情形。在今后的任何时间内，本人或本人届时控股或实际控制的公司也不会以任何方式在中国境内外直接或间接参与任何导致或可能导致与发行人主营业务直接或间接产生竞争的业务或活动，亦不生产任何与发行人相同或相似的产品。若发行人今后从事新的业务领域，则本人或本人控股、实际控制的其他公司将不从事与发行人新的业务领域相同或相似的业务活动。

4、本人将严格遵守国家有关法律、法规、规范性文件的规定，不在中国境内或境外，直接或间接从事与发行人及其所控制的企业相同、相似且构成实质竞争的业务，亦不会直接或间接拥有与发行人及其所控制的企业从事相同、相似且

构成实质竞争的业务的其他企业、组织、经济实体的绝对或相对的控制权。

5、本人承诺不为自己或他人谋取属于发行人或其所控制的企业商业机会；若本人或本人控股或实际控制的企业获得的任何商业机会与发行人或其所控制的企业的主营业务或者主营产品相竞争或可能构成竞争，将立即通知发行人，并优先将该商业机会给予发行人或其所控制的企业。如果本人或本人控股或实际控制的企业获得或将来可能获得任何与发行人产生直接或者间接竞争的业务机会，本人将立即通知发行人并尽力促成该等业务机会按照发行人能够接受的合理条款和条件首先提供给发行人。

6、本人将利用其所控制的其他企业、组织、经济实体的控制权，促使该等单位按照同样的标准遵守上述承诺。

7、若违反上述承诺，本人将连带承担相应的法律责任，包括但不限于对由此给发行人及其中小股东造成的全部损失承担赔偿责任。

（二）关联交易

1、关联方

根据《公司法》和《企业会计准则》等相关法律法规规定，截至本招股说明书摘要签署日，公司的关联方及关联方关系如下：

（1）关联自然人

①发行人的控股股东、实际控制人

关联方	与公司关联关系
黄韬	公司董事长、实际控制人，直接及间接持有公司 37.35% 的股份

②发行人董事、监事、高级管理人员

发行人董事、监事、高级管理人员参见本招股说明书摘要“第三节 发行人基本情况”之“七、董事、监事及高级管理人员的情况”。

③其他关联自然人

发行人的其他关联自然人包括上述关联自然人关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶、配偶的父母、兄弟姐妹、子女配偶的父母。

(2) 关联法人

①持有发行人 5% 以上股份的法人股东

关于持有发行人 5% 以上股份的法人股东情况请参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、(二) 持有发行人 5% 以上股份的主要股东”。

②发行人的控股子公司和联营、合营企业

关于发行人的控股子公司和联营、合营企业情况请参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、发行人控股、参股子公司及分公司”。

③控股股东、实际控制人控制的其他企业

关于控股股东、实际控制人控制的其他企业情况请参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、(四) 控股股东、实际控制人控制的其他企业”。

④关联自然人控制的、或担任董事、高级管理人员的，除上市公司及其控股子公司、参股子公司以外的企业

序号	关联方名称	关联关系
1	上海丽承投资管理有限公司	公司董事及高管黄梅持股 95% 并担任执行董事，法定代表人
2	海益得凯欣投资咨询（上海）有限公司	公司董事林林在该公司任高级管理人员
3	China Showyu Health Group Limited (Cayman)	公司董事林林在该公司任董事
4	悦润有限公司 (JOY SONIC LIMITED)	公司董事林林在该公司任董事
5	Q&K International Group Limited	公司董事林林在该公司任董事
6	Alpha Smart Limited	公司董事林林在该公司任董事
7	Glorious Cayman Ltd	公司董事林林在该公司任董事
8	I-Hubb Holdings Limited	公司董事林林持股 100% 并担任董事
9	I-Hubb Fashion Investment Limited	公司董事林林实际控制并担任董事
10	Star Fashion Limited	公司董事林林实际控制并担任董事
11	宁波中哲慕尚控股有限公司	公司董事林林在该公司任董事
12	上海天幂贸易有限公司	公司董事林林实际控制，公司董事林林配偶冯晓天持股 20% 并在该公司担任董事长
13	上海多维度网络科技股份有限公司	公司董事胡伟雄在该公司任董事
14	壹玖壹玖酒类平台科技股份有限公司	公司董事胡伟雄在该公司任董事
15	DA VINCI HOLDINGS LIMITED	公司董事胡伟雄在该公司任董事
16	Milestone Capital Advisors III Limited	公司监事董锋在该公司任高级管理人员

序号	关联方名称	关联关系
17	上海织汉服饰有限公司	公司实际控制人黄韬配偶翁淑华在该公司任执行董事、法定代表人并持股90%
18	上海市松江区方松街道禅茶服装店	公司实际控制人黄韬配偶翁淑华持股100%的个体工商户
19	上海贝坤贸易有限公司	公司实际控制人黄韬配偶翁淑华在该公司担任法定代表人、执行董事并持股90%
20	上海织祺服饰有限公司	公司实际控制人黄韬配偶翁淑华持股100%，公司实际控制人黄韬配偶翁淑华的弟弟翁国杭在该公司任执行董事、法定代表人
21	上海花萃集贸易有限公司（已吊销）	公司实际控制人黄韬配偶翁淑华持股90%并担任法定代表人、执行董事、总经理
22	上海圣鑫美容美发有限公司（已吊销）	公司实际控制人黄韬配偶翁淑华的弟弟翁国杭持股100%并担任法定代表人、执行董事
23	北京美亚学园投资管理有限公司	公司董事林林的配偶冯晓天持股30%并担任法定代表人、执行董事、经理
24	宁波国融金股权投资合伙企业（有限合伙）	公司董事林林的配偶冯晓天持有5.68%份额并实际控制，宁波汇金基石投资管理合伙企业(有限合伙)持有0.37%份额
25	宁波汇金基石投资管理合伙企业（有限合伙）	公司董事林林的配偶冯晓天持有80%份额并实际控制
26	上海庚桑投资管理中心	公司董事林林的配偶冯晓天持股100%并担任法定代表人
27	上海桐熠文化传播有限公司	公司董事林林的配偶冯晓天持股70%
28	北京市东方思维信息技术有限公司	公司董事林林的配偶冯晓天的父亲冯维平持股42%并担任法定代表人、执行董事
29	天津华昌房地产有限公司（已吊销）	公司董事林林的配偶冯晓天的父亲冯维平在该公司任董事
30	英特华投资咨询（上海）有限公司	公司董事林林的弟弟Tao Lin在该公司担任高级管理人员
31	上海丙吉投资咨询有限公司	公司董事林林的弟弟Tao Lin的配偶王禹持股5%并在该公司担任法定代表人及执行董事
32	上海新诚物业管理有限公司	公司高管李爱丽的配偶李健飞在该公司任董事
33	上海市外高桥保税区新发展有限公司	公司高管李爱丽的配偶李健飞在该公司任高级管理人员
34	中船外高桥邮轮供应链（上海）有限公司	公司高管李爱丽的配偶李健飞在该公司任董事
35	戎美（上海）工程有限公司	公司高管李爱丽的配偶李健飞在该公司任董事
36	上海新投国际供应链有限公司	公司高管李爱丽的配偶李健飞在该公司任董事

序号	关联方名称	关联关系
37	上海杰昶材料科技有限公司	公司董事及高管黄梅弟弟黄松在该公司担任执行董事、法定代表人并持股100%
38	昆山杰昶新型材料有限公司	公司董事及高管黄梅弟弟黄松持股50%并担任法定代表人、执行董事、总经理，公司董事及高管黄梅弟弟黄松的配偶徐忠群持股50%
39	IFM Investments Limited	公司独立董事叶茂在该公司担任高级管理人员
40	苏州斯莱克精密设备股份有限公司	公司独立董事叶茂在该公司担任独立董事
41	北京盟天下科技有限公司	公司独立董事叶茂在该公司担任执行董事、法定代表人
42	上海海享商务信息咨询有限公司	公司独立董事叶茂在该公司担任执行董事、经理、法定代表人
43	北京上古新锐房地产经纪股份有限公司	公司独立董事叶茂在该公司担任董事长、法定代表人
44	北京古道投资中心(有限合伙)	公司独立董事叶茂在该企业持有17.86%权益，并担任高级管理人员
45	世纪金榜集团股份有限公司	公司独立董事叶茂在该公司担任独立董事
46	金卡智能集团股份有限公司	公司独立董事李远鹏在该公司任独立董事
47	威富服饰（中国）有限公司	公司独立董事曹炜在该公司担任高级管理人员

上表中，公司控股股东、实际控制人黄韬近亲属直接或间接控制的关联企业的的基本情况如下：

A、上海织汉服饰有限公司

截至本招股说明书摘要签署日，上海织汉服饰有限公司（以下简称“上海织汉”）的基本情况如下：

名称	上海织汉服饰有限公司
统一社会信用代码	91310117324417486T
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
住所	上海市松江区小昆山镇崇南公路435弄104号房G座
法定代表人姓名	翁淑华
注册资本	人民币100万元
股东构成	翁淑华持有90%的股权 王芳仙持有10%的股权
经营范围	服装服饰、针纺织品、羊毛衫生产、加工、销售，电子商务（不得从事增值电信、金融业务）。[依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动]
成立日期	2015年1月15日

登记机关	上海市松江区市场监督管理局
------	---------------

注：上海织汉已于2020年7月6日被上海市松江区市场监督管理局列入经营异常名录。

(a) 上海织汉的设立

2014年12月26日，上海织汉召开股东会并通过决议，同意由翁淑华和宋超出资设立上海织汉，其中，翁淑华为公司的执行董事，宋超为公司的监事。

2015年1月15日，上海织汉在上海市松江区市场监督管理局完成工商注册登记。上海织汉设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（人民币万元）	持股比例
1	翁淑华	51.00	51.00%
2	宋超	49.00	49.00%
	合计	100.00	100.00%

(b) 上海织汉的出资情况、主要成员变更

2016年1月19日，上海织汉召开股东会并通过决议，同意成立新一届股东会，免除原公司监事的职务，选举王芳仙为公司监事，通过公司修改后的章程。同日，上海织汉召开新一届股东会并通过决议，同意宋超将其持有的上海织汉39%的股权转让给翁淑华，将其持有的上海织汉10%的股权转让给王芳仙。

2016年2月1日，上海市松江区市场监督管理局核准了上述变更。

本次变更完成后，上海织汉的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（人民币万元）	持股比例
1	翁淑华	90.00	90.00%
2	王芳仙	10.00	10.00%
	合计	100.00	100.00%

(c) 上海织汉的清算备案

上海织汉于2019年3月26日召开股东会并通过决议，同意上海织汉成立清算组，清算组组长为翁淑华，成员为翁淑华、王芳仙、卜凤芳。

2019年4月26日，上海市松江区市场监督管理局向上海织汉出具《内资公司备案通知书》，准予清算组负责人、清算组成员的备案。

B、上海市松江区方松街道禅茶服装店

截至本招股说明书摘要签署日，上海市松江区方松街道禅茶服装店的基本情

况如下：

名称	上海市松江区方松街道禅茶服装店
注册号	310117601103466
类型	个体工商户
住所	上海市松江区方松街道三新北路900弄866号
经营者姓名	翁淑华
资金数额	人民币2万元
经营范围	服装、饰品、鞋包零售。[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]
成立日期	2017年7月5日
登记机关	上海市松江区市场监督管理局

C、上海贝坤贸易有限公司

截至本招股说明书摘要签署日，上海贝坤贸易有限公司（以下简称“上海贝坤”）的基本情况如下：

名称	上海贝坤贸易有限公司
统一社会信用代码	91310117MA1J14W73H
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
住所	上海市松江区小昆山镇文翔路5016号1035室
法定代表人姓名	翁淑华
注册资本	人民币30万元
股东构成	翁淑华持有90%的股权 王芳仙持有10%的股权
经营范围	母婴用品、洗涤用品、化妆品、服装服饰、鞋帽、箱包、童车、童床、日用百货、电子产品、针纺织品、皮革制品、数码产品、玩具、家用电器、灯具灯饰、床上用品、汽摩配件、汽车饰品、家具批发零售，电子商务（不得从事增值电信、金融业务）。[依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动]
成立日期	2016年2月3日
登记机关	上海市松江区市场监督管理局

上海贝坤的设立

2016年1月18日，上海贝坤召开股东会并通过决议，同意由翁淑华和王芳仙出资设立上海贝坤，其中，翁淑华为公司的执行董事，王芳仙为公司的监事。

2016年2月3日，上海贝坤在上海市松江区市场监督管理局完成工商注册登记。上海贝坤设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（人民币万元）	持股比例
1	翁淑华	27.00	90.00%

序号	股东姓名/名称	出资额（人民币万元）	持股比例
2	王芳仙	3.00	10.00%
	合计	30.00	100.00%

D、上海织祺服饰有限公司

截至本招股说明书摘要签署日，上海织祺服饰有限公司（以下简称“上海织祺”）的基本情况如下：

名称	上海织祺服饰有限公司
统一社会信用代码	91310117MA1J2BTW36
公司类型	有限责任公司（自然人独资）
住所	上海市松江区石湖荡镇新松公路12号30幢-4
法定代表人姓名	翁国杭
注册资本	人民币100万元
股东构成	翁淑华持有100%的股权
经营范围	服装服饰、针纺织品加工、销售。[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]
成立日期	2017年8月9日
登记机关	上海市松江区市场监督管理局

上海织祺的设立

2017年6月27日，上海织祺召开股东会并通过决议，同意由翁淑华出资设立上海织祺，其中，翁国杭为公司的执行董事，王芳仙为公司的监事。

2017年8月9日，上海织祺在上海市松江区市场监督管理局完成工商注册登记。上海织祺设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（人民币万元）	持股比例
1	翁淑华	100.00	100.00%
	合计	100.00	100.00%

E、上海花萃集贸易有限公司

截至本招股说明书摘要签署日，上海花萃集贸易有限公司（以下简称“上海花萃集”）的基本情况如下：

名称	上海花萃集贸易有限公司
经营状态	吊销，未注销
统一社会信用代码	-
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
住所	上海市奉贤区奉城镇南奉公路1478号2号综合楼2120室

法定代表人姓名	翁淑华
注册资本	人民币10万元
股东构成	翁淑华持有90%的股权 翁国杭持有10%的股权
经营范围	化妆品、服装、服饰、鞋帽、床上用品、皮革制品、箱包、工艺礼品的批发、零售，婚庆服务。[企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营]
成立日期	2010年2月2日
登记机关	上海市奉贤区市场监督管理局

(a) 上海花萃集的设立

2010年1月10日，上海花萃集召开股东会并通过决议，同意由翁淑华、翁国杭出资设立上海花萃集，其中，翁淑华为公司的执行董事，翁国杭为公司的监事。

2010年2月2日，上海花萃集在上海市工商管理局奉贤分局完成工商注册登记。上海花萃集设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（人民币万元）	持股比例
1	翁淑华	9.00	90.00%
2	翁国杭	1.00	10.00%
合计		10.00	100.00%

(b) 上海花萃集被吊销营业执照

2016年10月14日，上海市奉贤区市场监督管理局向上海花萃集出具行政处罚决定书（奉市监案处字〔2016〕第260201618365号），因公司成立后无正当理由超过六个月未开业的，或者开业后自行停业连续六个月以上，吊销其营业执照。

F、上海圣鑫美容美发有限公司

截至本招股说明书摘要签署日，上海圣鑫美容美发有限公司（以下简称“上海圣鑫”）的基本情况如下：

名称	上海圣鑫美容美发有限公司
经营状态	已吊销
统一社会信用代码	-
公司类型	有限责任公司（自然人独资）
住所	上海市普陀区兰溪路448号1-3层
法定代表人姓名	翁国杭

注册资本	人民币10万元
股东构成	翁国杭持有100%的股权
经营范围	理发店、美容店。[涉及行政许可的，凭许可证件经营]
成立日期	2007年3月15日
登记机关	上海市普陀区市场监督管理局

(a) 上海圣鑫的设立

2007年2月8日，上海圣鑫集召开股东会并通过决议，同意由翁国杭出资设立上海圣鑫，其中，翁国杭为公司的执行董事兼经理，徐继守为公司的监事。

2007年3月15日，上海圣鑫在上海市普陀区市场监督管理局完成工商注册登记。上海圣鑫设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（人民币万元）	持股比例
1	翁国杭	10.00	100.00%
	合计	10.00	100.00%

(b) 上海圣鑫的清算备案

上海圣鑫于2008年1月8日召开股东会并通过决定，同意上海圣鑫成立清算组，清算组组长为翁国杭，成员为翁国杭、徐继守。

2008年1月16日，上海市工商行政管理局普陀分局向上海圣鑫出具《备案通知书》，准予清算组负责人、清算组成员的备案。

(c) 上海圣鑫被吊销营业执照

2009年12月17日，上海市工商行政管理局普陀分局向上海圣鑫出具行政处罚决定书（沪工商普案处字〔2009〕第070200912554号），因公司未按规定在年检截止日期前申报2007、2008年度年检，并在登记机关责令改正的期限内也未申报年检，且自登记机关年检补检公告发布之日起60日内仍未申报年检，吊销其营业执照。

(5) 其他关联方

关联方名称	与公司关联关系
阿里巴巴集团	公司5%以上股东阿里网络的实际控制人及其控制的企业
上海极梁	报告期内曾经持有公司5%以上股份的股东，上海极梁于2018年9月将持有的公司股权转让给领誉基石、苏州冠鼎、苏州冠新

关联方名称	与公司关联关系
杭州甜颜蜜语科技有限公司	报告期内注销的全资子公司，已于 2019 年 1 月注销
上海丽帆	报告期内曾经的联营企业，公司已于 2018 年 1 月将持有的上海丽帆股权转让给上海发网，仍比照关联方披露
上海联恩	报告期内曾经的联营企业及其子公司，公司已于 2018 年 8 月将持有的上海联恩股权转让给上海极梁
Forest Huang BVI	公司实际控制人黄韬报告期内曾经控制的企业，已分别于 2017 年 1 月和 2019 年 3 月注销
LILY & BEAUTY UK CO., LTD	

上述公司中，报告期内，存在与公司相似、相近、同类业务或存在业务关联，后通过股权转让或注销方式消除关联关系的公司如下：

①杭州甜颜蜜语科技有限公司

报告期内，公司曾持有杭州甜颜蜜语科技有限公司 100% 的股权。公司已于 2019 年 1 月 18 日完成了杭州甜颜蜜语科技有限公司的注销登记手续。杭州甜颜蜜语科技有限公司注销前的基本情况如下：

企业名称	杭州甜颜蜜语科技有限公司
法定代表人	黄韬
成立日期	2014 年 11 月 17 日
注册资本	100 万元
企业住所	杭州市余杭区仓前街道龙潭路 20 号 4 幢 569 室
经营范围	技术研发、技术咨询、技术服务、技术成果转让：计算机软件、网络技术；服务：网页设计，平面设计；设计、发布：国内广告（除新闻媒体及网络广告）。批发、零售：计算机软件、服装服饰、鞋帽、针纺织品、棉纺织品、床上用品、化妆品、数码产品、家居用品、工艺美术品、日用百货、玩具、家用电器、音响设备、汽车配件。（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）
股权结构	公司持有 100% 股权
主营业务	报告期内无实际经营业务

②上海丽帆

上海丽帆的基本情况如下：

企业名称	上海丽帆供应链管理有限公司
法定代表人	梁彬
成立日期	2016 年 4 月 22 日
注册资本	200 万元
企业住所	上海市松江区石湖荡镇闵塔路 1688 号 3 幢 3 层

经营范围	供应链管理，货物运输代理服务，装卸服务（除危险品及专项规定），从事计算机软硬件领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，商务信息咨询，仓储服务（限分支机构经营），食品销售。（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）
股权结构	上海发网供应链管理有限公司持有 70% 股权，梁彬持有 30% 股权
主营业务	仓储物流服务

