



广东丸美生物技术股份有限公司

营销升级及运营总部建设项目可行性报告

2023/08

目录

第一章 总论	3
一、 项目名称及建设地点	3
二、 建设单位、注册地址及法人代表.....	3
三、 编制依据	3
第二章 项目概况	4
一、 项目内容概述	4
二、 项目资金使用计划	4
三、 项目与公司现有主营业务关联度.....	5
第三章 项目必要性和可行性分析	6
一、 项目建设必要性	6
二、 项目建设可行性	8
第四章 项目投资总额及使用计划	11
一、 项目投资概算	11
二、 资金使用计划及来源	12
第五章 项目结论	13

第一章 总论

一、项目名称及建设地点

项目名称：营销升级及运营总部建设项目

建设地点：广东省广州市海珠区琶洲西区 AH040135 地块

二、建设单位、注册地址及法人代表

建设单位：广州禾美实业有限公司（广东丸美生物技术股份有限公司二级子公司）

注册地址：广州市海珠区新港东路 2429 号首层自编 028 房

法定代表人：孙云起

注册资本：111,000 万(元)

母公司网址：www.marubi.cn

三、编制依据

- (1) 《产业结构调整指导目录（2023 年本，征求意见稿）》
- (2) 《国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》
- (3) 《“十四五”国家药品安全及促进高质量发展规划》
- (4) 《化妆品监督管理条例》
- (5) 《化妆品生产经营监督管理办法（征求意见稿）》
- (6) 《化妆品注册管理办法（征求意见稿）》
- (7) 《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》
- (8) 《关于推动实体零售创新转型的意见》
- (9) 《关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》
- (10) 《关于加快发展服务业的若干意见》
- (11) 《广东省推动化妆品产业高质量发展实施方案》
- (12) 广东丸美生物技术股份有限公司 2020—2022 年财务审计报告

第二章 项目概况

一、 项目内容概述

项目名称：营销升级及运营总部建设项目

项目总投资：47,129.15 万元

项目建设地址：广东省广州市海珠区琶洲西区 AH040135 地块

项目建设内容概述：

公司原“营销升级及运营总部建设项目”拟建设统一的办公场所，优化办公环境，发挥总部集中管理效应，提升公司整体运作效率。同时建设并升级新营销中心、电子商务中心、品牌展示及体验中心、品牌创新中心、用户研究中心、创意设计中心六大板块，以用户为核心，以新营销思维为导向，升级营销体系，拓宽营销边界，加强用户渗透，强化电子商务能力，扩展品类和品牌矩阵，提升公司运营统筹能力和管理能力，提升品牌影响力,构建品牌良性发展生态环境。

为助力公司更好地推进品牌建设、打造品牌矩阵、进一步提升公司品牌的曝光效果和消费者触达率，更好的实现公司线上转型战略，公司拟对原“营销升级及运营总部建设项目”追加投资 7,260.29 万元，在原项目六大板块基础上新增建设品牌直播中心，调整后的总投资额为 47,129.15 万元。

二、 项目资金使用计划

本项目总投资为 47,129.15 万元，较前次项目方案相比投资规模有所增加，主要系新增了办公场所投资、品牌直播中心相关的设备及人员投资所致。项目具体资金使用计划如下：

图表 1 项目资金使用计划

单位：万元

序号	项目	投资金额	占总投资额的比例
1	办公场所投资	33,521.56	71.1%
2	品牌数字科技展馆投资	2,890.38	6.1%
3	品牌直播中心投资	1,186.21	2.5%
4	软硬件设备投资	2,952.00	6.3%
5	人员工资	2,979.00	6.3%
6	铺底流动资金	3,600.00	7.6%
7	项目总投资	47,129.15	100.0%

三、项目与公司现有主营业务关联度

公司自成立以来始终专注于皮肤科学研究并从事各类化妆品的研发、设计、生产及销售。本次项目将通过新营销中心、电子商务中心、品牌展示及体验中心、品牌创新中心、用户研究中心、创意设计中心、品牌直播中心七大板块的建设，从品牌策略、品牌建设、营销创意、营销渠道、产品展示等方面全面升级公司的营销体系。

