（上接A82版）

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	协商一致天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妞娃	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铺搭建及入驻，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/淘宝站内外渠道资源，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和效率。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%
	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	34,028.53	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服务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”。

截至本招股意向书摘要签署日，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
	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。根据壹网壹创招股意向书披露的信息，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

截至本招股意向书摘要签署日，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(㎡)	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应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，截至本招股意向书摘要签署日，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。截至本招股意向书摘要签署日，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。截至本招股意向书摘要签署日，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

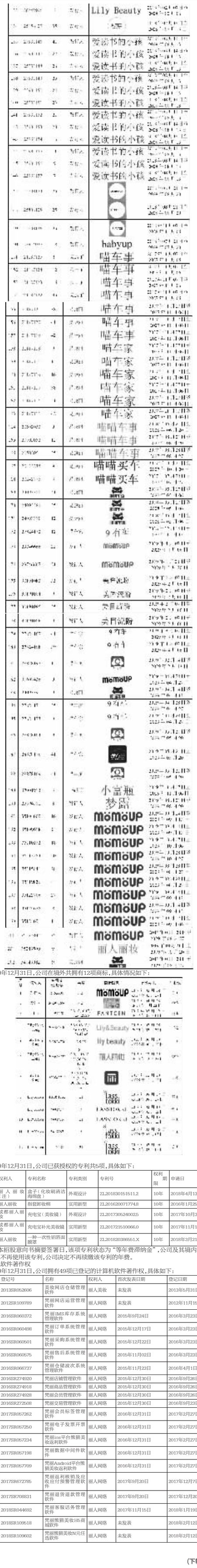
截至2019年12月31日，公司无形资产情况如下：

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：



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：

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：截至本招股意向书摘要签署日，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	梵丽数据中间件软件	丽人网络	2016年12月31日	2017年2月27日
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