③上海联恩

上海联恩的基本情况如下：

企业名称	上海联恩贸易发展有限公司
法定代表人	徐良
成立日期	2005 年 6 月 16 日
注册资本	426 万美元
企业住所	上海市奉贤区望园路 1698 弄 28 号 19 幢一层厂房
经营范围	一般项目：机电设备、汽摩配件、机械设备、工艺礼品（文物除外）、母婴用品、体育用品、珠宝首饰（毛钻、裸钻除外）、电子产品、包装材料、日用百货、服装服饰、钟表、皮革制品、鞋帽、化妆品、五金交电、办公用品、文化用品（图书、音像制品除外）、包装材料的批发、网上零售，并提供相关配套服务；机械设备制造加工，室内装饰装潢，会务服务（主办、承办、会展除外），礼仪服务，商务信息咨询，市场营销策划，企业形象策划，设计、制作、代理、发布国内外各类广告，电脑图文设计、制作，网页设计，网站建设，计算机科技、信息科技、互联网科技、电子商务科技领域内技术开发、技术咨询、技术服务。（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	Lian e_Commerce Services Limited 持有 100% 股权
主营业务	主要为化妆品品牌方提供店铺运营、品牌营销推广、客户服务、仓储物流等综合服务的网络零售商

公司全资子公司杭州甜颜蜜语科技有限公司已注销。上海联恩和上海丽帆与公司及其他关联方不存在利益输送。

2、经常性关联交易

报告期内，除公司董事、监事、高级管理人员在公司领取薪酬/津贴外，公司存在的经常性关联交易情况如下：

单位:万元

关联方名称	交易内容	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		交易额	占同类型交易比	交易额	占同类型交易比	交易额	占同类型交易比
上海丽帆	仓储物流服务	2,655.26	7.97%	3,435.90	13.00%	5,445.83	23.93%
阿里巴巴	平台运营服务	16,372.75	80.32%	19,676.51	91.56%	14,305.25	82.17%

巴集团	广告推广服务	39,853.17	58.74%	37,366.92	60.78%	24,808.02	69.67%
	仓储物流服务	10,782.95	32.35%	8,014.83	30.33%	4,688.40	20.60%

注：

1、仓储运输服务同类型交易为公司全部仓储及运输费用，包括销售费用和服务成本中的仓储物流费及代垫仓储物流费；

2、平台运营服务同类型交易为公司为进行平台销售所支付的全部平台运营费用，包括销售费用和服务成本中的平台运营费及代垫平台运营费；

3、广告推广服务同类型交易为公司为进行产品推广所支付的全部广告推广费用，包括销售费用和服务成本中的广告费及代垫广告费。

（1）关键管理人员薪酬

2017年、2018年和2019年，公司向董事、监事、高级管理人员支付薪酬总额分别为721.62万元、1,165.19万元和1,017.83万元。

（2）仓储运输服务

①上海丽帆

2016年初，公司主要采取自有仓与外包仓并行的仓储管理模式。为了更好地集中精力发展公司优势业务，同时提高发货速度和优化用户体验，2016年5月起，公司已基本将仓储业务外包，并与上海发网、心怡科技、汉维仓储、菜鸟供应链等仓储物流服务商开展合作，建立起遍布全国的外包仓库网络。在对仓库业务进行整体外包的过程中，为适当对仓储风险进行防范，保持对仓储物流资源一定的掌控力，稳步实现自有仓至外包仓的转变，公司于2016年4月参股设立上海丽帆（持股25%），由其提供公司部分品牌的仓储物流服务。公司已于2018年1月转让全部所持上海丽帆股权。

公司与上海丽帆发生的仓储物流费用主要系上海丽帆为公司提供货物仓储及其管理、订单处理及分拣、包装材料供应等服务及增值物流服务等所收取的服务费。上海丽帆根据商品体积、包装难易程度、商品重量等因素对不同品牌商品分别进行报价，并与公司签订年度《仓储物流服务合同》。2017年、2018年和2019年，公司与上海丽帆发生的服务费金额分别为5,445.83万元、3,435.90万元和2,655.26万元。

仓储物流费单价受所管理商品的特性（如商品体积、包装难易程度、商品重量等）影响而有所不同。例如洗护类的产品，如洗发水产品体积大、包装较难、重量大，单位仓储物流费相对较高；而彩妆类如口红、粉底液等产品，产品体积

小、包材使用较少、重量小，单位仓储物流费相对较低。

总体而言，公司与上海丽帆及主要非关联仓储物流供应商的单价不存在较大差别。报告期内，上海丽帆与公司之间的关联交易定价公允，不存在对公司或关联方的利益输送。

②阿里巴巴集团

为更好地集中精力发展优势业务，同时提高发货速度和优化用户体验，自2016年5月起公司已基本采用外包仓进行仓储管理及物流配送。同时随着我国电子商务行业的快速发展，仓储快递物流产业获得了高速增长，业内已经形成了一批高度专业化的物流管理公司，菜鸟供应链作为国际知名企业，具备仓储网络遍布全国、配送速度快、库存管理规范等竞争优势，规模增长快速，因此公司选择其为部分店铺提供仓储物流服务，并向其支付仓储物流费用。壹网壹创、宝尊电商等同行业公司亦使用菜鸟供应链为其店铺提供的仓储物流服务。

A、交易金额及变动原因

2017年、2018年和2019年，公司与阿里巴巴集团发生的关联交易中仓储物流费分别为4,688.40万元、8,014.83万元和10,782.95万元。

报告期内，公司与阿里巴巴集团发生的关联交易中仓储物流费用增长较快主要系部分品牌换仓以及菜鸟供应链服务品牌的销量增长较快所致。具体如下：(i) 2016年10月，公司开始与菜鸟供应链开展合作，由其负责欧莱雅少部分产品的仓储管理及物流配送。公司预计巴黎欧莱雅、美宝莲、凡士林、旁氏等品牌销售规模增长较快，而现有部分仓库面积较小，无法满足上述品牌的快速发展。与此同时，菜鸟供应链具备较多优势，如仓储面积及物流覆盖面积大、配送速度快、仓库管理规范。因此公司于2017年下半年将巴黎欧莱雅、美宝莲、凡士林、旁氏集中到菜鸟供应链进行统一管理，并于2018年5月将施华蔻品牌部分产品调整至菜鸟供应链进行管理。(ii) 2018年，美宝莲、凡士林、旁氏品牌电商零售收入分别增长61.24%、213.14%、104.90%，2019年，凡士林、旁氏、相宜本草品牌电商零售收入分别增长118.83%、124.04%、23.45%，随着菜鸟供应链服务品牌销售规模、单量增长以及单价上升，公司向菜鸟供应链支付的仓储物流费相应上升。

B、菜鸟供应链收取仓储物流费系根据统一定价机制确定

店铺首次使用菜鸟供应链时，菜鸟平台会根据不同商品品类自动弹出相应的标准化电子协议，店铺需点击《美妆物流服务协议》，对仓储物流服务收费标准、结算方式等进行选择与确认，阿里巴巴依照协议约定按月从店铺支付宝账户余额进行划扣。

经对比同行业可比公司披露的菜鸟供应链仓储物流费定价政策，菜鸟供应链向公司及同行业可比公司收取仓储物流费的定价机制基本一致，具体如下：

公司名称	同行业可比公司披露的菜鸟供应链仓储物流费定价政策
壹网壹创	结算模式：“按月结算，当月费用于次月扣费，商家需保证各店铺支付宝扣费账号资金充足，确保菜鸟可以及时足额扣款。” 计费模式： “1、仓储服务费：周转天数 60-90 天，3 元/立方/天，周转天数超过 90 天，4 元/立方米/天； 2、订单处理费：2017 年，首 3 件若订单总重量不超过 2KG 为 1.3 元，后续 0.2 元/件；2018：首件 1.45 元,后续 0.22 元/SKU；2019：首件 1.52 元,后续 0.32 元/SKU 3、配送费：2017 年，根据距离远近收费，以江浙沪为例，首重 1KG3.3 元，续重 1 元/KG；2018 年，首重 3.6 元，续重 1.1 元/KG 4、增值服务费：对非销售出库、装卸搬运、代贴条码等根据每件、每立方等计量单位进行收费 5、包材：根据规格大小按个进行收费”。
若羽臣	“商家计费节点以菜鸟系统为准，物流订单在系统中成为‘已出库’状态后，菜鸟按照合同约定的计费重量进行计费，并在订单完成后进行扣费。”
御家汇	服务价格： “仓储服务费：60 天以内免仓储服务费；超过 60 天小于 90 天：3 元/立方/天；超过 90 天：4 元/立方/天； 订单处理费：首件 1.3 元，后续每增加一件 0.2 元； 配送费：根据始发地与目的地不同，首重 3.3-9.0 元，后续增重 1 元/kg； 增值服务：0.2 元-0.5 元/件”。

注：表中内容取自上述公司公开披露信息。

综上所述，菜鸟供应链向公司及同行业可比公司收取仓储物流费的定价政策一致。

C、菜鸟供应链向公司及壹网壹创收取的仓储物流费平均单价不存在较大差别

报告期各期，菜鸟供应链向公司及壹网壹创收取的仓储物流费平均单价对比情况如下：

单位：元/单

公司名称	2019年	2018年	2017年
壹网壹创[注]	8.18	7.86	7.25
丽人丽妆	8.87	7.69	8.11

注1：同行业公司中仅壹网壹创对菜鸟供应链单价进行披露。壹网壹创数据取自其IPO补充法律意见书，为壹网壹创采购第三方仓储物流服务的单价。根据壹网壹创IPO补充法律意见书，“2017年发行人（壹网壹创）将第三方仓储物流供应商从深圳科捷更换成了菜鸟物流，由于菜鸟物流在行业内体量较大、采购快递服务等单位成本较低，带来第三方仓库单均仓配成本出现下降。”

注2：壹网壹创的数据来自其披露的补充法律意见书，2019年为1-6月数据。壹网壹创公开信息未披露2019年全年仓储物流费平均单价。

由上表可知，菜鸟供应链向公司及壹网壹创收取的仓储物流费平均单价比较接近，不存在较大差别。

D、公司整体仓储物流费（包括菜鸟供应链及其他仓储物流供应商）占收入的比例与同行业可比公司不存在较大差别

报告期内，公司与同行业可比公司的整体仓储物流费用占收入的比例如下：

公司名称	2019年	2018年	2017年
若羽臣	5.35%	5.71%	5.12%
跨境通	7.15%	9.43%	13.10%
宝尊电商	3.78%	4.29%	4.28%
壹网壹创	5.59%	6.73%	6.70%
丽人丽妆	6.20%	6.37%	6.63%

注1：丽人丽妆的仓储物流费为销售费用和服务成本中的“仓储物流费用”；壹网壹创的仓储物流费包括销售费用中的“仓配费用”、“仓库租金”和营业成本中的“仓储物流”；若羽臣的仓储物流费为销售费用中的“仓储物流费”；宝尊电商为仓储物流费与总GMV的比例；跨境通的仓储物流费为销售费用中的“仓储费、物流费、运杂费、辅料、打包费”。

注2：壹网壹创和若羽臣的数据来自其披露的招股说明书，宝尊电商、跨境通的数据来自其年度报告。若羽臣2019年为1-9月数据，壹网壹创2019年为1-6月数据。

报告期内，公司仓储物流费占比与壹网壹创较为接近。

综上，公司与同行业可比公司的整体仓储物流费用占收入的比例不存在较大差别。

E、结合发行人采购其它仓储物流供应商的价格分析定价公允性

报告期内，公司向菜鸟供应链及其他主要仓储物流供应商采购的平均单价如下：

单位：元/单

项目	2019年	2018年	2017年
上海发网	11.33	11.48	10.04

心怡科技	11.54	12.76	11.60
上海丽帆	10.36	11.03	9.15
汉维仓储	-	9.47	8.16
申通	9.05	8.06	11.02
菜鸟供应链	8.87	7.69	8.11

菜鸟供应链的仓储物流服务单价较低符合行业情况，壹网壹创的披露文件中有如下描述，“2017年发行人将第三方仓储物流供应商从深圳科捷更换成了菜鸟物流，由于菜鸟物流在行业内体量较大、采购快递服务等单位成本较低，带来第三方仓库平均仓储物流成本出现下降”；御家汇的披露文件中有如下描述“2016年，发行人加大了与菜鸟网络的合作力度，其快递费报价较低，快递物流费单位成本有所下降，故快递费占收入比例下降”。因此，公司与同行业公司向菜鸟供应链支付的平均单价均相对较低。

F、公司单均物流成本与同行业可比公司比较情况

报告期内，公司单均物流成本与同行业可比公司比较如下：

单位：元/单

公司	2019年	2018年	2017年
壹网壹创	8.18	7.86	7.25
丽人丽妆	9.44	10.07	9.79

注：同行业公司中仅壹网壹创对采购第三方仓储物流服务进行披露，壹网壹创数据取自其IPO补充法律意见书，2019年列示数据系2019年1-6月数据，壹网壹创2019年年报中未披露相关数据。

报告期内，公司单均物流成本整体高于壹网壹创，整体保持稳定。根据壹网壹创IPO补充法律意见书，“2017年发行人（壹网壹创）将第三方仓储物流供应商从深圳科捷更换成了菜鸟物流，由于菜鸟物流在行业内体量较大、采购快递服务等单位成本较低，带来第三方仓库单均仓配成本出现下降。2018年、2019年1-6月第三方单均成本出现小幅上升，主要系菜鸟物流小幅提升报价的影响”，可知壹网壹创主要合作的第三方仓储物流服务商系菜鸟供应链。报告期各期，菜鸟供应链向公司收取的仓储物流费平均单价为8.11元/单、7.69元/单及8.87元/单，与壹网壹创相近。公司向其他仓储物流供应商的平均单价高于菜鸟供应链，拉高了公司单均物流成本。

G、菜鸟供应链对公司与其之间的交易公允性出具说明

菜鸟供应链已对公司与其之间的交易公允性出具说明，确认其向所有购买服

务的商户收取的服务费用均系根据菜鸟供应链统一的定价机制确定，菜鸟供应链与丽人丽妆在仓储物流服务及其他交易条件等方面与其他同行业公司一致，定价公允。

菜鸟供应链收取仓储物流费系根据统一定价机制确定，菜鸟供应链向公司及披露菜鸟供应链单价的同行业公司收取的仓储物流费平均单价不存在较大差别，公司整体仓储物流费占收入的比例与同行业可比公司亦不存在较大差别，菜鸟供应链对公司与其之间的交易公允性出具说明。因此，菜鸟供应链与丽人丽妆在仓储物流服务及其他交易条件等方面与其他同行业可比公司一致，定价公允。

(3) 平台运营服务

天猫平台在互联网 B2C 行业市场占有率超过 60%，并呈上升趋势，处于市场显著的领先地位，聚集了海量的消费者群体，其在化妆品品牌电商领域拥有领先地位及优势。此外，天猫平台的正品化经营理念，符合化妆品产品对于正品渠道的特性需求以及公司的原则和定位。因此公司根据自身业务模式、产品类型、竞争优势，自 2010 年设立以来即选择在阿里巴巴集团的天猫平台运营。在天猫平台上运营店铺需要向阿里巴巴集团支付平台服务费、积分系统软件服务费、聚划算佣金等一系列与成交额有关的平台运营费用。珀莱雅、丸美股份等化妆品上市公司，壹网壹创等同行上市公司的电商零售业务 90% 以上也是选择在天猫平台上开展。

①交易金额及变动原因

2017 年、2018 年和 2019 年，公司向阿里巴巴集团支付的平台运营费用分别为 14,305.25 万元、19,676.51 万元和 16,372.75 万元。公司 2018 年向阿里巴巴集团支付的平台运营费用为 19,676.51 万元，相对较高，主要系公司所运营店铺达到保底成交额的家数减少导致平台服务费退回较少所致。

②主要收取政策

平台运营费用的主要收取政策如下：

费用类型	定价机制、定价标准、收取政策	结算方式	说明
平台服	按线上实际成交金额的一定比例实时划扣，扣费比	日常由支付宝	对于未签订保底协议的店铺，根

费用类型	定价机制、定价标准、收取政策	结算方式	说明
服务费	<p>例取决于商品类目，其中丽人丽妆主营的化妆品类目扣费比例为4%。</p> <p>为鼓励入驻商家做大经营规模，天猫平台与部分销量较大且品牌声誉较高的店铺签订保底协议，约定保底成交额、比较费率、优惠费率。在发生每笔销售时，天猫平台按照交易额乘以基础费率（化妆品类目为4%）进行平台服务费的实时划扣，在年底根据全年实际交易额与保底交易额的对比情况，对实时扣款的差额进行补缴或退回。</p>	自动扣缴，年末根据实际成交额由系统进行结算	<p>据网上标准电子化合同《天猫服务协议》、天猫规则网站¹公示的各年度《天猫各类目年费软件服务费一览表》对软件技术服务费进行收取。</p> <p>对于签订保底协议的店铺，根据条款约定的优惠费率、比较费率、保底成交额以及店铺全年实际成交额对软件服务费进行收取。</p> <p>天猫平台服务费的收费政策不存在针对某一家商户的利益输送或特殊利益安排。</p>
积分系统软件服务费	按订单成交金额一定比例划扣每一笔订单的积分系统软件服务费，扣费比例为0.5%	支付宝自动扣缴	根据网上标准电子化合同《天猫服务协议》、《天猫积分通用规则》，各店铺对该部分费用进行支付。
聚划算平台服务费	<p>商家在网页点击确认标准电子化合同后，可按需在任意时段对各个单品或单品组合报名参加聚划算活动。聚划算活动入口对所有天猫入驻商家开放，入驻商家可以查看特定聚划算活动相关的基础费用、封顶费用、实时划扣费率等参数，视自身情况决定是否报名参加。报名后，系统将根据设定的费用规则进行自动扣费。具体收费模式如下：</p> <p>1、“基础收费模式”，即基础技术服务费（简称“基础费用”，下同）、实时划扣软件服务费、封顶软件服务费（简称“封顶费用”，下同）的组合模式，基础费用及封顶费用标准均与天数相关，具体含义如下：</p> <p>1）参聚商家在商品获得审核通过后，需要提前支付一笔基础费用至其绑定支付宝内，在所有商品正式参团时，基础费用将划扣至聚划算帐户并不予退回。</p> <p>2）当开团后累计确认收货交易订单金额根据对应类目技术服务费的费率计算出的技术服务费等于或低于开团时已扣除的基础费用前，系统将不会执行实时划扣技术服务费操作（即系统免收技术服务费）。</p> <p>3）当累计确认收货交易订单金额根据对应技术服务费的费率计算的技术服务费高于开团时已扣除的基础费用后，系统将对超出免扣技术服务费的成交额（免扣技术服务费成交额=基础费用/对应类目技术服务费的费率）部分按照对应类目技术服务费的费率扣取实时划扣技术服务费，直至扣除的基础费用及实时划扣的技术服务费合计达到封顶费用时，系统停止扣费。</p> <p>2、“特殊收费模式”，具体包括两种：</p>	基础收费模式和实时划扣技术服务费的收费模式由支付宝自动扣缴；固定费用收费模式为在开团时从支付宝自动扣缴	根据网上标准电子化合同、《聚划算收费实施细则》 ² 及商家所报名具体业务类型的活动所展现/公示的收费标准，各店铺对该部分费用进行支付

费用类型	定价机制、定价标准、收取政策	结算方式	说明
	1) “实时划扣技术服务费的收费模式”，即免除基础费用的缴纳要求，也不设置封顶费用，仅按照确认收货的成交额及对应类目的技术服务费费率实时划扣技术服务费，且部分业务或者品牌按照对应类目的实时划扣技术服务费的费率的 8 折扣费，具体详见商家报名具体业务类型的活动所展现/公示的收费标准。 2) “固定费用收费模式”，即商家应在获得审核通过后提前支付一笔固定技术服务费（简称“固定费用”）至商家绑定支付宝内，并于开团时由系统划扣至聚划算，开团后系统将不再实时监控确认收货成交额，商家也无需再缴纳实时划扣技术服务费。 3、丽人丽妆主营的化妆品类目扣费比例为 3%。		

③阿里巴巴集团收取平台服务费系根据统一定价机制确定

天猫平台按照统一的定价机制、定价标准向店铺收取平台服务费、积分系统软件服务费、聚划算佣金等平台运营费用，具体收费标准在天猫商家中心、天猫商家营销活动中心和阿里妈妈客服中心等网站中均有明确列示，与同行业可比公司一致，不存在针对公司的特殊政策，不存在对公司的利益输送或特殊利益安排。

除向签订保底协议的店铺收取的平台服务费外，未签订保底协议的店铺收取的平台服务费、积分系统软件服务费、聚划算佣金等均根据天猫平台网上标准电子化合同进行统一定价与结算，由平台系统自动扣缴相关款项，各店铺不存在差异。