本项目是在公司现有业务的基础上延伸制定的，是对公司现有业务的进一步扩展和升级。公司将通过上述募集资金投资项目的实施，加大对用户的深刻洞察和理解，不断推出更受消费者欢迎的优质产品，迎合新兴营销环境，推进营销和渠道的升级与创新，拓展和巩固营销网络，加大品牌宣传有效投入、精准触达用户群体，从而增强产品竞争力、提升品牌影响力与市场占有率。因此，本项目的实施与公司主营业务高度相关，不会造成公司主营业务的重大变化。

第三章 项目必要性和可行性分析

一、 项目建设必要性

1、 本项目有利于公司进一步升级营销管理体系，提升品牌市场影响力

近年来，我国化妆品行业快速发展，市场规模增长迅速。伴随互联网与化妆品行业深度融合、流量媒介迭代加快、群众的消费习惯改变等因素的出现，化妆品行业营销渠道正在处于深刻变革之中。化妆品营销渠道已从传统的日化专营店、百货专柜、商超等线下销售渠道为主转变为线上电商营销为主，近年来则向以抖音、快手、小红书为代表的新媒体内容营销渠道方向发展，直播业态也日趋盛行，为化妆品品牌和新渠道发展提供新的机遇。

公司拟通过本次营销升级及运营总部项目的建设，建设总部大楼，设立新营销中心、电子商务中心、品牌展示及体验中心、品牌创新中心、用户研究中心、创意设计中心、品牌直播中心七大板块。本项目的建设将有效统一、升级公司各职能部门的办公场所，强一体化运营管理能力、提升公司管理效率。同时也将有利于公司完善“以用户为核心”的新型营销渠道生态体系，进一步提升公司对消费者的服务能力和对市场的拓展能力，更好的宣传公司品牌价值理念，持续维护公司的品牌形象。

2、 本项目有利于公司更好的应对市场需求和行业竞争

早期我国消费者在化妆品领域的消费理念主要趋向于品牌导向，国际大牌和头部国货品牌受到消费者的广泛青睐。随着互联网营销渠道的逐渐普及，部分消费者开始基于皮肤护理功效和产品成分表等信息对各类化妆品进行甄别，使得部分新锐本土品牌依靠特有的产品配方、工艺和功效逐步打开市场。我国化妆品行业处于充分竞争状态，经营主体数量众多，行业集中度较低，市场竞争日趋激烈。品牌、销售渠道和产品质量的综合竞争已成为市场竞争的主要趋势。

公司多年来专注于皮肤科学和生物科学研究并从事各类化妆品的研发、设计、生产、销售及服务，公司的抗衰理念和“重组胶原蛋白”等核心成分获得了

较好的市场认可度。近年来随着国内化妆品消费观念的逐步成熟，国产品牌崛起的趋势明显，2022年，本土品牌化妆品的市场渗透率已由2012年的15.9%增长至了23.9%。本土化妆品牌多以产品的快速迭代、核心功效成分或爆款产品抢占市场份额，这也使得我国化妆品市场的产品细分程度进一步提升，产品竞争也日益激烈。化妆品的品牌影响力和市场销售表现与销售渠道以及市场推广的形式和内容存在较高的关联度，为了在激烈的市场竞争中维持公司的行业地位，公司有必要通过本项目的建设进一步完善营销体系，提升市场推广能力，助力公司的可持续发展。

3、本项目有利于公司抓住直播营销渠道的机遇，提升盈利能力

随着社交媒体平台的持续兴起，“直播带货”的营销方式成为各大消费品类进行品牌宣传和产品推广的重要途径。在直播营销模式兴起的初期，各大品牌主要通过聘请专业的KOL、达人等专业主播进行合作带货。但随着业内品牌、主播数量的指数级增长，出现了头部主播渠道利润降低、中腰部主播带货效果良莠不齐的情况，且依靠外部主播较难实现品牌忠诚度的沉淀。因此，近年来品牌自营直播的风潮逐渐兴起。目前，公司正持续推进自身直播管理、运营的优化。公司持续加强了主播培训和直播策略的制定，自营直播渠道实现了较好的营收表现。

