（上接A85版）

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、金融业务），计算机信息科技领域内的技术开发、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、代理国内外类广告（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、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、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、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、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、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）

截至本招股意向书摘要签署日，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	上海襕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）

截至本招股意向书摘要签署日，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、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）

截至本招股意向书摘要签署日，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，10th Floor，Silom Road，Suriyawong Sub-district，Bangrak District，Bangkok

截至本招股意向书摘要签署日，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：31011755595033320195E3101001 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