经对比同行业可比公司披露的天猫平台运营费定价政策，阿里巴巴集团向公司及同行业可比公司收取平台运营费的定价机制一致。

保底协议主要约定保底成交额、比较费率、优惠费率，系天猫平台统一政策。对于天猫平台而言，为了保持平台交易规模的持续增长及其在 B2C 市场的领先地位，天猫平台与重要品牌客户签订保底协议，设置与店铺成交额挂钩的平台服务费定价方式，以较为优惠的平台服务费率激励品牌销售增长，从而带动平台整体 GMV 增长及流量销售价值最大化。同时，天猫平台以较为优惠的平台服务费率鼓励具有成长潜力及市场影响的品牌入驻，为未来持续增长奠定基础。天猫平台的保底协议，综合考量平台 GMV 增长目标及各入驻品牌自身增长预期，设定合理的保底目标成交额以作为享受优惠费率的前提条件，即兼顾平台增长需要和

品牌达成保底金额的可行性，从而有效达到对品牌的激励作用。因此，天猫平台和各品牌店铺签订保底协议是基于其商业逻辑的，具备合理性。

公司各年度签订的保底协议与天猫平台设立保底协议的商业目标和基本规则一致。报告期各期，各品牌店铺保底目标成交额系公司与天猫平台综合考量平台 GMV 增长目标和品牌增长预期，经商业谈判协商一致的结果；签订保底协议品牌的优惠费率区间基本处于 2.5%-3%，不存在重大变化；2018 年度，签订保底协议品牌的比较费率相对 2017 年度的变动基本在 0.3% 以内，变动较小。报告期内，各品牌保底成交额、优惠费率、比较费率的变动符合商业逻辑，具备合理性，且各年度不存在重大差异。

2019 年度，公司采用多品牌联合保底的形式与天猫平台签订保底协议，优惠费率为 2.5%。经模拟测算，若 2019 年按独立保底协议签订，且优惠费率为 2.5%-3%，则将对公司净利润的影响额为 691.86 万元，占公司 2019 年度扣非后归母净利润的 3.17%。公司上述联合保底协议的签订与公司经营的品类及品牌数量较多相关，且符合天猫平台服务费定价政策设置的商业逻辑及公司品牌店铺的实际运营情况，相关政策及其变更不存在利益输送的情形。

公司与同行业的优惠费率政策及最终实际收取费率不存在重大差异，对公司业绩不存在显著影响，保底协议定价公允，不存在利益输送等情形。

综上所述，阿里巴巴集团向公司及同行业可比公司收取平台运营费的定价政策和费率一致。

④结合阿里巴巴集团向无关联第三方提供同类服务的价格分析定价公允性

同行业可比公司中壹网壹创对平台运营费及主要类型进行单独披露。作为同样主要在天猫平台运营的化妆品电商龙头，壹网壹创与公司业务模式较为接近。由于公司平台运营费由电商零售业务产生，因此本部分平台运营费占比为各类平台运营费与电商零售业务收入的比例。

报告期内，公司向阿里巴巴集团支付的平台运营费占比与壹网壹创的对比如下：

公司名称	2019 年	2019 年 1-6 月	2018 年	2017 年
壹网壹创	-	5.42%	4.71%	3.58%

丽人丽妆	4.42%	6.09%	5.88%	4.54%
------	-------	-------	-------	-------

注：壹网壹创的数据来自其披露的招股说明书。壹网壹创公开信息未披露 2019 年全年向阿里巴巴集团支付的平台运营费。

报告期内，公司实际支付的平台运营费比例分别为 4.54%、5.88% 和 4.42%，比壹网壹创略高。总体而言，公司与壹网壹创的平台运营费占收入的比例较为接近。

平台运营费主要包括平台服务费、积分系统软件服务费和聚划算佣金。公司向阿里巴巴集团支付的平台服务费、积分系统软件服务费、聚划算佣金等平台运营费定价公允，阿里巴巴集团向公司及同行业无关联第三方壹网壹创提供平台运营服务的价格基本一致，定价公允。

⑤ 阿里巴巴集团对公司与其之间的交易公允性出具说明

阿里巴巴集团作为一家在美国纽交所和香港联交所上市的互联网平台公司，内部控制受到严格监管，在其发展过程中，除对零售商业、云计算等核心业务进行重点开拓外，还对在平台上规范运作、具有标杆作用的零售服务商进行投资，希望与这类优质的零售服务商建立长期稳定的合作关系。除公司外，阿里巴巴集团在化妆品零售服务商等领域还投资了宝尊电商、如涵控股，曾经间接投资了杭州悠可。

此外，阿里巴巴集团向公司收取平台运营费的下属交易主体（包括浙江天猫技术有限公司、浙江天猫网络有限公司、杭州阿里妈妈软件服务有限公司、浙江阿里巴巴通信技术有限公司、淘宝（中国）软件有限公司、阿里巴巴（中国）软件有限公司等）已对公司与其之间的交易公允性出具说明，确认其向所有在天猫平台开设店铺或购买服务的商户收取的服务费用均系统一定价机制确定，各交易主体与丽人丽妆在平台运营服务及其他交易条件等方面与同行业其他公司一致，定价公允。

报告期内，公司与阿里巴巴集团发生的经常性关联交易平台运营费用确系业务经营需要，阿里巴巴集团按照行业统一定价机制向公司收取平台运营费用，不存在针对公司的特殊政策及条款，不存在通过利益输送损害公司及股东利益的情形，公司与阿里巴巴在平台运营服务及其他交易条件方面与其他公司一致。

（4）广告推广服务

天猫平台流量分散，竞争激烈，为了更好的推广经营品牌、吸引更多潜在客户，公司必须使用平台上的钻石展位、品销宝、直通车等标准推广工具，相应需要支付广告推广费用。壹网壹创等同行上市公司的电商零售业务每年也需要向天猫平台支付相同类型的广告推广费用。

①交易金额及变动原因

2017年、2018年和2019年，公司向阿里巴巴集团支付的广告推广费用分别为24,808.02万元、37,366.92万元和39,853.17万元。

公司2018年向阿里巴巴集团支付的广告推广费用为37,366.92万元，较2017年增加50.62%，主要系公司合作品牌结构变化、品牌间营销活动竞争加剧、品牌方营销推广计划变化所致，具体如下：(i)公司2018年转出店铺中兰蔻、巴黎欧莱雅的钻直品活动由品牌方对推广账户进行充值，公司负责具体投放策略及执行，无须支付广告推广费用。由于上述店铺2017年销售收入规模较大，随着上述店铺转出，2018年通过公司向阿里巴巴集团支付进行广告推广的店铺占比有所上升，公司向阿里巴巴集团支付的广告推广费相应上升。(ii)公司与阿里巴巴集团之间的广告推广费主要为钻直品活动，相关活动的价格由店铺竞拍决定。随着品牌间营销活动竞争加剧，钻直品的单价上升，公司与阿里巴巴集团之间的广告推广费相应上升。(iii)受部分品牌方的营销推广计划影响，部分品牌的钻直品投入有所上升。

2019年，公司向阿里巴巴集团支付的广告推广费用为39,853.17万元，随公司业务规模扩大而有所上升，较2018年增加2,486.25万元。

②主要收取政策

广告推广费用的主要收取政策如下：

服务费用所涉及活动类型	定价机制、定价标准、收取政策	结算方式	说明
钻石展位	<p>以下两种方式择其一：</p> <p>(1) 按展现收费 (CPM)：按照 CPM 竞价收费，即按照每千次展现收费，点击不收费。价高者优先展现。实际扣费=按照下一名 CPM 结算价格+0.1</p> <p>(2) 按点击收费 (CPC)：按照 CPC 竞价收费，即展现免费，点击收费。点击付费投放模式下将“点击出价”折算成“千次展现的价格”。折算后的 CPM 出</p>	预先在账户充值，自动计算并从账户中扣除	根据网上标准电子化合同《钻石展位广告服务协议》，各店铺按照合同约定在网上进行竞价购买

	价与其他商家进行竞争，价格高的优先展示。		
直通车	按点击收费。由商家对选定搜索关键词进行出价，单次点击实际扣费=下一位的出价×下一名的质量得分/商家的质量得分+0.01	预先在账户充值，自动计算并从账户中扣除	根据网上标准电子化合同《天猫直通车软件服务协议》，各店铺按照合同约定在网上进行竞价购买
品销宝	主要为明星店铺和品牌专区。 明星店铺按展现扣费。如无人竞价，则按流量包的起拍价进行扣费；如有人竞价，则流量包的每个词的出价=下一名出价+0.01； 品牌专区为一次性合同，店铺可自行选择是否签约，签约店铺可买断全年品销宝关键词词包，当年相关关键词词包不再参与品销宝竞价。	预先在账户充值，自动计算并从账户中扣除	明星店铺，根据网上标准电子化合同《品销宝广告服务协议》，各店铺按照合同约定在网上进行竞价购买； 品牌专区，各店铺根据标准天猫合同《品销宝品牌专区广告投放协议》进行费用支付。
超级推荐	主要为以下两种方式择其一： (1) 按展现收费（CPM）：按照 CPM 竞价收费，即按照每千次展现收费，点击不收费。价高者优先展现。实际扣费=按照下一名 CPM 结算价格+0.1 (2) 按点击收费（CPC）：按照 CPC 竞价收费，即展现免费，点击收费。点击付费投放模式下将“点击出价”折算成“千次展现的价格”。折算后的 CPM 出价与其他商家进行竞争，价格高的优先展示。	预先在账户充值，自动计算并从账户中扣除	根据网上标准电子化合同《阿里妈妈超级推荐软件服务协议》，各店铺按照合同约定在网上进行竞价购买
互动城	一次性合同，按互动城展示、互动所涉及的软件服务进行固定收费，店铺自行选择后签约。	活动开始前，通过银行转账向阿里巴巴指定账户支付	各店铺根据所选取服务类型签署标准天猫合同《天猫双十一全球狂欢节“狂欢城”合作协议》、《天猫双十一全球狂欢节“切红包”合作协议》等进行费用支付。

③阿里巴巴集团收取广告推广费系根据统一定价机制确定

天猫平台按照统一的定价机制、定价标准向店铺收取钻石展位、直通车、品销宝等广告推广费用，具体收费标准在天猫商家中心、天猫商家营销活动中心和阿里妈妈客服中心等网站中均有明确列示，与同行业可比公司一致，不存在针对公司的特殊政策，不存在对公司的利益输送或特殊利益安排。

报告期内广告推广费用主要为使用钻石展位、直通车、品销宝等天猫平台提供的标准推广工具进行营销活动产生的服务费，公司根据天猫平台网上标准电子化合同进行统一定价与结算，在阿里妈妈平台中预先充值，根据按展现收费（CPM，即按展现收费，点击不收费）和按点击收费（CPC，即展现免费，点击收费）两种模式在阿里妈妈系统中自动扣费，每千次展现/点击的收费价格由卖家竞价确定，定价政策与同行业可比公司一致。

经对比同行业可比公司披露的天猫平台广告推广费定价政策，阿里巴巴集团向公司及同行业可比公司收取广告推广费的定价机制一致。

综上所述，阿里巴巴集团向公司及同行业可比公司收取广告推广费的定价政策和费率一致。

④结合阿里巴巴集团向无关联第三方提供同类服务的价格分析定价公允性

A、公司向阿里巴巴集团支付的广告推广费占比公允

公司向阿里巴巴集团支付的广告推广费主要按展现或点击收费，每千次展现/点击的收费价格由卖家竞价确定，从阿里妈妈系统中自动扣缴。同行业可比公司中壹网壹创对广告推广费进行单独披露。

公司向阿里巴巴集团支付的广告推广费占比低于壹网壹创主要系经营品牌差异所致，壹网壹创以本土品牌为主，推广投入较高，毛利率较高；公司以国际品牌为主，推广投入较低，毛利率较低。公司和壹网壹创向阿里巴巴集团支付的广告推广费占相应业务收入的比例之间的差异具备合理性。

B、公司整体获客成本公允

报告期内，公司与壹网壹创的获客成本对比如下：

单位：元/个

公司名称	2019年	2018年	2017年
壹网壹创	17.15	15.23	11.12
丽人丽妆	16.55	16.03	15.15

注 1：获客成本=丽人丽妆和壹网壹创支付给阿里巴巴集团的广告推广费/客户数量，壹网壹创公开披露中少量未能详细区分支付对象的部分，按照谨慎原则全部作为支付给阿里巴巴集团的广告推广费。

注 2：壹网壹创的数据来自其披露的招股说明书，2019 年为 1-6 月数据。壹网壹创公开信息未披露 2019 年全年获客成本。

报告期内，公司的获客成本逐年小幅上升，与壹网壹创不存在较大差异。

C、不同品牌获客成本变动合理

获客成本主要受品牌人均销售金额、品牌已有知名度和市场地位、各品类的不同市场培育周期和竞争程度、品牌不同发展阶段的推广策略等因素综合影响，不同品类的产品以及相同产品在不同年份之间会存在一定变化，具有商业合理性。

D、公司主要品牌订单转化率合理

报告期内，公司电商零售业务前十大品牌店铺的订单转化率区间与壹网壹创的比较情况如下：

公司名称	2019年	2018年	2017年
壹网壹创[注 1]	1.20%-4.17%	2.19%-3.81%	2.08%-4.15%
丽人丽妆[注 2]	0.82%-10.97%	1.21%-13.01%	1.16%-14.40%

注 1：上表中，壹网壹创 2019 年度相关品牌的订单转化率系 2019 年 1-6 月数据；

注 2：丽人丽妆主要品牌店铺的订单转化率=客户数量/访客数量，其中，因天猫后台无法拉取 2017 年 7 月之前丽人丽妆运营品牌店铺的访客数量，上表中 2017 年度丽人丽妆主要品牌的订单转化率系 2017 年 7-12 月的数据。

报告期内，公司主要品牌店铺订单转化率整体保持稳定，部分品牌订单转化率与壹网壹创存在一定差异，主要是由于合作品牌的产品品类、品牌定位，以及运营品牌规模效应等方面的经营特征决定的，具备合理性。

(5) 阿里巴巴集团对公司与其之间的交易公允性出具说明

向公司收取广告推广费的阿里巴巴集团下属交易主体（包括浙江天猫技术有限公司、浙江天猫网络有限公司、杭州阿里妈妈软件服务有限公司、浙江阿里巴巴通信技术有限公司、淘宝（中国）软件有限公司、阿里巴巴（中国）软件有限公司等）已对公司与其之间的交易公允性出具说明，确认其向所有在天猫平台开设店铺或购买服务的商户收取的服务费用均系统一定价机制确定，各交易主体与丽人丽妆在广告推广费用、推广活动安排、搜索排序及其他交易条件等方面与同行业其他公司一致，定价公允。

报告期内，公司与阿里巴巴集团发生的经常性关联交易广告推广费确系业务经营需要，阿里巴巴集团按照行业统一定价机制向公司收取广告推广费用，不存在针对公司的特殊政策及条款，不存在通过输送利益损害公司及股东利益的情形，公司与阿里巴巴在广告推广费用、推广活动安排、搜索排序及其他交易条件方面与其他公司一致。

3、偶发性关联交易

(1) 店铺转入

汉高集团于 2016 年将原本授权给上海联恩的“天猫汉高官方旗舰店”重新授权给丽人丽妆运营。由于天猫平台店铺经营主体及店铺所绑定支付宝账户变更

需要一定时间，因此出现由原服务商的支付宝账户代为收取终端消费者的销售货款，扣除相关费用后支付给新服务商的情况。报告期上海联恩为公司代收销售款的具体金额、发生期间、资金归还情况如下：

单位：万元

项目	年份	店铺	期初应收余额	本期代收销售款扣除相关费用	本期归还金额	期末应收余额
上海联恩代丽人丽妆收款	2017年	汉高官方旗舰店	148.19	187.96	336.15	-

(2) 店铺转出

① 泊美化妆品店铺转让

资生堂（中国）有限公司于 2017 年将原本授权给丽人丽妆的“泊美官方旗舰店”重新授权给上海联恩运营。由于店铺转让时，丽人丽妆原先代理商品存在库存，上海联恩向丽人丽妆采购店铺转让涉及商品的库存，转让价格为丽人丽妆的采购成本价格。该部分库存已经于 2017 年 4 月前全部转让完毕，2017 年，转让金额为 82.34 万元。

② 蒂珂化妆品店铺转让

资生堂（中国）有限公司于 2017 年将原本授权给丽人丽妆的“蒂珂官方旗舰店”重新授权给上海联恩运营。由于店铺转让时，丽人丽妆原先代理商品存在库存，上海联恩向丽人丽妆采购店铺转让涉及商品的库存，转让价格为丽人丽妆的采购成本价格。该部分库存已经于 2017 年 4 月前全部转让完毕，2017 年，转让金额为 15.36 万元。

此外，由于天猫平台店铺经营主体及店铺所绑定支付宝账户变更需要一定时间，因此出现由原服务商的支付宝账户代为收取终端消费者的销售货款，扣除相关费用后支付给新服务商的情况。因上述事项，报告期公司为上海联恩代收销售款的具体金额、发生期间、资金归还情况如下：

单位：万元

项目	年份	店铺	期初应付余额	本期代收销售款扣除相关费用	本期归还金额	期末应付余额
丽人丽妆代上	2018年	泊美官方旗舰店	317.40	-	317.40	-
		蒂珂官方旗舰店	55.19	-	55.19	-

海联恩收款		合计	372.59	-	372.59	-
	2017年	泊美官方旗舰店	-	1,209.09	891.69	317.40
		蒂珂官方旗舰店	-	171.03	115.84	55.19
		合计	-	1,380.12	1,007.53	372.59

根据天猫转店流程，一般情况下，在店铺转让过程中的一段时间内会出现代收收款情况，在公司其他店铺转让过程中亦会出现类似情形。针对报告期内存在的因转店而形成的代收收款情况，公司建立了《关店/转店铺流程操作规范》对转店流程进行了规范，该制度建立后在报告期内得到有效执行。

（3）股权出售

2018年9月，公司将持有的上海联恩49%的股权转让予上海极梁，具体参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人设立以来的重大资产重组情况”。

（4）关联方资金拆借

报告期内公司与上海联恩存在一定的资金往来，主要用于解决双方短期的临时性资金需求。公司与上海联恩之间的资金拆借明细具体如下：

单位：万元

拆借方向	拆借金额	发生时间	偿还日期	实际借款期限（天）	是否支付或收取利息	拆借原因
拆出	326.71	2017年1月11日	2017年6月14日偿还50%，2017年6月15日偿还剩余50%	154和155	否	上海联恩境外子公司临时性资金需求
拆出	326.71	2017年9月11日	2018年9月20日偿还40%，2018年9月21日偿还剩余60%	374和375	否	上海联恩境外子公司临时性资金需求
拆入	400.00	2017年9月11日	2018年9月19日	373	否	丽人丽妆临时性资金需求
拆入	800.00	2018年2月27日	2018年3月1日	2	否	丽人丽妆临时性资金需求

注：上表中第1和2项实际拆出金额为50万美元，按照2017年资产负债表日即期汇率6.5342换算为326.71万元人民币。

报告期内公司对关联方资金拆借均履行了内部审议程序，符合相关内控制度及法律法规的规定。公司已针对规范和减少关联方资金往来建立了相关内部控制制度，公司现行内控制度完善并得到了有效地执行。

(5) 关联担保

序号	担保合同编号	担保人	被担保人	债权人	担保债权金额 (万元)	担保期限	担保方式
1	5402181002	黄韬	发行人	招商银行股份有限公司上海虹口体育场支行	10,000	自本担保书生效之日起至《授信协议》项下每笔贷款或其他融资或招商银行股份有限公司债权人受让的应收账款债权的到期日或每笔垫款的垫款日另加三年	连带责任保证
2	5402181002	黄梅	发行人	招商银行股份有限公司上海虹口体育场支行	10,000	自本担保书生效之日起至《授信协议》项下每笔贷款或其他融资或招商银行股份有限公司债权人受让的应收账款债权的到期日或每笔垫款的垫款日另加三年	连带责任保证
3	02272018207701	黄韬	发行人	中国民生银行股份有限公司上海分行	20,000	至主合同债务人履行债务期限届满之日后两年	连带责任保证
4	02272018207702	黄梅	发行人	中国民生银行股份有限公司上海分行	20,000	至主合同债务人履行债务期限届满之日后两年	连带责任保证
5	平银（上海）综字第A42420180904001（额保002）号	黄韬	发行人	平安银行股份有限公司上海分行	10,000	若债权人根据主合同的约定，宣布债务提前到期的，保证期间自主合同生效之日起提前至该债务提前到期日之日后两年，如果主合同项下的债务分期履行，则对每期债务而言，保证期间均为自主合同生效之日起至主合同项下最后一期债务履行期限届满之日后两年	连带责任保证
6	平银（上海）综字第A42420180904001（额保003）号	黄梅	发行人	平安银行股份有限公司上海分行	10,000	若债权人根据主合同的约定，宣布债务提前到期的，保证期间自主合同生效之日起提前至该债务提前到期日之日后两年，如果主合同项下的债务分期履行，则对每期债务而言，保证期间均为自主合同生效之日起至主合同项下最后一期债务履行期限届满之日后两年	连带责任保证