目前，我国已进入“全民直播、万物皆可直播”的网络互动时代，短视频营销、直播带货场景吸引了大量用户和消费者。2022年，美妆产品位列直播电商平台用户购物类偏好的第一梯队，在抖音电商经营大类GMV增速趋势中，美妆护肤产品稳居抖音类目第二，且2022年实现了66%的增长速度。直播渠道为化妆品企业带来了可观的市场机遇。因此，公司有必要通过本项目的实施进一步加强自营直播的体系建设，从直播场地、基础设施、直播环境、专业团队等方面全面建设专业的品牌直播中心，从而更好的搭建自身的私域品牌流量，提升终端消费者的触达效率，强化品牌的心智建设，进一步提升公司的综合竞争实力。

二、项目建设可行性

1、国家政策为本项目的实施奠定了基础

近年来，我国化妆品行业市场规模持续扩大，市场竞争也愈发激烈。为规范和促进化妆品行业高质量发展，国家发布了多个政策予以支持。《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》的第十二章“畅通国内大循环”中明确提出，要“开展中国品牌创建行动，保护发展中华老字号，提升自主品牌影响力和竞争力，率先在化妆品、服装、家纺、电子产品等消费品领域培育一批高端品牌”。《“十四五”国家药品安全及促进高质量发展规划》《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》《化妆品注册备案管理办法》《化妆品功效宣称评价规范》《化妆品监督管理条例》《化妆品抽样检验管理办法》《化妆品网络经营监督管理办法》等文件持续密集发布，进一步为行业各环节的规范化经营提供了明确的指引。

同时，广东省人民政府在《广东省推动化妆品产业高质量发展实施方案》中也明确提出，“力争到2025年，培育年销售收入超过200亿元、100亿元的领军企业各3-5家、超过50亿元的本土企业10家以上，拥有10个以上知名民族品牌，本土自主品牌产品市场占有率占全国50%以上，打造国内乃至全球最具影响力和知名度的化妆品产业高质量发展集聚群”。树立国产优质品牌榜样，打破海外品牌垄断壁垒，对于我国化妆品行业高质量发展有着重要意义。

综上所述，国家和地方政策的支持为化妆品行业提供了良好的发展环境，也为本项目奠定了良好的实施基础。

2、公司多年的品牌建设和市场营销经验支撑本项目的实施

公司凭借多年累积的行业经验和全面的服务能力，在行业内逐渐形成了良好的口碑和品牌知名度，具有较好的品牌优势。公司旗下品牌“丸美”、“春纪”和“恋火”，主要覆盖肌肤抗衰老、功效性护肤、彩妆领域，可满足不同年龄、消费层次、消费偏好的需求。公司以卓越的眼部护理闻名业界，曾连续多年蝉联美国《Women's Wear Daily》全球100大美容品企业。2022年公司通过明星代言人实现130城、60万点位、百亿曝光，围绕眼霜强化抗衰理念，并以“重组胶

原蛋白”双专利、超温和及强功效，入选抖音X巨量引擎X时尚芭莎之“了不起的中国成分”TOP 1。

公司目前采用线下经销、线上直营为主的销售模式，建立了覆盖线下日化专营店、百货商场专柜、美容院，及线上平台电商（天猫、京东、唯品会等）、内容电商（抖音、快手、小红书等）等多种渠道的销售网络。公司通过构建线上线下不同销售场景和不同人群的用户画像，推进分渠道、分产品的营销策略，保障了多渠道多平台协同均衡发展。2022年，公司坚定推进线上转型战略，优化直播管理与运营，加强主播培训，全年抖音快手自营直播渠道实现营收1.89亿元，同比增长4.9倍，天猫直播渗透率也实现明显提升。

整体而言，公司已具备较强的品牌建设和全渠道营销运营经验，本项目的建设将进一步提高公司的综合竞争力，持续加强品牌运营，公司丰富的市场经验能够为本项目提供较好的支持。

3、公司持续的科研投入和研发能力为本项目的建设提供保障

公司多年来专注于皮肤科学研究并从事各类化妆品的研发、设计、生产、销售及服务，在皮肤科学领域持续投入了大量的研发资源，并获取了积极的成果。2022年公司研发投入近5300万元，较上年增加4.83%。公司的专业领域及研究成果涵盖了植物提取、生物发酵、基因工程、基于生物技术的活性原料制备工艺和配方基质运用技术、植本现代制剂技术、新型配方工艺技术、先进制造工艺技术等各个领域。截止2023年6月30日，公司累计获得授权专利241项，其中发明专利161项（含国际专利31项），3项发明专利获得中国专利奖-优秀奖，1项专利获得广东省专利奖。公司相继在国内外学术期刊上发表总计近30篇学术论文，其中8篇SCI国际期刊论文；累计主导及参与标准起草39项，其中国家标准8项，行业标准2项，团体标准29项。