7	(2018)沪银最保字第GS0374号-2	黄韬、 黄梅	发行人	广发银行股份有限公司上海分行	14,900	自主合同债务人履行债务期限届满之日起两年	连带责任保证
8	ZB984920180000013	黄韬	发行人	上海浦东发展银行股份有限公司长宁支行	15,000	按债权人对债务人每笔债权分别计算，自每笔债权合同债务履行届满之日起至该债权合同约定的债务履行期届满之日后两年止	连带责任保证
9	C180928GR3104214	黄韬	发行人	交通银行股份有限公司上海闵行支行	55,000	根据主合同约定的各笔主债务的债务履行期限分别计算，每一笔主债务项下的保证期间为，自该笔债务履行期限届满之日（或债权人垫付款项之日）起，计至全部主合同项下最后到期的主债务的债务履行期限届满之日（或债权人垫付款项之日）后两年止	连带责任保证
10	C180928GR3104213	黄梅	发行人	交通银行股份有限公司上海闵行支行	55,000	根据主合同约定的各笔主债务的债务履行期限分别计算，每一笔主债务项下的保证期间为，自该笔债务履行期限届满之日（或债权人垫付款项之日）起，计至全部主合同项下最后到期的主债务的债务履行期限届满之日（或债权人垫付款项之日）后两年止	连带责任保证
11	23171002138101	黄韬	发行人	中国工商银行股份有限公司上海市松江支行	31,000	若主合同为借款合同，则本合同项下的保证期间为：自主合同项下的借款期限届满之次日起两年；债权人根据主合同之约定宣布借款提前到期的，则保证期间为借款提前到期日之次日起两年	连带责任保证
12	(2017)沪银最保字第0311-2号	黄韬、 黄梅	发行人	广发银行股份有限公司上海分行	15,000	自主合同债务人履行债务期限届满之日起两年	连带责任保证
13	C170914GR3104820	黄梅	发行人	交通银行股份有限公司上海闵行支行	50,000	根据主合同约定的各笔主债务的债务履行期限分别计算，每一笔主债务项下的保证期间为，自该笔债务履行期限届满之日（或债权人垫付款项之日）起，计至全部主合同项下最后到期的主债务的债务履行	连带责任保证

						期限届满之日（或债权人垫付款项之日）后两年止	
14	C170914GR3104824	黄韬	发行人	交通银行股份有限公司上海闵行支行	50,000	根据主合同约定的各笔主债务的债务履行期限分别计算，每一笔主债务项下的保证期间为，自该笔债务履行期限届满之日（或债权人垫付款项之日）起，计至全部主合同项下最后到期的主债务的债务履行期限届满之日（或债权人垫付款项之日）后两年止	连带责任保证
15	02272017206401	黄韬	发行人	中国民生银行股份有限公司上海分行	20,000	本合同生效至主合同约定的主合同债务人履行债务期限届满之日后两年	连带责任保证
16	02272017206402	黄梅	发行人	中国民生银行股份有限公司上海分行	20,000	本合同生效至主合同约定的主合同债务人履行债务期限届满之日后两年	连带责任保证
17	平银（上海）综字第A424201710100001（额保002）号	黄韬	发行人	平安银行股份有限公司上海分行	10,000	若债权人根据主合同的约定，宣布债务提前到期的，保证期间自主合同生效之日起提前至该债务提前到期日之日后两年，如果主合同项下的债务分期履行，则对每期债务而言，保证期间均为自主合同生效之日起至主合同项下最后一期债务履行期限届满之日后两年	连带责任保证
18	平银沪公大额保字20160928第001号	黄韬、翁淑华	发行人	平安银行股份有限公司上海分行	10,000	若债权人根据主合同的约定，宣布债务提前到期的，保证期间自主合同生效之日起提前至该债务提前到期日之日后两年，如果主合同项下的债务分期履行，则对每期债务而言，保证期间均为自主合同生效之日起至主合同项下最后一期债务履行期限届满之日后两年	连带责任保证
19	平银沪公大额保字20160928第002号	黄梅	发行人	平安银行股份有限公司上海分行	10,000	若债权人根据主合同的约定，宣布债务提前到期的，保证期间自主合同生效之日起提前至该债务提前到期日之日后两年，如果主合同项下的债务分期履行，则对每期债务而言，保证期间均为自主合同生	连带责任保证

						效之日起至主合同项下最后一期债务履行期限届满之日后两年	
20	第 022720 162143 03号	黄韬	发行人	中国民生银行股份有限公司上海分行	10,000	本合同生效至主合同约定的主合同债务人履行债务期限届满之日后两年	连带责任保证
21	第 022720 162143 04号	翁淑华	发行人	中国民生银行股份有限公司上海分行	10,000	本合同生效至主合同约定的主合同债务人履行债务期限届满之日后两年	连带责任保证
22	C1610 GR310 1007	黄韬	发行人	交通银行股份有限公司上海闵行支行	10,000	根据主合同约定的各笔主债务的债务履行期限分别计算，每一笔主债务项下的保证期间为，自该笔债务履行期限届满之日（或债权人垫付款项之日）起，计至全部主合同项下最后到期的主债务的债务履行期限届满之日（或债权人垫付款项之日）后两年止	连带责任保证
23	C1610 GR310 1008	黄梅	发行人	交通银行股份有限公司上海闵行支行	10,000	根据主合同约定的各笔主债务的债务履行期限分别计算，每一笔主债务项下的保证期间为，自该笔债务履行期限届满之日（或债权人垫付款项之日）起，计至全部主合同项下最后到期的主债务的债务履行期限届满之日（或债权人垫付款项之日）后两年止	连带责任保证
24	540216 0824	黄韬	发行人	招商银行股份有限公司上海虹口体育场支行	4,000	自本担保书生效之日起至《授信协议》项下每笔贷款或其他融资或招商银行股份有限公司上海虹口体育场支行受让的应收账款债权的到期日或每笔垫款的垫款日另加两年	连带责任保证
25	(2016) 沪银最 保字第 731501 163011 号	黄韬	发行人	中信银行股份有限公司上海分行	12,000	主合同项下债务履行期限届满之日起两年，即自债务人依具体业务合同约定的债务履行期限届满之日起两年	连带责任保证
26	231610 036921 01	黄韬	发行人	中国工商银行股份有限公司上海市松江支行	6,000	若主合同为借款合同，则本合同项下的保证期间为：自主合同项下的借款期限届满之次日起两年；债权人根据主合同之约定宣布借款提前到期的，则保证期间为借款提前到期	连带责任保证

						日之次日起两年	
27	未约定	黄韬	发行人	杭州银行股份有限公司 上海闵行支行	5,000	自主合同债务履行期起始日至履行期届满之日后两年	连带责任保证
28	366201 201900 6-1	黄梅	发行人	中国光大银行 上海松江支行	20,000	自具体授信业务合同或协议约定的受信人履行债务期限届满之日起两年	连带责任保证
29	366201 201900 6-2	黄韬	发行人	中国光大银行 上海松江支行	20,000	自具体授信业务合同或协议约定的受信人履行债务期限届满之日起两年	连带责任保证
30	平银沪 战大额 保字 201909 17第 002号	黄韬	发行人	平安银行股份 有限公司 上海分行	13,000	从本合同生效日起至主合同项下各具体授信的债务履行期限届满之日后三年。	连带责任保证
31	平银沪 战大额 保字 201909 17第 003号	黄梅	发行人	平安银行股份 有限公司 上海分行	13,000	从本合同生效日起至主合同项下各具体授信的债务履行期限届满之日后三年。	连带责任保证
32	(2019)沪银 最保字 第 GS0386 号B	黄韬、 黄梅	发行人	广发银行股份 有限公司 上海分行	14,800	自主合同债务人履行债务期限届满之日起两年	连带责任保证
33	第 022720 192107 01号	黄韬	发行人	中国民生银行 股份有限公司 上海分行	20,000	自主合同债务人履行债务期限届满之日起三年	连带责任保证
34	第 022720 192107 02号	黄梅	发行人	中国民生银行 股份有限公司 上海分行	20,000	自主合同债务人履行债务期限届满之日起三年	连带责任保证

(6) 其他事项

2016年7月，公司为扩展销售渠道，加快存货周转，与阿里巴巴集团下属全资子公司丽人购合作开展丽人购项目，将部分旗下产品交予丽人购寄售。该项目已于2017年1月终止，2017年发生收入6.82万元。

4、关联方往来款项

(1) 应付款项

报告期各期末，公司应付关联方款项情况如下：

单位：万元

关联方名称	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
上海丽帆	1,467.78	679.12	1,483.26
阿里巴巴集团	975.29	1,490.92	1,036.88
合计	2,443.07	2,170.04	2,520.14

报告期各期末，公司应付上海丽帆 1,483.26 万元、679.12 万元和 1,467.78 万元，主要系公司应付上海丽帆的仓储物流服务费。报告期各期末，公司应付阿里巴巴集团 1,036.88 万元、1,490.92 万元和 975.29 万元，系公司应付菜鸟供应链的仓储物流服务费。

(2) 其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款中关联方款项情况如下：

单位：万元

关联方名称	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
上海联恩	-	-	326.71
阿里巴巴集团	4,136.03	979.07	1,764.23
合计	4,136.03	979.07	2,090.94

2019年12月31日，公司应收阿里巴巴集团 4,136.03 万元，系公司天猫平台部分店铺的技术服务费返还款 3,713.93 万元以及公司预付的店铺技术服务年费、店铺保证金 422.10 万元。

2018年12月31日，公司应收阿里巴巴集团 979.07 万元，系公司天猫平台部分店铺的技术服务费返还款 635.76 万元以及公司预付的店铺技术服务年费、店铺保证金 343.31 万元。

2017年12月31日，公司应收阿里巴巴集团 1,764.23 万元，系公司天猫平台部分店铺的技术服务费返还款 1,473.60 万元以及公司预付的店铺技术服务年费、店铺保证金 290.63 万元。

2017年12月31日，公司应收上海联恩 326.71 万元，系关联方资金拆出，资金已于 2018 年 9 月全部收回。

(3) 其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款中关联方款项情况如下：

单位：万元

关联方名称	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
上海联恩	-	-	772.59

2017年12月31日，公司应付上海联恩772.59万元，其中372.59万元系公司于2017年1月1日将泊美、蒂珂官方旗舰店转让给上海联恩，而支付宝账户所有权尚未转移，泊美、蒂珂官方旗舰店2017年度的销售额减去支付宝佣金等费用后应归属上海联恩的账户余额为372.59万元；其余400万元系公司向上海联恩拆入资金的余额。

(4) 预付款项

报告期各期末，公司预付款项中关联方款项情况如下：

单位：万元

关联方名称	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
阿里巴巴集团	2,583.22	1,673.14	1,327.21

2017年末、2018年末和2019年末，公司预付阿里巴巴集团1,327.21万元、1,673.14万元和2,583.22万元，主要系公司因参与天猫平台广告推广而在各店铺广告费账户中预先充值的金额。

5、独立董事对关联交易发表的意见

公司独立董事对报告期与关联方发生的交易进行了认真审核，就该等关联交易的价格公允性和程序完备性发表以下独立意见：公司报告期内存在的关联交易符合公司当时经营业务的发展需要，价格公允，符合交易当时法律、法规的规定以及交易当时公司的相关制度且有利于公司的生产经营及长远发展，未损害公司及其他非关联方的利益，不存在损害中小股东利益的情形。

七、董事、监事及高级管理人员的情况

姓名	职务	性别	出生年份	任期	简要经历	主要兼职（任职）情况	薪酬情况 （万元）	持有公司股份数 （万股）	与公司的其他 利益关系
黄韬	董事长、总经理	男	1973	2019.3-2022.3	曾任教于清华大学，任职于美国通用无线通信有限公司产品总监、上海公司总经理。曾创立飞拓无限并担任飞拓无限执行董事。曾创立北京丽人丽妆并担任董事长。于2010年5月创立丽人有限并担任丽人有限董事长、总经理。现任上海丽人丽妆化妆品股份有限公司董事长、总经理。	上海丽想投资管理有限公司（执行董事）	205.06	13,398.03（直接持股） 48.11（间接持股）	无
黄梅	董事、副总经理	女	1980	2019.3-2022.3	曾任汉理资本高级经理、阿里巴巴高级投资经理、上海宝尊电子商务有限公司财务副总裁。2014年4月至2016年3月任丽人有限董事、副总经理。现担任发行人董事、副总经理。	上海丽承投资管理有限公司（执行董事）、 上海丽想投资管理有限公司（监事）	198.69	3,305.11（间接持股）	无
杜红谱	董事、董事会秘书	男	1969	2019.3-2022.3	曾任华晨集团经理，集团旗下上市公司上海华晨集团股份有限公司（现“上海中华控股股份有限公司”）证券事务代表、金杯汽车股份有限公司董事会秘书、上海汇丽建材股份有限公司董事会秘书、百泰投资集团有限公司董事会秘书兼业务拓展部总经理。现担任发行人董事、董事会秘书。	无	180.03	-	无
林林	董事	男	1972	2019.3-2022.3	曾任摩根士丹利经理、瑞士信贷上海首席代表。目前担任发行人董事以及海益得凯欣投资咨询（上海）有限公司执行合伙人。	海益得凯欣投资咨询（上海）有限公司（主管合伙人）、China Shouyu Health Group Limited (Cayman)（董事）、悦润有限公司（JOY SONIC LIMITED）（董事）、Q&K International Group Limited（董事）、Alpha Smart Limited（董事）、Glorious Cayman Ltd（董事）、I-Hubb Holdings Limited（董事）、I-Hubb Fashion Investment Limited（董事）、Star Fashion Limited（董事）、宁波中哲慕尚控股有限公司（董事）、上海天晷贸易有	-	-	无

						限公司（监事）			
胡伟雄	董事	男	1969	2019.3-2022.3	曾担任雅诗兰黛集团品牌销售总监、法国路威明轩集团化妆品事业部品牌总经理。现担任阿里巴巴集团天猫大快消事业部总经理及发行人董事。	上海多维度网络科技有限公司（董事）、壹玖壹玖酒类平台科技股份有限公司（董事）、DA VINCI HOLDINGS LIMITED（董事）	-	-	无
曹炜	独立董事	男	1973	2019.3-2022.3	曾任汉高粘合剂有限公司上海分公司销售主任、翱拓中国有限公司采购主管、柯达（中国）有限公司华东区重点客户副经理、纽迪西亚营养制品有限公司全国重点客户经理、耐克体育（中国）有限公司大中华区运动生活销售总监、全国服装销售总监。现为威富服饰（中国）有限公司 VANS 中国区总经理，并担任发行人独立董事。	威富服饰（中国）有限公司（VANS 中国区总经理）	6.00	-	无
叶茂	独立董事	男	1976	2019.3-2022.3	曾任尚德太阳能电力有限公司财务总监、上海泰格耀阳广告有限公司首席财务官。现任 21 世纪中国不动产首席财务官以及发行人独立董事。	IFM Investments Limited（首席财务官）、苏州斯莱克精密设备股份有限公司（独立董事）、北京盟天下科技有限公司（执行董事）、上海海享商务信息咨询有限公司（执行董事）、北京上古新锐房地产经纪股份有限公司（董事长）、北京古道投资中心(有限合伙)（高级管理人员）、世纪金榜集团股份有限公司（独立董事）	6.00	-	无
李远鹏	独立董事	男	1977	2019.3-2022.3	曾任复旦大学讲师。现任复旦大学副教授及发行人独立董事。	金卡智能集团股份有限公司（独立董事）	6.00	-	无
汪华	监事会主席、职工代表监事	男	1976	2019.3-2022.3	曾任北京瑞狮广告公司总裁助理、客户群总监、HAVAS 汉威士广告广州分公司创意总监、上海奥美广告有限公司客户群总监。现担任发行人市场部副总裁、监事会主席、职工代表监事。	上海欣榜加塑网络科技有限公司（监事）	225.20	-	无
董锋	监事	男	1978	2019.3-2022.3	曾任普华永道会计师事务所审计经理。目前担任麦顿投资董事总经理及发行人监事。	Milestone Capital Advisors III Limited（董事总经理）	-	-	无
杨宇静	监事	女	1991	2019.5-2022.3	曾任丽人美妆法务助理、丽人商务法务助理。目前担任丽人商务证券事务专员及发行人监事。	无	21.35	-	无

李爱丽	财务总监	女	1973	2019.3-2022.3	曾任上海中远置业有限公司财务经理、杭州世外桃源度假酒店管理有限公司财务总监、上海喜来登由由酒店公司财务总监、上海证大喜马拉雅酒店管理有限公司财务总监、上海证大房地产有限公司财务部总经理、上海联美投资有限公司财务总监。现任发行人财务总监。	无	187.48	-	无
-----	------	---	------	---------------	--	---	--------	---	---

除此之外，公司董事、监事、高级管理人员不存在其他兼职情况。

八、发行人控股股东及其实际控制人的简要情况

截至本招股说明书摘要签署日，黄韬直接持有公司 37.22%的股权，通过上海丽仁间接持有本公司 0.13%股份，合计持有公司 37.35%的股份。黄韬为公司控股股东、实际控制人。

黄韬先生，1973 年出生，中国国籍，无境外永居留权，身份证号为 510113197302****，住所为北京市朝阳区****。1998 年毕业于清华大学自动化专业，获得硕士学位。1998 年 7 月至 2000 年 8 月，任教于清华大学；2000 年 10 月至 2002 年 10 月，担任美国通用无线通信有限公司产品总监、上海公司总经理；2002 年 11 月筹备创立飞拓无限，2003 年 8 月至 2006 年 10 月担任飞拓无限执行董事；2007 年 2 月创立北京丽人丽妆，担任董事长；2010 年 5 月创立丽人有限，2010 年 5 月至 2016 年 3 月担任丽人有限董事长、总经理。2016 年 3 月至今担任上海丽人丽妆化妆品股份有限公司董事长、总经理。

九、财务会计信息和管理层讨论分析

（一）发行人财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
流动资产			
货币资金	871,836,631.10	678,799,664.55	531,311,729.69
交易性金融资产	111,100.00	-	-
应收账款	83,237,069.26	132,522,241.49	79,082,813.93
其他应收款	481,611,934.28	509,780,470.32	288,905,798.87
预付款项	164,436,599.57	97,264,994.88	66,869,476.44
存货	517,265,974.79	579,618,731.08	365,403,699.80
其他流动资产	19,112,535.83	40,521,627.37	75,186,939.74
流动资产合计	2,137,611,844.83	2,038,507,729.69	1,406,760,458.47
非流动资产			
可供出售金融资产	-	2,100,000.00	500,000.00
其他非流动金融资产	21,856,386.43	-	-
长期股权投资	-	4,902,709.55	210,663,740.31
固定资产	4,278,891.29	4,993,110.21	4,759,204.84

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
无形资产	1,641,401.22	2,740,672.55	3,197,714.67
长期待摊费用	3,062,579.84	5,673,114.67	4,292,912.03
递延所得税资产	17,998,267.18	25,882,991.49	11,727,355.61
其他非流动资产	38,455,032.20	18,511,401.33	17,756,325.42
非流动资产合计	87,292,558.16	64,803,999.80	252,897,252.88
资产总计	2,224,904,402.99	2,103,311,729.49	1,659,657,711.35
流动负债			
短期借款	-	17,545,304.20	-
应付票据	68,438,644.00	150,000,000.00	21,848,000.00
应付账款	333,627,163.62	418,601,491.37	288,417,052.14
预收款项	532,728.02	779,639.90	92,907.45
应付职工薪酬	55,846,370.62	65,170,574.40	48,700,487.89
应交税费	129,762,484.26	146,217,141.62	242,107,773.69
其他应付款	55,915,129.64	9,257,720.39	16,218,390.64
流动负债合计	644,122,520.16	807,571,871.88	617,384,611.81
非流动负债			
长期应付款	31,629.15	166,796.40	600,945.11
非流动负债合计	31,629.15	166,796.40	600,945.11
负债合计	644,154,149.31	807,738,668.28	617,985,556.92
股东权益			
股本	360,000,000.00	360,000,000.00	360,000,000.00
资本公积	338,584,856.31	338,584,856.31	338,584,856.31
其他综合收益	3,829,166.75	2,087,413.92	-124,697.91
盈余公积	51,338,356.68	38,965,400.32	20,162,883.61
未分配利润	830,352,539.42	558,479,209.55	324,984,960.04
归属于母公司所有者 权益合计	1,584,104,919.16	1,298,116,880.10	1,043,608,002.05
少数股东权益	-3,354,665.48	-2,543,818.89	-1,935,847.62
股东权益合计	1,580,750,253.68	1,295,573,061.21	1,041,672,154.43
负债及股东权益总计	2,224,904,402.99	2,103,311,729.49	1,659,657,711.35

2、合并利润表

单位：元

项目	2019年度	2018年度	2017年度
一、营业收入	3,874,467,701.99	3,614,812,583.52	3,420,274,076.67
减：营业成本	2,494,694,028.99	2,290,623,265.23	2,216,282,058.04
税金及附加	10,406,131.99	8,612,242.60	22,671,747.51
销售费用	960,759,001.68	942,918,587.08	819,777,211.08
管理费用	88,234,649.02	79,832,984.87	64,223,130.50

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
研发费用	11,023,666.67	22,389,685.50	19,749,836.74
财务(收入)/费用-净额	-4,067,556.81	-5,491,084.71	6,068,819.30
其中：利息费用	826,443.94	1,737,931.39	2,998,688.11
利息收入	-6,141,968.81	-5,206,030.35	-1,734,514.53
加：其他收益	66,203,962.14	12,698,486.72	12,074,803.30
投资收益	5,840,208.47	80,448,902.74	29,936,688.71
其中：对联营企业的投资（损失）/收益	-377,931.68	25,077,448.09	20,983,046.84
公允价值变动收益	13,955,805.52	-	4,189,484.73
信用减值转回	6,142,664.31	-	-
资产减值损失	-38,990,945.20	-23,649,187.75	-26,442,784.83
资产处置损失	-	-	-1,934.81
二、营业利润	366,569,475.69	345,425,104.66	291,257,530.60
加：营业外收入	341,096.93	2,318,220.04	2,990,502.74
减：营业外支出	343,227.83	373,975.92	2,228,199.53
三、利润总额	366,567,344.79	347,369,348.78	292,019,833.81
减：所得税费用	82,084,543.72	95,680,553.83	66,343,635.00
四、净利润	284,482,801.07	251,688,794.95	225,676,198.81
按经营持续性分类			
持续经营净利润	284,482,801.07	251,688,794.95	225,676,198.81
终止经营净亏损	-	-	-
归属于母公司股东的净利润	285,993,647.66	252,296,766.22	227,216,695.11
少数股东损益	-1,510,846.59	-607,971.27	-1,540,496.30
五、其他综合收益	1,741,752.83	2,212,111.83	-1,733,387.25
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	1,741,752.83	2,212,111.83	-1,733,387.25
将重分类进损益的其他综合收益	1,741,752.83	2,212,111.83	-1,733,387.25
权益法下可转损益的其他综合收益	-	159,070.76	-190,934.01
可供出售金融资产公允价值变动	-	-	-35,571.09
外币财务报表折算差额	1,741,752.83	2,053,041.07	-1,506,882.15
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	286,224,553.90	253,900,906.78	223,942,811.56
归属于母公司股东的综合收益总额	287,735,400.49	254,508,878.05	225,483,307.86
归属于少数股东的综合收益总额	-1,510,846.59	-607,971.27	-1,540,496.30
七、每股收益			
基本每股收益(人民币元)	0.81	0.70	0.63

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
稀释每股收益(人民币元)	0.81	0.70	0.63

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 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	4,493,369,962.45	4,174,478,088.08	4,006,137,873.56
收到的税费返还	1,784,611.82	728,486.72	768,803.30
收到其他与经营活动有关的现金	516,756,323.92	396,163,820.67	376,901,001.37
经营活动现金流入小计	5,011,910,898.19	4,571,370,395.47	4,383,807,678.23
购买商品、接受劳务支付的现金	-3,327,199,153.33	-3,553,543,059.90	-3,348,319,502.72
支付给职工以及为职工支付的现金	-246,558,309.83	-251,261,534.63	-214,679,556.28
支付的各项税费	-206,379,027.47	-264,544,768.32	-75,860,134.82
支付其他与经营活动有关的现金	-1,011,295,400.53	-641,424,029.24	-415,490,595.43
经营活动现金流出小计	-4,791,431,891.16	-4,710,773,392.09	-4,054,349,789.25
经营活动产生/(使用)的现金流量净额	220,479,007.03	-139,402,996.62	329,457,888.98
二、投资活动产生的现金流量			
收回投资收到的现金	1,574,000,000.00	3,523,800,000.00	3,352,006,963.02
取得投资收益所收到的现金	6,668,960.57	7,861,856.27	9,484,941.00
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	119,511.69	46,650.00	336,974.00
处置联营公司收回的现金净额	-	288,621,574.22	-
投资活动现金流入小计	1,580,788,472.26	3,820,330,080.49	3,361,828,878.02
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	-26,749,775.73	-7,533,617.01	-4,108,165.85
投资支付的现金	-1,524,000,000.00	-3,573,800,000.00	-3,264,978,235.80
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-10,298,869.94	-
投资活动现金流出小计	-1,550,749,775.73	-3,591,632,486.95	-3,269,086,401.65
投资活动(使用)/产生的现金流量净额	30,038,696.53	228,697,593.54	92,742,476.37
三、筹资活动产生的现金流量			

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
子公司吸收少数股东投资收到的现金	700,000.00	-	-
取得借款收到的现金	157,446,853.82	351,477,315.68	618,204,300.00
收到其他与筹资活动有关的现金	118,080,921.82	13,572,597.99	47,393,172.00
筹资活动现金流入小计	276,227,775.64	365,049,913.67	665,597,472.00
偿还债务支付的现金	-174,992,158.02	-333,932,011.48	-642,994,467.59
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-907,494.96	-1,656,880.37	-3,013,890.34
支付其他与筹资活动有关的现金	-96,167,252.16	-45,000,000.00	-13,572,597.99
筹资活动现金流出小计	-272,066,905.14	-380,588,891.85	-659,580,955.92
筹资活动(使用)/产生的现金流量净额	4,160,870.50	-15,538,978.18	6,016,516.08
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	346,407.99	4,819,860.96	4,389,716.84
五、现金及现金等价物净增加额	255,024,982.05	78,575,479.70	432,606,598.27
加：年初现金及现金等价物余额	626,536,297.90	547,960,818.20	115,354,219.93
六、年末现金及现金等价物余额	881,561,279.95	626,536,297.90	547,960,818.20

4、基本财务指标

财务指标	2019 年 12 月 31 日/2019 年	2018 年 12 月 31 日/2018 年	2017 年 12 月 31 日/2017 年
流动比率	3.32	2.52	2.28
速动比率	2.52	1.81	1.69
资产负债率（母公司）	35.07%	46.58%	49.85%
应收账款周转率（次）	35.48	33.76	57.26
存货周转率（次）	4.35	4.69	5.71
总资产周转率（次）	1.79	1.92	2.34
息税折旧摊销前利润（万元）	37,459.55	35,501.83	30,027.31
利息保障倍数	444.55	200.88	98.38
每股经营活动现金流量（元/股）	0.61	-0.39	0.92
每股净现金流量（元/股）	0.71	0.22	1.20
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权后）占净资产比例	0.10%	0.21%	0.31%

注：上述财务指标的具体计算公式如下：

- 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=总负债/总资产；
- 4、应收账款周转率=主营业务收入/应收账款平均余额；

- 5、存货周转率=营业成本/存货平均余额；
- 6、总资产周转率=主营业务收入/总资产平均余额；
- 7、息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+固定资产折旧+长期待摊费用摊销+无形资产摊销；
- 8、利息保障倍数=(利润总额+利息支出)/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；
- 11、无形资产(扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后)占净资产的比例=无形资产(扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后)/期末净资产。

5、加权平均净资产收益率和每股收益

报告期利润	期间	加权平均净资产收益率	每股收益(元/股)	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	2019年度	20.36%	0.81	0.81
	2018年度	21.54%	0.70	0.70
	2017年度	24.27%	0.63	0.63
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2019年度	16.03%	0.62	0.62
	2018年度	17.46%	0.55	0.55
	2017年度	22.35%	0.57	0.57

注：上述财务信息的具体计算公式如下：

1、加权平均净资产收益率

加权平均净资产收益率=P0/S

$$S=E0+NP\div2+Ei\times Mi\div M0-Ej\times Mj\div M0\pm Ek\times Mk\div M0$$

其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

2、基本每股收益

基本每股收益=P0/S

$$S=S0+S1+Si\times Mi\div M0-Sj\times Mj\div M0-Sk$$

其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 为报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

3、稀释每股收益

稀释每股收益=P1/(S0+S1+Si×Mi÷M0-Sj×Mj÷M0-Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数)

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀

释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

6、非经常性损益

单位：万元

非经常性损益	2019 年度	2018 年度	2017 年度
非流动资产处置损益	-2.74	1.52	24.13
计入当期损益的政府补助	6,620.40	1,431.84	1,454.44
持有交易性金融资产、其他非流动金融资产、可供出售金融资产和以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、其他非流动金融资产和可供出售金融资产取得的投资收益	2,017.39	786.19	1,419.54
处置联营企业的投资收益/(损失)	-	4,750.96	-53.13
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	211.04	-	30.00
除上述各项之外的其他营业外收入及支出净额	2.52	-28.42	-170.72
小计	8,848.62	6,942.09	2,704.25
减：所得税影响数	-2,053.92	-1,726.64	-668.37
减：归属于少数股东的非经常性损益	-	-0.25	-
归属于母公司股东的非经常性损益	6,794.71	5,215.20	2,035.88
扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润	21,804.66	20,014.47	20,685.79

(二) 管理层讨论分析

1、资产构成及变动情况分析

截至 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日和 2019 年 12 月 31 日，公司资产结构如下：

单位：万元

资产	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	87,183.66	39.19%	67,879.97	32.27%	53,131.17	32.01%
交易性金融资产	11.11	0.00%	-	-	-	-
应收账款	8,323.71	3.74%	13,252.22	6.30%	7,908.28	4.77%
其他应收款	48,161.19	21.65%	50,978.05	24.24%	28,890.58	17.41%

资产	2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
预付款项	16,443.66	7.39%	9,726.50	4.62%	6,686.95	4.03%
存货	51,726.60	23.25%	57,961.87	27.56%	36,540.37	22.02%
其他流动资产	1,911.25	0.86%	4,052.16	1.93%	7,518.69	4.53%
流动资产合计	213,761.18	96.08%	203,850.77	96.92%	140,676.05	84.76%
可供出售金融资产	-	-	210.00	0.10%	50.00	0.03%
其他非流动金融资产	2,185.64	0.98%	-	-	-	-
长期股权投资	-	0.00%	490.27	0.23%	21,066.37	12.69%
固定资产	427.89	0.19%	499.31	0.24%	475.92	0.29%
无形资产	164.14	0.07%	274.07	0.13%	319.77	0.19%
长期待摊费用	306.26	0.14%	567.31	0.27%	429.29	0.26%
递延所得税资产	1,799.83	0.81%	2,588.30	1.23%	1,172.74	0.71%
其他非流动资产	3,845.50	1.73%	1,851.14	0.88%	1,775.63	1.07%
非流动资产合计	8,729.26	3.92%	6,480.40	3.08%	25,289.73	15.24%
资产总计	222,490.44	100.00%	210,331.17	100.00%	165,965.77	100.00%

报告期内，公司抓住互联网零售行业快速发展的良好机遇，经营规模迅速扩张，公司资产规模稳步增长，报告期各期末，公司资产总额分别为 165,965.77 万元、210,331.17 万元和 222,490.44 万元，呈现稳步上升趋势。

公司资产构成以流动资产为主，符合公司的业务模式及网络零售行业的经营特点。由于公司不具体进行产品的生产和研发，而主要从事电商零售业务和品牌营销运营服务，公司对机器设备、土地、厂房等固定资产和无形资产的依赖程度较低，目前经营用房主要通过租赁方式获得。2018 年 12 月 31 日，公司流动资产占比较 2017 年末上升 12.16%，主要系当期公司转让了所持参股子公司上海联恩的全部股权，长期股权投资余额减少所致。

2、负债构成及变动情况分析

报告期各期末，公司负债构成及其变化情况如下：

单位：万元

负债	2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	-	-	1,754.53	2.17%	-	-
应付票据	6,843.86	10.62%	15,000.00	18.57%	2,184.80	3.54%
应付账款	33,362.72	51.79%	41,860.15	51.82%	28,841.71	46.67%

负 债	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
预收款项	53.27	0.08%	77.96	0.10%	9.29	0.02%
应付职工薪酬	5,584.64	8.67%	6,517.06	8.07%	4,870.05	7.88%
应交税费	12,976.25	20.14%	14,621.71	18.10%	24,210.78	39.18%
其他应付款	5,591.51	8.68%	925.77	1.15%	1,621.84	2.62%
流动负债合计	64,412.25	100.00%	80,757.19	99.98%	61,738.46	99.90%
长期应付款	3.16	0.00%	16.68	0.02%	60.09	0.10%
非流动负债合计	3.16	0.00%	16.68	0.02%	60.09	0.10%
负债合计	64,415.41	100.00%	80,773.87	100.00%	61,798.56	100.00%

2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日和 2019 年 12 月 31 日，公司负债总额分别为 61,798.56 万元、80,773.87 万元和 64,415.41 万元。公司的负债结构以流动负债为主，流动负债主要由应付票据、应付账款、应付职工薪酬、应交税费和其他应付款等构成。

3、偿债能力分析

报告期内，公司偿债能力指标如下：

指标	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度	2018 年 12 月 31 日 /2018 年度	2017 年 12 月 31 日 /2017 年度
流动比率（倍）	3.32	2.52	2.28
速动比率（倍）	2.52	1.81	1.69
资产负债率（母公司）	35.07%	46.58%	49.85%
息税折旧摊销前利润 （万元）	37,459.55	35,501.83	30,027.31
利息保障倍数	444.55	200.88	98.38

注：

1、息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+固定资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销

2、利息保障倍数=（税前利润+利息支出）/利息支出

从总体上看，公司资产负债率较低、偿债能力良好，营运资金能够满足清偿到期债务的需求，因债务压力引起的财务风险较小，且公司利息保障倍数及息税折旧摊销前利润保持在较高水平，资产流动性以及短期偿债能力较强，公司面临的流动性风险较低。

4、资产经营效率分析

报告期内，公司资产经营效率指标如下：

财务指标	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款周转率（次）	35.48	33.76	57.26
存货周转率（次）	4.35	4.69	5.71
总资产周转率（次）	1.79	1.92	2.34

2017 年度、2018 年度和 2019 年度，公司应收账款周转率分别为 57.26 次、33.76 次和 35.48 次。报告期内，公司主营业务为电商零售业务、品牌营销运营服务，电商零售业务中消费者在电子商务平台下达订单并通过第三方支付软件支付货款，因此电商零售业务不产生应收账款，应收账款主要为应收品牌方营销运营服务收入，品牌方支付相关款项有一定账期，报告期各期末，公司应收账款账面余额分别为 7,908.28 万元、13,504.86 万元及 8,334.42 万元，与对应业务当期收入规模匹配。公司服务的化妆品品牌方一般为国内外知名化妆品公司，品牌方信用状况良好。2018 年度的应收账款周转率有所下降，主要原因为公司业务规模持续扩大，品牌营销运营服务业务规模及收入占比增加，导致公司应收账款增加，应收账款周转率有所下降。2019 年度应收账款周转率较 2018 年度保持平稳。

2017 年度、2018 年度和 2019 年度，公司存货周转率分别为 5.71 次、4.69 次和 4.35 次。公司 2018 年度的存货周转率较上年度有所下降，其主要原因为公司为适应业务发展需要，应对“双十一”、“年货节”等重要促销活动，采购了较多存货，库存商品采购金额有所上升，导致 2018 年末存货金额增长，存货周转率有所下降。2019 年度存货周转率较 2018 年度保持平稳。

公司非常注重提高资产的运营效率，2017 年度、2018 年度和 2019 年度，公司总资产周转率分别为 2.34 次、1.92 次和 1.79 次，总资产增长率有所下降，主要系报告期内公司总资产增速快于营业收入增速所致。

5、盈利能力分析

（1）经营业绩情况

报告期内，公司经营业绩如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、营业收入	387,446.77	361,481.26	342,027.41
减：营业成本	249,469.40	229,062.33	221,628.21
税金及附加	1,040.61	861.22	2,267.17

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售费用	96,075.90	94,291.86	81,977.72
管理费用	8,823.46	7,983.30	6,422.31
研发费用	1,102.37	2,238.97	1,974.98
财务（收入）/费用-净额	-406.76	-549.11	606.88
其中：利息费用	82.64	173.79	299.87
利息收入	-614.20	-520.60	-173.45
加：其他收益	6,620.40	1,269.85	1,207.48
投资收益	584.02	8,044.89	2,993.67
其中：对联营企业的投资（损失）/收益	-37.79	2,507.74	2,098.30
公允价值变动收益	1,395.58	-	-
信用减值转回	614.27	-	-
资产减值损失	-3,899.09	-2,364.92	-2,644.28
资产处置损失	-	-	-0.19
二、营业利润	36,656.95	34,542.51	29,125.75
加：营业外收入	34.11	231.82	299.05
减：营业外支出	34.32	37.40	222.82
三、利润总额	36,656.73	34,736.93	29,201.98
减：所得税费用	8,208.45	9,568.06	6,634.36
四、净利润	28,448.28	25,168.88	22,567.62
归属于母公司股东的净利润	28,599.36	25,229.68	22,721.67
少数股东损益	-151.08	-60.80	-154.05

（2）营业收入构成及变动

①营业收入构成情况

报告期内，公司营业收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电商零售业务	370,008.30	95.50%	334,565.46	92.55%	315,372.12	92.21%
品牌营销运营服务	13,152.47	3.39%	22,959.09	6.35%	16,831.15	4.92%
其他	4,286.01	1.11%	3,956.71	1.09%	9,824.14	2.87%
合计	387,446.77	100.00%	361,481.26	100.00%	342,027.41	100.00%

报告期内，公司主要从事电商零售业务和品牌营销运营服务。其中，电商零售业务是公司的核心业务，构成公司主要收入来源。

②毛利构成分析

报告期内，公司毛利构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
电商零售业务	130,298.30	94.43%	120,912.88	91.31%	108,647.67	90.24%
品牌营销运营服务	7,504.03	5.44%	11,110.41	8.39%	10,041.74	8.34%
其他	175.05	0.13%	395.64	0.30%	1,709.79	1.42%
合计	137,977.37	100.00%	132,418.93	100.00%	120,399.20	100.00%

受益于公司业务规模扩大，公司营业毛利持续增长。2017 年度、2018 年度和 2019 年度，公司营业毛利分别为 120,399.20 万元、132,418.93 万元和 137,977.37 万元。报告期内，公司电商零售业务毛利是公司毛利的主要来源，占比超过 90%，品牌营销运营服务和其他业务毛利占综合毛利比重较低。

6、现金流量分析

报告期内，公司经营活动、投资活动和筹资活动的现金流量如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动现金流入小计	501,191.09	457,137.04	438,380.77
经营活动现金流出小计	-479,143.19	-471,077.34	-405,434.98
经营活动产生/(使用)的现金流量净额	22,047.90	-13,940.30	32,945.79
投资活动现金流入小计	158,078.85	382,033.01	336,182.89
投资活动现金流出小计	-155,074.98	-359,163.25	-326,908.64
投资活动(使用)/产生的现金流量净额	3,003.87	22,869.76	9,274.25
筹资活动现金流入小计	27,622.78	36,504.99	66,559.75
筹资活动现金流出小计	-27,206.69	-38,058.89	-65,958.10
筹资活动(使用)/产生的现金流量净额	416.09	-1,553.90	601.65
汇率变动对现金及现金等价物的影响	34.64	481.99	438.97
现金及现金等价物净增加额	25,502.50	7,857.55	43,260.66
加：期/年初现金及现金等价物余额	62,653.63	54,796.08	11,535.42
期/年末现金及现金等价物余额	88,156.13	62,653.63	54,796.08