与此同时，公司致力于自主研发与外部合作相结合的研究模式，公司自有研发人员近100人，占公司员工总数的8.77%，研发团队学历、年龄结构合理，在皮肤科学相关领域具备丰富的技术积累，对未来技术发展趋势也有着良好的把握能力。在建设自身研发团队的同时，公司不断搜集、评估和融合外部学研

机构可应用于研发和产品的先进技术资源，建立“学、研、医、检”机构库、技术库、专家库，形成多主体多领域多维度联动的开发创新平台。截止2023年6月30日，公司与33所国内外高校、知名三甲医院、科研院所等机构建立了合作关系。

综上所述，公司在基础技术研究和产品研发方面的技术沉淀和持续的科研投入为本项目的实施奠定了良好的基础。

第四章 项目投资总额及使用计划

一、项目投资概算

1、估算范围

本项目投资包含办公场所投资、品牌数字科技展馆投资、品牌直播中心投资、软硬件设备投资、人员工资和铺底流动资金等。

2、项目总体投资概算

本项目总投资为 47,129.15 万元，较前次项目方案相比投资规模有所增加，主要系新增了品牌直播中心相关的办公场所、设备及人员投资所致。

图表 2 项目总投资估算表

单位：万元

序号	项目名称	投资金额 (万元)	占总投 资额的 比例	投资进度		
				T+1	T+2	T+3
1	办公场所投资	33,521.56	71.13%	11,732.55	13,408.62	8,380.39
1.1	土建费用（地上地下建筑面积共 2.8 万平方米）	9,270.00	19.67%	3,244.50	3,708.00	2,317.50
1.2	装修费用（地上地下建筑面积共 2.5 万平方米）	16,615.39	35.26%	5,815.39	6,646.16	4,153.85
1.3	楼宇配套工程及设备	2,931.49	6.22%	1,026.02	1,172.60	732.87
1.4	工程建设设计监理及配套费用	2,704.68	5.74%	946.64	1,081.87	676.17
1.5	其他建设费用	2,000.00	4.24%	700.00	800.00	500.00
2	品牌数字科技展馆投资	2,890.38	6.13%		1,156.15	1,734.23
2.1	基础设施投资	1,800.00	3.82%		720.00	1,080.00
2.2	展示与检测设备投资	1,090.38	2.31%		436.15	654.23
3	品牌直播中心投资	1,186.21	2.52%		711.73	474.48
4	软硬件设备投资	2,952.00	6.26%		1,180.80	1,771.20
4.1	办公设备	856.00	1.82%		342.40	513.60
4.2	IT、机房及设备	1,118.00	2.37%		447.20	670.80
4.3	软件及技术	978.00	2.08%		391.20	586.80
5	人员工资	2,979.00	6.32%		1,037.00	1,942.00
6	铺底流动资金	3,600.00	7.64%	1,200.00	1,200.00	1,200.00
	合计	47,129.15	100.00%	12,932.55	18,694.30	15,502.30

二、 资金使用计划及来源

本项目建设共需资金 47,129.15 万元，其中第一年拟投入 12,932.55 万元，第二年拟投入 18,694.30 万元，第三年拟投入 15,502.30 万元。项目进度安排如下图所示：

公司本次募集资金将存放于董事会决定的专项账户集中管理，并与保荐机构及存放募集资金的商业银行签订三方监管协议。公司将严格按照《募集资金管理制度》对募集资金进行管理，从而保证高效使用募集资金以及有效控制募集资金安全。

第五章 项目结论

本次募集资金投资项目建设符合国家政策指引和相关法律法规，符合公司发展的现实需求，顺应未来市场的发展趋势，与公司整体的战略规划有着紧密的联系，具有实施的必要性。通过营销升级及运营总部建设项目的实施，进一步完善公司的综合管理能力，促进公司的可持续发展。

综上所述，本次募集配套资金项目建设的计划是根据国家产业政策、行业发展趋势及公司目前发展状况慎重决策的，项目的实施从公司管理、市场需求等多方面都是可行的，对于公司未来的发展战略是必要的，因此本项目的建设及运营方案切实可行。