(1) 经营活动现金流量

报告期内，公司经营活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
----	---------	---------	---------

项 目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	449,337.00	417,447.81	400,613.79
营业收入	387,446.77	361,481.26	342,027.41
比 例	115.97%	115.48%	117.13%
购买商品、接受劳务支出的现金	332,719.92	355,354.31	334,831.95
营业成本	249,469.40	229,062.33	221,628.21
比 例	133.37%	155.13%	151.08%
经营活动产生的现金流量净额	22,047.90	-13,940.30	32,945.79
净利润	28,448.28	25,168.88	22,567.62

报告期内公司销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例与购买商品、接受劳务支出的现金占营业成本的比例基本保持稳定。

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额具体形成情况如下：

单位：万元

项 目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
合并净利润	28,448.28	25,168.88	22,567.62
加：资产减值损失	3,899.09	2,364.92	2,644.28
信用减值转回	-614.27	-	-
固定资产折旧	238.23	259.42	251.02
无形资产摊销	132.72	130.60	124.86
长期待摊费用摊销	349.22	201.08	149.58
处置固定资产损失/（收益）	2.74	-1.52	-24.13
公允价值变动收益	-1,395.58	-	-418.95
财务费用/（收入）	48.00	-308.19	-42.64
投资收益	-584.02	-8,044.89	-2,993.67
递延所得税资产减少/（增加）	828.09	-1,415.56	-423.85
存货的减少/增加	2,777.55	-23,216.67	-106.26
经营性应收项目减少/（增加）	2,574.38	-26,539.75	-8,003.62
经营性应付项目（减少）/增加	-14,656.54	17,461.39	19,221.54
经营活动产生/（使用）的现金流量净额	22,047.90	-13,940.30	32,945.79

报告期内，2017 年及 2018 年，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润差异较大，主要原因为 2018 年度公司缴纳了 1.66 亿元归属于 2017 年度的应交税金。

（2）投资活动现金流量

2017 年度、2018 年度和 2019 年度，公司投资活动产生的现金流量净额分别

为 9,274.25 万元、22,869.76 万元和 3,003.87 万元，主要系报告期内公司购买和赎回理财产品以及投资所致。

（3）筹资活动现金流量

2017 年度、2018 年度和 2019 年度，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 601.65 万元、-1,553.90 万元和 416.09 万元，主要系各期公司存入受限资金或该等资金解除限制。

（三）股利分配政策

1、发行人的股利分配政策

（1）发行人近三年股利分配政策

根据现行《公司章程》的相关规定，本公司的利润分配政策如下：

①公司税后利润时，应当提取利润的 10% 列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

②公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

③公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后二个月内完成股利（或股份）的派发事项。

④公司可以采取现金或者股票方式分配股利。

（2）发行后的股利分配政策

根据《公司章程（草案）》和《首次公开发行股票并上市后未来三年分红回报规划》，公司发行上市后的利润分配政策如下：

①利润分配原则

公司董事会根据以下原则制定利润分配的具体规划和计划安排：

- 1) 应重视对投资者的合理投资回报，不损害投资者的合法权益；
- 2) 保持利润分配政策的连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远和可持续发展；
- 3) 优先采用现金分红的利润分配方式；
- 4) 充分听取和考虑中小股东的要求；
- 5) 充分考虑货币政策环境。

②利润分配形式

公司采取现金、股票或者现金、股票相结合的方式分配股利。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。具备现金分红条件的，公司应当采用现金分红进行利润分配。

③现金分红的具体条件和比例

公司在弥补亏损（如有）、提取法定公积金、提取任意公积金（如需）后，除特殊情况外，在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，公司每年度至少进行一次利润分配，采取的利润分配方式中必须含有现金分配方式。公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 20%，在公司上半年经营活动产生的现金流量净额高于当期实现的净利润时，公司可以进行中期现金分红。

其中“特殊情况”是指下列情况之一：

- 1) 公司未来 12 个月内拟对外投资、购买资产等交易累计支出达到或超过公

司最近一期经审计净资产的 20%，且超过 5,000 万元(募集资金投资的项目除外)；

- 2) 审计机构对公司当年度财务报告出具非标准无保留意见的审计报告；
- 3) 分红年度资产负债率超过 70% 或者经营净现金流量为负数。
- 4) 公司股东大会审议通过确认的其他特殊情况。

④ 公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，提出具体现金分红政策

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%。

4) 公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

其中“重大资金支出安排”是指公司在一年内购买资产以及对外投资等交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产 30% 以上(包括 30%)的事项。根据公司章程规定，重大资金支出安排应经董事会审议后，提交股东大会表决通过。

⑤ 公司在经营情况良好，并且董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配预案，并提交股东大会审议。

⑥ 公司利润分配方案的审议程序

公司的利润分配方案由管理层根据公司的实际盈利情况、现金流量状况和未来的经营计划等因素拟定后提交公司董事会审议，董事会就利润分配方案的合理性进行充分讨论，独立董事应当发表明确意见。利润分配方案经董事会审议后提交股东大会审议。

公司在制定具体现金分红方案时，董事会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。

公司股东大会对利润分配方案进行审议前，公司将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，充分听取中小股东的意见和诉求，除安排在股东大会上听取股东的意见外，还通过股东热线电话、投资者关系互动平台等方式主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，及时答复中小股东关心的问题，并在股东大会召开时为股东提供网络投票方式。

公司因前述第3项规定的特殊情况而不进行现金分红时，董事会就不进行现金分红的具体原因、公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议，并在年度报告和公司指定媒体上予以披露。公司当年利润分配方案应当经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。

⑦公司的利润分配政策不得随意改变。如现行政策与公司生产经营情况、投资规划和长期发展的需要确实发生冲突的，可以调整利润分配政策。调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和公司股票上市的证券交易所的有关规定。

利润分配政策的调整方案由董事会拟定，并需事先征求独立董事的意见。在审议公司有关调整利润分配政策、具体规划和计划的议案的董事会会议上，需经公司二分之一以上独立董事同意，方可提交公司股东大会审议。监事会应当对董事会拟订的利润分配政策调整方案出具书面审核报告，与董事会拟订的利润分配政策一并提交股东大会批准，并经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。调整利润分配政策议案中如减少每年现金分红比例的，该议公司如调整利润分配政策、具体规划和计划，应充分听取独立董事、外部监事和公众投资者意见。公司应安排通过证券交易所交易系统、互联网投票系统等网络投票方式为社会公众股东参加股东大会提供便利。公司独立董事可在股东大会召开前向公司社会公众股股东征集其在股东大会上的投票权，独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的二分之一以上同意。

2、发行人近三年股利分配情况

报告期内公司业务高速发展，对资金有较高的需求，因此公司未实施股利分配。

3、本次发行完成前滚存利润的分配安排

根据公司 2018 年度第三次临时股东大会决议，公司本次公开发行股票前滚存的未分配利润由发行完成后的新老股东按持股比例共享。

（四）控股子公司情况

1、全资子公司

（1）丽人丽妆（上海）电子商务有限公司

企业名称：	丽人丽妆（上海）电子商务有限公司
法定代表人：	黄韬
成立日期：	2014 年 12 月 2 日
注册资本：	18,404.9864 万元
企业住所：	上海市徐汇区番禺路 876 号
经营范围：	电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务），计算机信息技术领域内的技术开发、技术咨询、技术服务与技术转让，市场营销策划，商务信息咨询，电脑图文设计、制作，企业形象策划，化妆品的批发，从事货物及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

丽人丽妆（上海）电子商务有限公司最近一年经审计的财务数据如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	53,552.84
净资产	44,888.40
营业收入	64,039.58
净利润	8,641.36

（2）成都丽人丽妆化妆品有限公司

企业名称：	成都丽人丽妆化妆品有限公司
法定代表人：	汪洁
成立日期：	2010 年 12 月 10 日
注册资本：	50 万元
企业住所：	成都市高新区九兴大道 14 号 4 栋 1 单元 6 楼 601 号

经营范围:	销售化妆品、日用品、机械设备、计算机软硬件、服装、电子产品、针纺织品、办公用品、通讯器材（不含无线电广播电视发射设备和卫星地面接收设备）、装饰材料（不含危险化学品）、五金交电、工艺品（不含金银制品及文物）、建筑材料（不含危险化学品）、金属材料（不含稀贵金属）、化工原料及产品（不含危险化学品）；设计、制作、发布、代理国内各类广告（不含气球广告）；商务信息咨询（不含投资咨询）；信息技术咨询；网上贸易代理；市场营销策划；（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）。
-------	--

都丽人丽妆化妆品有限公司最近一年经审计的财务数据如下：

单位：万元

项目	2019年12月31日/2019年度
总资产	249.78
净资产	123.70
营业收入	518.87
净利润	18.85

(3) 上海易康丽广告有限公司

企业名称:	上海易康丽广告有限公司
法定代表人:	黄韬
成立日期:	2012年9月10日
注册资本:	3,000万元
企业住所:	上海市松江区中创路68号22幢701室-9
经营范围:	设计、制作、代理、发布各类广告，图文设计制作（除网页），会务服务，展览展示服务，企业形象策划，企业营销策划，企业管理咨询，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），投资咨询（除经纪），从事信息科技领域内技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务），汽车、汽车配件、汽车饰品、化妆品销售。（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）

上海易康丽广告有限公司最近一年经审计的财务数据如下：

单位：万元

项目	2019年12月31日/2019年度
总资产	8,300.61
净资产	347.74
营业收入	3,624.18
净利润	590.95

(4) 上海丽人美妆电子商务有限公司

企业名称:	上海丽人美妆电子商务有限公司
法定代表人:	黄韬
成立日期:	2012年4月19日
注册资本:	100万元

企业住所:	上海市松江区永丰街道玉树路 269 号 5 号楼 34154 室
经营范围:	电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务）；电脑图文设计制作（除网页），设计制作各类广告，商务信息咨询，从事计算机领域内的技术咨询和技术服务，化妆品、日用品、机械设备、五金交电、计算机软硬件（除计算机信息系统安全专用产品）、电子产品、服装、针纺织品、文具用品、体育用品、工艺礼品、建筑装潢材料（除危险品）、化工原料及产品（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）、玩具、箱包批发零售。（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）

上海丽人美妆电子商务有限公司最近一年经审计的财务数据如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	18,607.56
净资产	2,177.22
营业收入	16,923.44
净利润	1,910.43

(5) 上海丽人丽妆网络科技有限公司

企业名称:	上海丽人丽妆网络科技有限公司
法定代表人:	黄韬
成立日期:	2012 年 8 月 27 日
注册资本:	100 万元
企业住所:	上海市松江区永丰街道玉树路 269 号 5 号楼 32502 室
经营范围:	从事网络技术、信息技术、电子科技领域内的技术开发、技术转让、技术服务、技术咨询；计算机软件的开发销售；电脑图文设计、制作，创意服务；电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务），设计、制作、代理、发布各类广告；企业管理咨询、商务信息咨询、市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验）；化妆品、服装服饰、鞋、针纺织品、皮革制品、羽绒制品、箱包、玩具、饰品的批发零售。（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）

上海丽人丽妆网络科技有限公司最近一年经审计的财务数据如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	17,004.86
净资产	8,443.43
营业收入	18,958.02
净利润	3,241.20

(6) Lily & Beauty (Hong Kong) Limited

企业名称:	Lily & Beauty (Hong Kong) Limited
现任董事:	黄韬

成立日期:	2014年8月15日
注册资本:	10,000港币、10,000,000美元
企业住所:	Unit A1 of Unit A, 11th Floor, Success Commercial Building, 245-251 Hennessy Road, Hong Kong

Lily&Beauty (HongKong) Limited 最近一年经审计的财务数据如下:

单位: 万元

项目	2019年12月31日/2019年度
总资产	13,906.33
净资产	8,174.46
营业收入	7,627.97
净利润	2,089.12

(7) 丽人丽妆(上海)商贸有限公司

企业名称:	丽人丽妆(上海)商贸有限公司
法定代表人	黄韬
成立日期:	2017年1月16日
注册资本:	2,000万元
企业住所:	中国(上海)自由贸易试验区港澳路271号1幢5层553部位
经营范围:	化妆品、日用百货、机械设备、五金交电、计算机、软件及辅助设备、电子产品、服装鞋帽、玩具、针纺织品、母婴用品、办公用品、体育用品、工艺礼品、建筑装潢材料、化工原料及产品(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), 花卉苗木、皮革制品、包装材料、钟表、眼镜及配件、照相器材、家具、家用电器、汽摩配件、宠物用品的销售, 从事货物及技术的进出口业务, 转口贸易, 区内企业间的贸易及贸易代理, 从事计算机科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务, 电脑图文设计制作, 设计、制作、发布各类广告, 电子商务(不得从事增值电信业务、金融业务), 电信业务, 市场营销策划, 商务信息咨询, 仓储服务(除危险品), 国内货运代理。(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)

丽人商贸最近一年经审计的财务数据如下:

单位: 万元

项目	2019年12月31日/2019年度
总资产	16,174.33
净资产	1,627.43
营业收入	892.80
净利润	-133.53

(8) Lily & Beauty Korea Co. Limited

企业名称:	Lily & Beauty Korea Co. Limited
现任董事:	黄韬
成立日期:	2015年9月1日

注册资本:	10,000 万韩元
企业住所:	韩国首尔特别市衿川区西部小路 606, 地下 1 层 105-106 号 (加山洞、Daesung D-Polis)

Lily & Beauty Korea Co. Limited 最近一年经审计的财务数据如下:

单位: 万元

项目	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	98.79
净资产	-82.37
营业收入	5.33
净利润	-70.75

(9) 丽人丽妆日本株式会社

企业名称:	丽人丽妆日本株式会社
现任董事:	黄梅
成立日期:	2016 年 3 月 9 日
注册资本:	500 万日元
企业住所:	东京都杉并区下高井户二丁目 10 番 3 号 322 室

丽人丽妆日本株式会社尚未开展实际经营。

(10) Tao International (Hong Kong) Limited

企业名称:	Tao International (Hong Kong) Limited
现任董事:	黄韬
成立日期:	2016 年 8 月 4 日
注册资本:	100,000 港币
企业住所:	Unit A1 of Unit A, 11th Floor, Success Commercial Building, 245-251 Hennessy Road, Hong Kong

Tao International (Hong Kong) Limited 最近一年经审计的财务数据如下:

单位: 万元

项目	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	196.75
净资产	-11.38
营业收入	176.22
净利润	-6.50

(11) Lily & Beauty U.S. Corporation

企业名称:	Lily & Beauty U.S. Corporation
现任董事:	黄韬、汪洁
成立日期:	2017 年 7 月 21 日
注册资本:	15 美元

企业住所:	39-01 Main Street Suite 501, Flushing, NY 11354
-------	---

Lily & Beauty U.S. Corporation 最近一年经审计的财务数据如下:

单位: 万元

项目	2019年12月31日/2019年度
总资产	89.32
净资产	17.04
营业收入	44.26
净利润	2.61

2、控股子公司

(1) 上海喵车家信息技术有限公司

企业名称:	上海喵车家信息技术有限公司
法定代表人:	徐劼
成立日期:	2016年7月4日
注册资本:	294.1176万元
企业住所:	上海市松江区玉树永丰街道路269号5号楼32683室
经营范围:	信息技术领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让; 电子商务(不得从事增值电信业务、金融业务), 汽车、汽车配件、汽车饰品的销售, 二手车经纪, 商务信息咨询。设计、制作代理、发布各类广告, 图文设计制作(除网页), 会务服务, 展览展示服务, 企业形象策划, 企业营销策划, 企业管理咨询, 市场信息咨询与调查(不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验)。(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)

截至本招股说明书摘要签署日, 喵车家股权结构情况如下:

序号	股东名称/姓名	出资额(万元)	持股比例
1	上海丽人丽妆化妆品股份有限公司	214.12	72.80%
2	上海灏丽企业管理合伙企业(有限合伙)	80.00	27.20%
合计		294.12	100.00%

喵车家最近一年经审计的财务数据如下:

单位: 万元

项目	2019年12月31日/2019年度
总资产	60.40
净资产	-1,451.14
营业收入	5.10
净利润	-614.26

(2) 上海丽志企业管理合伙企业(有限合伙)

企业名称:	上海丽志企业管理合伙企业(有限合伙)
执行事务合伙人:	上海易康丽广告有限公司

成立日期:	2016年9月2日
认缴出资额:	80万元
企业住所:	上海市松江区永丰街道玉树路269号5号楼32708室
经营范围:	企业管理咨询, 市场信息咨询与调查(不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验), 教育科技领域内的技术开发、技术转让、技术服务、技术咨询, 商务信息咨询, 文化艺术交流活动策划, 展览展示服务, 企业营销策划, 文具、办公用品、日用百货批发零售。(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)

截至本招股说明书摘要签署日, 上海丽志股权结构情况如下:

序号	股东名称/姓名	合伙人类型	出资额(万元)	出资比例
1	上海易康丽广告有限公司	普通合伙人	10.00	12.50%
2	童静敏	有限合伙人	20.00	25.00%
3	张志国	有限合伙人	50.00	62.50%
合计			80.00	100.00%

上海丽志最近一年经审计的财务数据如下:

单位: 万元

项目	2019年12月31日/2019年度
总资产	80.23
净资产	80.16
营业收入	-
净利润	0.16

(3) 上海贝道电子商务有限公司

企业名称:	上海贝道电子商务有限公司
法定代表人:	黄梅
成立日期:	2016年10月31日
注册资本:	200万元
企业住所:	上海市松江区东环路9号3栋-9
经营范围:	电子商务(不得从事增值电信业务、金融业务), 企业管理咨询, 市场信息咨询与调查(不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验), 商务信息咨询, 文化艺术交流活动策划, 展览展示服务, 企业营销策划; 教育科技、网络科技、计算机软硬件技术领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让; 设计、制作、代理各类广告, 利用自有媒体发布广告; 文具、办公用品、日用百货、母婴用品、化妆品、眼镜、家用电器、工艺礼品批发零售; 光学仪器开发、销售; 出版物经营(限批发、零售); 医疗器械经营; 食品销售; 健康科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务; 健康管理咨询(不得从事诊疗活动、心理咨询)。(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)

截至本招股说明书摘要签署日, 上海贝道股权结构情况如下:

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	持股比例
1	上海丽人丽妆化妆品股份有限公司	120.00	60.00%
2	上海丽志企业管理合伙企业（有限合伙）	80.00	40.00%
合计		200.00	100.00%

上海贝道最近一年经审计的财务数据如下：

单位：万元

项目	2019年12月31日/2019年度
总资产	3,149.39
净资产	623.72
营业收入	2,136.15
净利润	45.29

(4) Lily Beauty (Thailand) Limited

企业名称：	Lily Beauty (Thailand) Limited
现任董事：	Chen Mingwgn、Tang Tong Ngee、Titanan Sun
成立日期：	2019年4月30日
注册资本：	200万泰铢
企业住所：	88 Paso Tower, 10 th Floor, Silom Road, Suriyawong Sub-district, Bangrak District, Bangkok

截至本招股说明书摘要签署日，Lily Beauty (Thailand) Limited 股权结构情况如下：

序号	股东名称/姓名	持股数量（股）	持股比例	表决权比例
1	Lily & Beauty (Hong Kong) Limited	7,800	39.00%	76.17%
2	Tang Tong Ngee	2,000	10.00%	3.91%
3	Titanan Sun	10,200	51.00%	19.92%
合计		20,000	100.00%	100.00%

Lily Beauty (Thailand) Limited 最近一年未经审计的财务数据如下：

单位：万元

项目	2019年12月31日/2019年度
总资产	284.91
净资产	-114.46
营业收入	227.16
净利润	-135.84

第四节 募集资金运用

一、募集资金投资项目概况

(一) 募集资金金额

公司本次拟公开发行股票数量不超过 4,001 万股，占发行后总股本的比例不低于 10%，募集资金总额将根据询价结果最终确定，全部用与公司主营业务相关的项目。本次发行募集资金扣除发行费用后用于投资以下项目（按投资项目的轻重缓急排序）：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资规模	募集资金投入	项目备案情况
1	品牌推广与渠道建设项目	26,788.60	19,757.00	不适用
2	数据中心建设及信息系统升级项目	6,683.31	4,929.00	上海代码： 31011755595033320 195E3101001 国家代码： 2019-310117-52-03- 000757
3	综合服务中心建设项目	13,020.37	9,602.00	不适用
4	补充流动资金项目	12,099.31	8,924.68	不适用
合计		58,591.59	43,212.68	-

如本次股票发行实际募集资金不能满足上述项目的资金需要，资金缺口由公司自筹解决。若募集资金满足上述项目投资后有剩余，则剩余资金用于补充公司流动资金。因企业经营发展需要，在募集资金到位前，公司将根据实际情况先行使用自筹资金对上述项目进行投入，待募集资金到位后以募集资金置换预先已投入上述项目的自筹资金。

本次募集资金投资项目预计投入进度情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资规模	项目建设期	时间进度	
				T+12月	T+24月
1	品牌推广与渠道建设项目	26,788.60	24个月	12,508.60	14,280.00
2	数据中心建设及信息系统升级项目	6,683.31	24个月	3,460.00	3,223.31
3	综合服务中心建设项目	13,020.37	24个月	4,717.23	8,303.15

4	补充流动资金项目	12,099.31	24 个月	6,099.31	6,000.00
合计		58,591.59	-	26,785.14	31,806.46

(二) 募集资金专户存储安排

公司募集资金将存放于董事会批准设立的专项账户集中管理，做到专款专用。公司已经制定《上海丽人丽妆化妆品股份有限公司募集资金管理办法》，并经第一届董事会第四次会议、2016年第二次临时股东大会审议通过，公司将按制度规定安排与使用募集资金。

(三) 实际募集资金与项目投入所需资金存在差异的安排

如果本次发行募集资金不能满足拟投资项目的资金需求，公司将以自筹资金方式解决资金缺口。

二、项目发展前景

(一) 品牌推广与渠道建设项目

1、项目概况

公司计划投资 26,788.60 万元用于品牌推广与渠道建设项目，加强合作品牌的营销推广力度、拓展更多销售渠道，从而增加公司影响力，进一步巩固公司在行业中的优势地位并提升公司规模经济水平。

2、项目建设的必要性

(1) 顺应行业发展趋势

公司主要业务系为品牌方提供全链路网络零售服务，主要专注于化妆品领域。相较于其他品类产品，消费者购买化妆品受品牌、口碑、讨论热度等因素影响较大，因此营销推广化妆品品牌，传递品牌文化，扩大品牌认知度是化妆品网络零售赢取市场份额、完成销售转化的重要竞争手段。

化妆品通常采用整合营销传播策略，包括网络媒体、电视媒体、平面媒体、自媒体等多渠道多层面进行推广宣传。相较于传统媒体，网络媒体营销具有传播范围广速度快、无时间地域限制、内容详尽、多媒体传送、形象生动、反馈迅速等特点，同时其特有的交互性和纵深性进一步减少了消费者与品牌之间的距离。

因此，网络营销已成为了化妆品品牌推广最重要的方式之一。

因此，公司需要通过更立体、更高效的品牌推广宣传，更专业的营销内容制作，向消费者传递品牌文化和理念，扩大品牌认知度，提升消费者黏性。

(2) 提高公司合作品牌的影响力

公司作为国内领先的化妆品品牌网络零售服务商，是品牌方的重要战略合作伙伴。公司致力于帮助品牌在线上渠道的价值重塑和销售转化，提升其品牌形象与市场地位；同时，满足消费者对于优质正品和消费升级的诉求，并以个性化服务优化消费者的购物效率和体验。

公司通过与大量品牌方的合作，已经积累和沉淀了庞大而有效的用户消费数据。公司借助消费者画像和标签特征实现对品牌目标客群的精准定位，在与品牌商充分沟通的基础上，与品牌方共同制定个性化的营销策略，结合电商平台站内外渠道资源和营销工具对目标消费者进行精准广告投放，从而更有效地表达和传播品牌理念，提升销售转化效率。同时，公司将实时洞察消费者需求和偏好的变化，为品牌方的产品布局及营销投放提供支持与建议。

本项目的实施将有利于公司进一步完善其代理品牌的营销推广，不断挖掘品牌方产品卖点与消费者需求，为品牌商提供更加个性化、精细化、优质化的品牌建设服务，提升消费者体验，实现品牌价值重塑，加强品牌方对公司的信任感和依赖度，不断深化双方的战略合作伙伴关系。同时，通过为品牌提供多维度营销策略和消费者数据，加强品牌方黏性，减少品牌流失的风险。

(3) 拓展多元销售渠道

公司以天猫平台为核心运营渠道，伴随着新兴销售渠道的兴起，销售渠道日趋多元化，公司将逐步拓展新的国内外电商平台等渠道形成多元化销售通路。同时，通过覆盖小红书、微信、微博等社交媒体，建立全链路、多层次、精准化的品牌营销网络，有效链接中国数字消费家庭，助力品牌商顺应多元渠道发展趋势，更全面的表达品牌理念、传播品牌价值、增强消费者互动和提升消费者体验，在国内外市场中扩大市场份额。

同时，公司将通过获得更多的合作品牌，打造一站式消费场景，实现从高端产品到大众产品的全面覆盖，最大限度地满足消费者多样化的消费需求，不断拓

展消费客群，巩固销售基础。

(4) 推行新零售模式，实现线上线下全渠道协同发展的需要

在目前的消费环境下，线上线下全渠道融合、追求协同效应已经成为化妆品网络零售行业发展的必然趋势。体验式营销越来越普及，消费者可通过该种方式更为直接快速地了解品牌、体验产品及服务。

线下体验店可以引入肤质测试、化妆指导、以及美容美发沙龙等增值服务，可以提升消费者购物体验，延长消费时长和消费路径，增加消费频次和消费粘性，多方位促进销售增长。

本项目的实施将有助于公司提升用户体验、挖掘市场潜在机会、通过店铺体验与数字化、娱乐化内容交互的完美结合，提升消费体验，为线上销售导入更多流量，促进零售升级，形成竞争优势。

(二) 数据中心建设及信息系统升级项目

1、项目概况

公司计划投资 6,683.31 万元用于数据中心建设及信息系统升级项目。公司拟通过建立数据研发中心，对大数据分析挖掘系统进行开发和升级，增强公司数据挖掘和分析能力，实现精准营销，提升销售效率，提高用户体验，塑造品牌价值，最终为公司长期、可持续性发展提供有力支撑。同时，公司拟通过升级现有管理信息系统，进一步优化业务支撑系统及商务智能（BI）系统，实现对业务体系整合与业务流程优化，改善内外部信息沟通渠道，降低运营成本、提升运营效率。

2、项目建设的必要性

(1) 顺应信息技术不断发展的趋势

当前，信息化对社会的影响不断加深，尤其是以云计算、大数据等为代表的新型技术对电子商务的发展产生着重大影响。随着信息技术的不断升级和完善，未来互联网零售规模与复杂程度将进一步提高，因此，扩大信息系统软硬件基础设施容量、开发更新并完善系统模块、升级改造信息系统已成为行业趋势，也是业内领先企业核心竞争力的重要来源之一。

随着公司业务规模的进一步扩大，积累的数据越来越多，精细化管理水平的

要求也越来越高，对于大数据的挖掘和分析的需求非常迫切。公司需借助新型技术发展，对消费者行为进行精准营销，然后辅以相关的信息技术手段提供专业化、精准化的服务，增加利润，从而进一步提高公司的核心竞争力。

本项目将通过建立数据中心对数据进行集中，为管理分析、挖掘预测类等系统提供一致的数据基础，实现应用系统建设模式的转变，提升相关数据系统的建设和运行效率，从而进一步提高公司的核心竞争力。

(2) 顺应公司业务发展需求，提高公司运营效率

经过近几年的快速发展，公司已成为国内领先的化妆品网络零售商。随着代理品牌的增加、产品品类的扩充、客户数量的不断上升，公司采集与处理的信息量迅速增长、访问量急剧膨胀，对平台的承载需求也越来越高。且随着公司业务的发展，对公司信息系统与电商平台方、品牌方信息系统的连接提出了更高的能力要求。为了让用户获得快捷的访问速度，提升用户体验，提高用户转化率，同时满足公司多平台连接需求，需要对公司现有信息系统进行升级改造。优化现有系统，将增强系统的稳定性、可靠性及承载能力，增加更多业务和服务模块，提高系统操作的便捷性，以满足平台连接各方的需求。信息化系统的升级改造，将有利于公司及时掌握运营情况，实现资源的优化配置，对于公司提高管理水平、提高运营效率、节约成本具有重要作用。

(三) 综合服务中心建设项目

1、项目概况

公司计划投资 13,020.37 万元用于建设综合服务中心，该综合服务中心将下辖内容制作中心、客户服务中心、人才培训中心、产品展示中心等，为公司运营提供配套支持，全面提升提高公司在品牌和产品的策划、终端客户服务、运营等方面的能力，以满足日益多变的市场需求，提升公司竞争力，推进公司的稳健发展。

2、项目建设的必要性

(1) 全面提升综合服务能力，强化与品牌商的深度合作的需要

随着行业经营环境的不断变化，品牌商对公司精准获取消费者需求，注重消

费者体验,为品牌方与消费者之间建立更加直接、紧密的联系提出了更高的要求。公司必须顺应客户和消费者变化,不断进行自主创新,拓宽服务边界,为品牌方提供价值溢价,扩大其市场份额。而伴随着服务的提升,带来员工人数不断增加,技术力量大量积累,业务范围持续开拓,对于公司运营配套综合服务的要求也越来越高。

因此,建设配套综合服务中心,是公司改善员工工作环境,建立完善的综合运营管理系统,提升公司精细化、标准化服务水平的重要举措。

(2) 顺应内容运营发展趋势,强化内容制作,巩固公司市场地位

内容运营,即为运用“IP”“直播”“热点事件”“娱乐游戏”等资源创造出内容,将消费者吸引到电商平台上,引导消费者购物的商业模式。丰富的内容不仅有利于向买家介绍产品,同时也增加了消费者的互动式体验,从而进一步拉近品牌与消费者的距离。

公司顺应互联网零售发展新趋势,建立内容制作中心,引进关键设备,组建优质的品牌策划与设计人才团队,引进培养公司品牌宣传团队,加大对内容运营的投入。未来公司将通过高品质、专业化的内容制作,在基于精准的人群定位之下,在多元的场景内,将品牌价值与商品销售完美结合,让消费者收获与众不同的购物体验。通过以创意内容吸引粉丝,以粉丝感兴趣的点作为传播重点,打造品牌产品网红属性,引导消费者们在网络进行社交互动,并在交流中自主创造内容。本项目的实施将实现品牌、平台、资源与消费者的多赢局面,最终为品牌销售吸引更多的用户,并不断培养长期用户。

(3) 增强消费者黏性的需求

从未来发展趋势看,化妆品长尾市场突出,个性化品牌市场庞大,化妆品行业已经不仅仅是销售产品,而是满足消费者多方位的需求。在市场无限细分、消费者需求越来越多样化、小众化的未来,化妆品零售商应采取多层次多维度的沟通及引导,根据消费者的个性化需求提供产品。

公司经过近十年来的发展,已成为业内领先的化妆品网络零售商,深谙消费者网络购物行为特点,通过让顾客产生参与感、关怀感和归属感提升顾客的购物体验,在消费者心中建立了信任感及良好的口碑。

公司通过构建新型客服中心，帮助员工获取最新的服务技巧及产品知识，向顾客提供个人化的美容服务和品牌建议，满足客户的细致需求，提升客户满意度，增强消费者黏性，进而保证品牌销售的可持续性增长。

(4) 构建公司优质人才队伍的需要

随着行业竞争的不断强，专业人才系互联网零售行业最宝贵的财富之一，优质的人才队伍既是公司核心竞争力的体现，也是公司快速发展壮大的决定性因素。

通过建设培训中心，公司将在内部建立知识共享系统，持续提升员工业务能力，帮助其适应互联网时代迅速迭代的特征，并为公司源源不断地输送高质量的人才队伍，夯实公司持续发展的人才储备基础。

(四) 补充流动资金项目

1、项目概况

本项目拟投入 12,099.31 万元补充公司流动资金，满足公司业务扩张的资金需求，助力公司业务扩大规模。项目实施有利于促进公司的健康发展，夯实公司在化妆品网络零售服务领域的领先地位。

2、补充流动资金的必要性

公司主要从事电商零售业务和品牌营销运营服务。电商零售业务，公司向品牌方采购产品，并主要在线上品牌官方旗舰店进行销售，需要承担包括产品采购、品牌店铺建设及运营、营销推广、订单执行、仓储物流、客户服务等一系列服务成本和费用。此外，为了保证发货及时性，公司还需要保有一定的安全库存。因此，随着公司业务规模的提升，业务范围的拓展，公司的流动资金压力将进一步增加。

第五节 风险因素和其他重要事项

一、风险因素

(一) 市场及政策风险

1、市场需求波动

公司通过电商平台主要开展化妆品等产品的网络零售业务。随着我国居民人均收入水平的提高、化妆品消费意识的增强、以及网络购物的普及，我国化妆品网络零售市场规模保持较快增长。公司作为国内领先的化妆品网络零售服务商，发展前景有赖于未来我国化妆品网络零售市场规模的增长速度。如果出现国内经济增速放缓、居民人均可支配收入或购买力下降、经济前景不明朗等情形，则可能会影响消费者的消费信心，进而导致品牌化妆品市场需求的波动，从而会影响行业整体增速及公司的财务状况和经营业绩。

2、行业竞争加剧风险

化妆品电商行业经过多年的发展已经形成了 C2C 平台、综合 B2C 平台、垂直 B2C 平台、线下渠道自营网上商城、品牌自营网上商城和团购等六大类线上渠道。公司受益于 B2C 平台渠道份额的不断提升，获得了较快的发展。但是公司在发展过程中面临着其他 B2C 渠道企业的竞争，也面临其他线上渠道企业带来的竞争。如果公司在未来经营中，不能保持创新能力以适应市场需求变化，或不能及时根据市场竞争环境调整发展战略，从而不断增强自身市场竞争力，则可能在未来的竞争中处于不利地位，进而造成其经营业绩波动。

3、行业监管和产业政策风险

电子商务行业在我国属于成长性行业，国家连续出台了《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》、《“互联网+流通”行动计划》等产业政策推动电子商务行业快速发展。有关电子商务行业监管的法律法规正在不断完善和发展，国家近年来出台了《电子商务法》、《第三方电子商务交易平台服务规范》、《网络交易管理办法》等一系列政策法规。此外，公司需遵守《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国消费者权益法》等法律法规的规定。同

时，公司销售化妆品产品，还需要遵守特定行业的监管法规，如《化妆品监督管理条例》、《进出口化妆品监督检验管理办法》等行政法规的规定。如果未来政府对电子商务行业的政策发生变化，将对公司业务的发展产生一定的不利影响；公司如违反相关法律、法规及规范性文件的相关规定，将可能会面临行政处罚且承担相应的赔偿责任。

4、业绩季节性波动风险

公司作为国内领先的化妆品品牌网络零售服务商，主要通过电商平台上进行销售。随着网络消费的兴起和电商平台的影响力日益扩大，电商平台大型促销活动对消费者的日常消费习惯产生了重要影响。品牌化妆品保质期一般较长，消费者可以根据个人需求在合适的时间购买，因此品牌化妆品的促销活动会对消费者的购买行为产生重要影响。“六一八”、“双十一”、“双十二”等电商促销节导致公司下半年的营业收入占比较高，尤其是第四季度的营业收入占全年营业收入比重较高。如果公司未能有效把握促销活动带来的销售机会，则公司可能面临销售未达预期、存货不能及时消化的风险，进而对公司的经营业绩产生一定的不利影响。

5、品牌方及其产品的市场风险

公司合作的品牌方均具有较高的市场知名度，但公司无法对其经营状况或其产品直接控制。如果品牌方因自身经营状况不佳、产品质量出现缺陷或其他突发因素导致其市场声誉受损，可能导致其产品销售受到影响，进而对公司的经营业绩造成不利影响。

（二）经营风险

1、品牌合作及拓展风险

公司的营业收入主要来自于品牌化妆品的电商零售业务，获得品牌授权并持续合作对公司的业务发展起着至关重要的作用。自 2017 年以来，多数品牌与公司保持了较为稳定的合作关系，但因为种种原因，也存在与部分品牌终止或变更合作关系的情形，如欧莱雅集团旗下兰蔻、巴黎欧莱雅、美宝莲等品牌，预计上述品牌短期内将不再为公司带来收入。品牌合作关系的终止或变更一方面会导致公司失去该等品牌相关的销售，另一方面会释放公司既有的运营资源，公司因此

有更多的资源投入到新增合作品牌或者已有合作的品牌的运作。公司在 2018 年终止了与兰蔻和巴黎欧莱雅的合作的情况下，2019 年整体业绩仍然保持增长。但是，如果公司既有品牌终止合作后，新增品牌拓展进展不达预期或已有品牌运营效率下降，那么品牌合作终止将会对公司业务发展带来一定的不利影响。

2、运营平台单一的风险

天猫是国内网络零售业务市场占有率最大的电商平台，业务发展良好，且以第三方运营为主，而京东、唯品会等则以平台自营为主。世界主要知名化妆品品牌均在天猫平台开展经营，天猫平台在化妆品品牌电商领域拥有领先地位及优势，因此公司根据业务开展需要和客观情况，选择主要通过天猫开展电商业务。同行业上市公司壹网壹创、宝尊电商等亦主要在天猫平台开展电商业务。

2017 年度、2018 年度、2019 年度，公司电商零售业务通过天猫平台实现的营业收入为 315,049.98 万元、334,179.36 万元、369,792.76 万元，占电商零售业务收入的比例均超过 99%。目前公司运营平台相对单一，未来若天猫在电商平台领域的影响力有所下降，或天猫的平台管理政策发生不利变化，或公司与天猫的合作关系发生改变，则将可能对公司的经营业绩产生一定的不利影响。

3、规模扩张带来的管理风险

报告期内，公司资产规模、业务规模均保持增长。其中，公司总资产由 2017 年末的 165,965.77 万元增长到 2019 年末的 222,490.44 万元；营业收入由 2017 年度的 342,027.41 万元增长到 2019 年度的 387,446.77 万元。本次发行后，公司规模将继续扩张，若公司的组织模式、管理制度和管理能力等不能适应公司规模扩张，公司未来成长的可持续性将受到影响。

4、商品质量控制风险

为了有效控制公司销售的商品质量，公司安排专人负责商品质量控制，严格履行采购、库存、销售等各个环节的监督。尽管公司对商品质量实施严格控制，但由于公司采购面向众多的品牌方，且从采购至最终商品送达消费者手中面临诸多环节，消费者仍有可能会因遭遇质量问题而对购买的商品向公司提出索赔。如果商品的质量问题并非品牌方的责任，或属于品牌方的责任但公司向其追索未果，则公司须依法向消费者承担赔偿责任，这将会给公司带来一定损失，并对公

司的声誉造成一定影响。

5、供应商集中度较高的风险

报告期内，公司采购的主要原材料为化妆品等合作品牌产品。2017 年度、2018 年度、2019 年度，公司向前五大供应商的采购占比分别为 82.48%、74.94%、64.79%，占比呈下降趋势，但供应商集中度仍较高。良好的合作历史使公司与主要供应商之间建立了长期友好互利的合作伙伴关系，但是如果未来业务合作关系发生变化，如某一供应商改变供货价格、服务费用等交易条款，终止合同或是自主运营网络销售服务等，均可能导致公司盈利水平降低，将对公司的经营状况产生一定的不利影响。

6、信息安全风险

公司主要业务的开展需要使用运营商的网络基础设施、各类信息系统，并积累了大量业务及客户信息。为保证信息安全，公司制定了较为完备的业务及信息系统管理制度、风控制度，建立了较为完善的信息系统、安全保障机制和 IT 研发团队，并通过权限设置及软硬件等多重措施保障业务及客户信息。但仍存在因信息系统和通信系统故障、受到重大干扰或其他滞后、不完善因素，使公司的正常业务受到干扰或导致数据丢失、客户信息被泄露的风险。

（三）财务风险

1、存货跌价风险

公司存货主要系为化妆品电商零售业务进行的备货，2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日，公司存货账面价值分别为 36,540.37 万元、57,961.87 万元、51,726.60 万元，占总资产的比例分别为 22.02%、27.56%、23.25%，公司存货规模较大。报告期内，公司根据存货成本高于其可变现净值的差额计提存货跌价准备。如果因个别商品滞销而出现接近有效期的情况，或者部分商品由于仓储物流等环节出现部分损坏，将导致其可变现净值下降，则公司需对该部分商品计提存货跌价准备，从而影响公司当期损益，对公司盈利能力产生不利影响。

2、返利对公司经营业绩影响的风险

品牌方为激励公司销售，在综合考虑公司销售及订货指标完成情况、市场拓展情况等基础上，给予公司一定的返利。返利是品牌方为获取产品销售主动权、稳定零售价格体系、促进产品销售的一种商业惯例。报告期内，公司返利计提金额较高，对公司的采购成本具有一定影响，返利计提金额受品牌当期采购额、销售额、评价指标等完成情况及供应商定价政策影响而波动，各期返利计提金额冲减存货采购成本，并随存货销售冲减主营业务成本。

2017 年度、2018 年度、2019 年度，公司返利计提金额分别为 12,823.53 万元、20,999.72 万元、21,585.31 万元。公司根据存货的实际销售实现情况，将计提的返利结转冲减各期成本。因此，若未来公司品牌方返利政策变化或其他因素导致公司可获得返利出现下降甚至无法收取返利，公司的经营业绩将受到不利影响。

3、应收账款回款风险

公司应收账款主要为应收品牌方营销运营服务费用，2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日和 2019 年 12 月 31 日，公司应收账款账面净额分别为 7,908.28 万元、13,252.22 万元和 8,323.71 万元，占总资产的比例分别为 4.77%、6.30% 和 3.74%。公司应收账款客户主要为国内外知名化妆品品牌方，客户信用状况良好，应收账款回收情况良好，公司应收账款账龄主要为 6 个月以内。应收账款的大幅增加会造成公司的经营活动现金流入减少，可能增加公司的经营风险。如公司采取的收款措施不力或客户信用发生变化，公司应收账款发生坏账的风险将加大。

（四）与本次发行相关的风险

1、净资产收益率下降的风险

2017 年度、2018 年度和 2019 年度，公司扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率分别为 22.35%、17.46% 和 15.51%。本次发行后，公司股本规模、净资产规模较发行前将大幅增长，而募集资金投资项目从资金投入产生经济效益需要一定的时间。因此，尽管公司业务和收入预计将保持良好的成长性，但公司仍存在因净利润无法与净资产同步增长而导致净资产收益率下降的风险。

2、募集资金投资项目风险

本次募投项目系公司依据自身发展战略，并充分考虑电子商务、网络零售行业情况、公司管理、研发及营销能力等因素确定的投资项目。项目成功实施后，公司业务规模将持续提升，运营能力、研发能力将进一步增强。但若市场环境发生重大变化，发生募集资金不能及时到位、项目延期实施、市场环境突变或行业竞争加剧等情况，将会给项目实现预期效益带来较大影响。

（五）其他风险

公司不排除因自然灾害、汇率变化、外贸环境等其他不可控因素带来不利影响的可能性。

二、其他重要事项

（一）信息披露和投资者关系相关情况

公司建立了信息披露管理制度，严格遵照《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》等法律法规和《公司章程》规定的信息披露的内容和格式要求，真实、准确、完整、及时地报送及披露信息。发行人信息披露体现公开、公正、公平对待所有股东的原则。

公司设置了董事会秘书一职，负责信息披露事务及投资者关系工作，包括与中国证监会、证券交易所、有关证券经营机构、新闻机构等联系，通过信息披露与交流，加强与投资者及潜在投资者之间的沟通，增进投资者对公司的了解和认同，提升公司治理水平。

公司董事会秘书：杜红谱

咨询电话：021-64663911

传真：021-64663912

电子信箱：shlrlz@lrlz.com

（二）发行人重要合同

1、采购合同

截至 2020 年 5 月 31 日，公司正在履行的重大采购合同如下：

序号	供应商	采购商	采购品牌	合同名称	合同期限	合同金额	履行情况
1	科蒂（中国）投资有限公司	丽人丽妆	蜜丝佛陀	《电商平台经销协议》	2019 年 1 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日	根据合同约定的单价以及实际经销的产品数量予以确定	正在履行，报告期内以前年度合同已履行完毕
2	乐金生活健康贸易（上海）有限公司	丽人商务	LG 生活健康相关品牌（竹盐等）	《LG 生活健康品牌经销合作协议》	2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日	根据供应商政策确定的单价以及实际经销的产品数量予以确定	正在履行，报告期内以前年度合同已履行完毕
3	欧莱雅（中国）有限公司	丽人丽妆	巴黎欧莱雅、美宝莲	《经销协议》	2019 年 8 月 15 日至 2020 年 8 月 31 日	根据价格清单确定的单价以及实际经销的产品数量予以确定	正在履行，报告期内以前年度合同已履行完毕
4	Erno Laszlo Inc.	Lily Hong Kong	奥伦纳素	《Distributor Agreement》	2018 年 12 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日	根据价格清单确定的单价以及实际经销的产品数量予以确定	正在履行
5	奥洛纳斯商业（上海）有限公司	丽人美妆	奥伦纳素	《经销商协议》	2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日	根据合同约定的单价以及实际经销的产品数量予以确定	正在履行

序号	供应商	采购商	采购品牌	合同名称	合同期限	合同金额	履行情况
6	凡客诚品（北京）科技有限公司	丽人网络	凡客诚品	《Vanci 凡客诚品品牌经销合作协议》	2018年8月1日至2020年6月30日	根据合同约定的单价以及实际经销的产品数量予以确定	正在履行
7	伊势半（上海）化妆品商贸有限公司	丽人网络	奇士美	《Kissme 奇士美品牌经销合作协议》及《补充协议》	2019年1月1日至2020年12月31日	根据合同约定的单价以及实际经销的产品数量予以确定	正在履行
8	佳丽宝化妆品（中国）有限公司	丽人丽妆	Kanebo 等	《佳丽宝官方旗舰店经销合作协议》	2020年1月1日至2020年12月31日	根据合同约定的单价以及实际经销的产品数量予以确定	正在履行，报告期内以前年度合同已履行完毕
9	佳丽宝化妆品（中国）有限公司	丽人商务	Kanebo	《Kanebo 丝袜经销合作协议》	2020年2月1日至2020年12月31日	根据合同约定的单价以及实际经销的产品数量予以确定	正在履行
10	佳丽宝化妆品（中国）有限公司	丽人丽妆	凯朵	《KATE 品牌经销合作协议》	2020年1月1日至2020年12月31日	根据合同约定的单价以及实际经销的产品数量予以确定	正在履行，报告期内以前年度合同已履行完毕
11	佳丽宝化妆品（中国）有限公司	丽人丽妆	芙丽芳丝	《freeplus 芙丽芳丝品牌经销合作协议》	2020年1月1日至2020年12月31日	根据合同约定的单价以及实际经销的产品数量予以确定	正在履行，报告期内以前年度合同已履行完毕

序号	供应商	采购商	采购品牌	合同名称	合同期限	合同金额	履行情况
12	上药康德乐(上海)医药有限公司	丽人商务	雅漾	《上药康德乐2020年雅漾年度经销协议》	2020年1月1日至2020年12月31日	根据签收的送货单记载的单价以及实际经销的产品数量予以确定	正在履行,报告期内以前年度合同已履行完毕
13	上药康德乐(上海)医药有限公司	丽人商务	康如	《上药康德乐2020年康如年度经销协议》	2020年1月1日至2020年12月31日	根据签收的送货单记载的单价以及实际经销的产品数量予以确定	正在履行,报告期内以前年度合同已履行完毕
14	上药康德乐(上海)医药有限公司	丽人商务	馥绿德雅	《上药康德乐2020年馥绿德雅年度经销协议》	2020年1月1日至2020年12月31日	根据签收的送货单记载的单价以及实际经销的产品数量予以确定	正在履行,报告期内以前年度合同已履行完毕

2、平台运营服务合同

公司作为运营主体在天猫平台开设品牌化妆品旗舰店,须与浙江天猫技术有限公司及浙江天猫网络有限公司签订有《天猫商户服务协议》及相关协议,该协议为格式合同,可通过商家账号进行下载。主要服务内容与收费标准如下:

序号	服务名称	服务内容	收费标准
1	与互联网信息服务相关的软件服务	使用搜索商品、生成订单、管理交易和完成支付等的软件系统。	该服务的收费包括软件服务年费及实时扣划的软件服务费。软件服务年费具体金额基于商户所经营的商品类目确定,服务开通前一次性支付整年费用,化妆品类商品为人民币3万元/年;实时扣划软件服务费以商品支付宝成交金额为基数乘以费率,化妆品类商品的费率为4%

序号	服务名称	服务内容	收费标准
2	与积分系统相关的软件服务	使用天猫积分、天猫购物券、红包及天猫提供的其他类型积分发放服务	以通过该软件向消费者发放的各类型积分数量或额度为计费基数，按一定比例支付，费率为1%，具体费率以系统设定为准
3	互联网信息服务	通过 tmall.com 域名的所有者通过其网站页面为商户展示其商品和服务信息	暂不收费
4	二级域名服务	允许公司使用带有品牌关键字、商号等标识的二级域名	暂不收费
5	其他服务	不时提供的营销服务、市场咨询服务、培训服务	暂不收费

同时合同还约定了天猫店铺运营主体保证金缴纳、店铺管理及服务规范、服务的开通和期限等内容。

3、授信合同

截至 2020 年 5 月 31 日，公司正在履行的授信合同如下：

序号	合同编号	授信银行	授信申请人	授信金额（万元）	授信期间	担保方式
1	平银沪战 大综字 20190917 第 001 号	平安银行股份有限公司 上海分行	丽人丽妆	20,000	2019 年 9 月 17 日至 2020 年 9 月 16 日	丽人商务、黄韬、黄梅提供 连带担保
2	02272019 210700 号	中国民生银行股份有限公司 上海分行	丽人丽妆	20,000	2019 年 10 月 23 日至 2020 年 10 月 22 日	黄韬、黄梅提供 连带担保

序号	合同编号	授信银行	授信申请人	授信金额(万元)	授信期间	担保方式
3	(2019)沪银授合字第GS0386号	广发银行股份有限公司上海分行	丽人丽妆	流动资金贷款授信额度敞口最高限额为人民币14,800万元; 银行承兑汇票授信额度最高限额为人民币39,800万元, 授信额度敞口最高限额为14,800万元; 开立保函/备用信用证授信额度最高限额为人民币39,800万元, 授信额度敞口最高限额为14,800万元	2019年11月14日至2020年10月23日	丽人商务、黄韬、黄梅提供连带担保; 公司为银行承兑汇票额度、开立保函/备用信用证额度提供保证金担保
4	FA791155200214	花旗银行(中国)有限公司上海分行	丽人丽妆	不超过等值美元500万元的备用信用证	12个月	公司提供保证金质押担保
5	1020829008/EUDD362787_CM/ck20	Citibank, N.A., Hong Kong Branch	Lily & Beauty (Hong Kong) Limited	累计金额上限不超过美元500万元的循环短期借款	备用信用证失效前30日	公司提供备用信用证担保

4、担保合同

截至2020年5月31日, 公司正在履行的担保合同如下:

序号	担保合同编号	主合同编号	担保人	被担保人	债权人	担保债权金额(万元)	担保期限	担保方式
----	--------	-------	-----	------	-----	------------	------	------

序号	担保合同编号	主合同编号	担保人	被担保人	债权人	担保债权金额(万元)	担保期限	担保方式
1	平银沪战大额保字第20190917第001号	平银沪战大综字20190917第001号,及自2019年9月17日至2020年9月16日期间内与平安银行股份有限公司上海分行因业务办理而签署的一系列合同或债权债务文件	丽人商务	丽人丽妆	平安银行股份有限公司上海分行	13,000	主债权届满之日起3年	连带责任保证
2	(2019)沪银最保字第GS0386号A	(2019)沪银授合字第GS0386号	丽人商务	丽人丽妆	广发银行股份有限公司上海分行	14,800	主债权届满之日起2年	连带责任保证
3	PA791155200214	FA791155200214	丽人丽妆	丽人丽妆	花旗银行(中国)有限公司上海分行	根据质押确认函确定	根据质押确认函确定	保证金最高额质押

5、房屋买卖合同

2019年8月5日,易康丽与启迪漕河泾(上海)开发有限公司签署了《启迪漕河泾中山科技园楼宇买卖合同》,约定启迪漕河泾(上海)开发有限公司向易康丽出售坐落于上海市松江区明南路85号第20幢1-5层房屋,房屋建筑总面积为1,907.41平方米,按建筑面积计算总购房款为人民币2,632.23万元。易康丽购买该等房产用于其募集资金投资项目中的综合服务中心建设项目。

(三) 发行人对外担保情况

截至本招股说明书摘要签署日,除公司和子公司之间的担保外,公司及子公司均不存在对外担保的情况。

(四) 重大诉讼及仲裁事项

截至本招股说明书摘要签署日,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诉讼或仲裁事项;不存在控股股东、

实际控制人、控股子公司、公司董事、监事、高级管理人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项；不存在董事、监事、高级管理人员涉及刑事诉讼的情况。

其他未决诉讼：

1、2020年4月8日，发行人因不服国家知识产权局做出的商评字[2020]第0000005632号《关于第31703233号“MOMOUP及图”商标驳回复审决定书》，依法向北京知识产权法院提起行政诉讼，要求国家知识产权局撤销驳回复审决定并重新作出决定。2020年7月20日，北京知识产权法院作出一审判决（(2020)京73行初3683号），判决驳回发行人的诉讼请求。2020年7月31日，发行人提起上诉，请求撤销一审判决，并要求国家知识产权局撤销驳回复审决定并重新作出决定。截至本招股说明书摘要签署日，该案尚未开庭审理。

该项涉诉商标未在相关使用范围内注册成功不会对发行人的生产经营产生重大影响，故该项诉讼不会对发行人的财务状况、经营成果产生重大影响

2、2020年2月10日，杨瑾以股权转让纠纷为由向北京市朝阳区人民法院起诉发行人的控股股东、实际控制人黄韬（案号：(2020)京0105民初17481号，以下简称“北京诉讼”），请求法院判令将登记在黄韬名下的占发行人1.94%的股权变更登记至杨瑾名下。2020年3月24日，法院向黄韬送达诉讼材料。截至本招股说明书摘要签署日，该诉讼尚未开庭审理，案件尚无进展。

杨瑾原系发行人子公司上海易康丽的员工，曾于2019年7月5日以劳动合同纠纷为由向上海市松江区人民法院起诉易康丽，并追加发行人作为共同被告，其当时主张认为发行人和易康丽（以下合称“被告”）未能履行其向原告发出的《聘用通知》中约定的相关义务，因此原告请求判令：（1）被告支付人民币16,218,024元作为其认为应兑现的期权分配额度的现值；（2）被告因未足额支付劳动报酬而向原告支付经济补偿金人民币416,000元；（3）被告承担诉讼费。此后，杨瑾主动申请撤诉，并由上海市松江区人民法院于2019年12月5日作出《民事裁定书》（(2019)沪0117民初11776号），裁定准许其撤诉。（以下简称“上海劳动诉讼”）

经查阅法院向黄韬送达的北京诉讼的相关材料，北京诉讼与上海劳动诉讼的基本事实没有实质性差异，杨瑾未向北京市朝阳区人民法院提交相关股权转让文

件的证明文件。黄韬、发行人与杨瑾从未签署过任何与发行人的股权相关的转让文件。

因此，就北京诉讼，发行人认为杨瑾提出的诉讼请求缺乏法律及事实依据，其主张不应得到司法机关的支持。基于前述，保荐机构和发行人律师认为，北京诉讼对本次发行上市不具有重大影响，不构成本次发行上市的障碍。

第六节 本次发行各方当事人和发行时间安排

一、本次发行股票的有关当事人

(一) 发行人：上海丽人丽妆化妆品股份有限公司

住所：	上海市松江区乐都西路825弄89、90号6层618室
法定代表人：	黄韬
联系人：	杜红谱
联系电话：	021-6466 3911
传真：	021-6466 3912
互联网网址：	http://www.lrlz.com/
电子信箱：	shlrlz@lrlz.com

(二) 保荐机构（联席主承销商）：中信证券股份有限公司

住所：	广东省深圳市福田区中心三路8号卓越时代广场（二期）北座
法定代表人：	张佑君
联系电话：	010-6083 7250
传真：	010-6083 6960
保荐代表人：	王建文、鞠宏程
项目协办人：	孙骏
项目组成员：	韩非可、储成杰、欧阳旭峰、金浦

(三) 联席主承销商：华泰联合证券有限责任公司

住所：	深圳市福田区中心区中心广场香港中旅大厦26A
法定代表人：	江禹
联系电话：	021-6849 8529
传真：	021-3896 6500
项目组成员：	张从展、庄东、邵熠、高凡雅

(四) 副主承销商：南京证券股份有限公司

住所：	南京市江东中路 389 号
法定代表人：	李剑锋
联系电话：	025-83367888
传真：	025-83367377
项目组成员：	高乐乐、董健玮

(五) 发行人律师：上海市方达律师事务所

住所:	上海市石门一路288号兴业太古汇香港兴业中心二座24楼
负责人:	齐轩霆
联系电话:	021-2208 1166
传真:	021-5298 5599
经办律师:	楼伟亮、刘一苇、邱晨盛

(六) 会计师事务所：普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）

住所:	中国（上海）自由贸易试验区陆家嘴环路1318号星展银行大厦507单元01室
执行事务合伙人:	李丹
联系电话:	021-2323 8888
传真:	021-2323 8800
经办注册会计师:	高建斌、王瑾

(七) 验资机构/验资复核机构：普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）

住所:	中国（上海）自由贸易试验区陆家嘴环路1318号星展银行大厦507单元01室
执行事务合伙人:	李丹
联系电话:	021-2323 8888
传真:	021-2323 8800
经办注册会计师:	高建斌、王瑾

(八) 资产评估复核机构：上海东洲资产评估有限公司

住所:	上海市延安西路889号太平洋中心19楼
法定代表人:	王小敏
联系电话:	021-5240 2166
传真:	021-6225 2086
经办注册评估师:	武钢、陈俊杰（已离职）

(九) 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

住所:	上海市浦东新区陆家嘴东路166号
联系电话:	021-5870 8888
传真:	021-5889 9400

(十) 保荐机构（联席主承销商）收款银行：中信银行北京瑞城中心支行

开户名：	中信证券股份有限公司
账号：	7116810187000000121

(十一) 申请上市地：上海证券交易所

住所：	上海市浦东南路528号证券大厦
联系电话：	021-6880 8888
传真：	021-6880 4868

二、本次发行的主要时间表

内容	时间
刊登《发行安排及初步询价公告》日期	2020年9月9日
初步询价的日期	2020年9月11日
网上路演日期	2020年9月16日
刊登发行公告日期	2020年9月16日
申购日期	2020年9月17日
缴款日期	2020年9月21日
股票上市日期	本次发行结束后发行人将尽快申请股票在上海证券交易所上市

第七节 备查文件

一、附录和备查文件

- (一) 发行保荐书；
- (二) 财务报表及审计报告；
- (三) 内部控制鉴证报告；
- (四) 经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- (五) 法律意见书及律师工作报告；
- (六) 公司章程（草案）；
- (七) 中国证监会核准本次发行的文件；
- (八) 其他与本次发行有关的重要文件。

二、文件查阅方式

发行人关于本次公开发行股票并上市的所有正式法律文件，均可在以下时间、地点供投资者查阅。

查阅时间：工作日上午 9：00—11：30，下午 2：00—5：00

查阅地点：

发行人：	上海丽人丽妆化妆品股份有限公司		
电话：	021-6466 3911	传真：	021-6466 3912
联系人：	杜红谱		
保荐机构（联席主承销商）：	中信证券股份有限公司		
电话：	021-2026 2320	传真：	021-2026 2344
联系人：	储成杰		

（此页无正文，为《上海丽人丽妆化妆品股份有限公司首次公开发行 A 股股票招股说明书摘要》之签章页）

上海丽人丽妆化妆品股份有限公司

