



珀莱雅化妆品股份有限公司

Proya Cosmetics Co., Ltd.

(注册地址: 杭州市西湖区世贸丽晶城欧美中心 1 号楼 (D 区) 1605 室)

首次公开发行股票 招股意向书

保荐人 (主承销商)



国信证券股份有限公司
GUOSEN SECURITIES CO., LTD.

(注册地址: 深圳市罗湖区红岭中路 1012 号国信证券大厦十六至二十六层)

发行概况

公司本次公开发行新股 5,000 万股，占发行后总股本的 25%，公司股东不在本次发行过程中公开发售股份。

发行股票类型：人民币普通股	每股面值：1.00 元
发行股数：5,000 万股	每股发行价格：【】元
发行后总股本：20,000 万股	预计发行日期：2017 年 11 月 3 日
拟上市证券交易所：上海证券交易所	

本次
发行
前股
东所
持股
份的
流通
限制
及自
愿锁
定股
份的
承诺

公司控股股东、实际控制人侯军呈、方爱琴夫妇承诺：（1）自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；（2）若公司上市后 6 个月内如公司股票连续 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，本人所持公司股票的锁定期自动延长 6 个月；（3）本人所持公司股份在锁定期届满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。

公司董事、总经理方玉友承诺：（1）自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；（2）若公司上市后 6 个月内如公司股票连续 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，本人所持公司股票的锁定期自动延长 6 个月；（3）本人所持公司股份在锁定期届满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。

自然人股东李小林、徐君清、方爱芬、叶财福、李建清、陈东方、李文清、徐东魁、鲍青芳、方加琴、方善明、叶红等 12 名自然人股东承诺：（1）自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；（2）若公司上市后 6 个月内如公司股票连续 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，本人所持公司股票的锁定期自动延长 6 个月；（3）本人所持公司股份在锁定期届满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。

曹良国、周方坚、王以人、高秀明、方加安、高定保等 6 名自然人股东承诺：自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

股东正德投资承诺：自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理

本合伙企业已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

担任公司董事、高级管理人员的侯军呈、方玉友、曹良国承诺：（1）在本人担任公司董事/高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接或间接持有公司股份总数的 25%；离任后半年内，本人不转让本人直接或间接持有的公司股份；（2）本人所持公司股份在锁定期限届满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；若公司上市后 6 个月内如公司股票连续 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，本人所持公司股票的锁定期限自动延长 6 个月；且不因本人职务变更、离职等原因而终止。

担任公司高级管理人员的章敏华、张叶峰承诺：（1）自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；（2）在本人担任公司高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接或间接持有公司股份总数的 25%；离任后半年内，本人不转让本人直接或间接持有的公司股份；（3）本人所持公司股份在锁定期限届满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；若公司上市后 6 个月内如公司股票连续 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，本人所持公司股票的锁定期限自动延长 6 个月；且不因本人职务变更、离职等原因而终止。

担任公司监事的裴竹祥承诺：（1）自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；（2）在本人担任公司监事期间，每年转让的股份不超过本人直接或间接持有公司股份总数的 25%；离任后半年内，本人不转让本人直接或间接持有的公司股份。

若在承诺期间，发行人股票发生除权除息等相关事项时，对发行价格按照有关规定作相应调整。

作出上述股份锁定承诺的各个主体均承诺：若本人/本合伙企业违背上述股份锁定承诺，本人/本合伙企业所持公司股票的锁定期限将自动延长 6 个月。

保荐机构（主承销商）：

国信证券股份有限公司

招股意向书签署日期：

2017 年 10 月 25 日

发行人声明

发行人及其控股股东、实际控制人、全体董事、监事、高级管理人员承诺：招股意向书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任；如有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失；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，将由发行人依法回购首次公开发行的全部新股。

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意向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，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做的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益作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。

投资者应当认真阅读发行人公开披露的信息，自主判断企业的投资价值，自主做出投资决策，若对本招股意向书及其摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

重大事项提示

本公司特别提示投资者对下列重大事项给予充分关注，并仔细阅读本《招股意向书》“第四节风险因素”的全部内容。

一、本次发行的相关重要承诺的说明

（一）股份锁定承诺

1、控股股东、实际控制人侯军呈、方爱琴夫妇承诺

公司控股股东、实际控制人侯军呈、方爱琴夫妇承诺：（1）自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；（2）若公司上市后 6 个月内如公司股票连续 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，本人所持公司股票的锁定期限自动延长 6 个月；（3）本人所持公司股份在锁定期限届满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。

2、董事、总经理方玉友承诺

公司董事、总经理方玉友承诺：（1）自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；（2）若公司上市后 6 个月内如公司股票连续 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，本人所持公司股票的锁定期限自动延长 6 个月；（3）本人所持公司股份在锁定期限届满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。

3、李小林、方爱芬、徐君清等 12 名自然人股东承诺

自然人股东李小林、徐君清、方爱芬、叶财福、李建清、陈东方、李文清、徐东魁、鲍青芳、方加琴、方善明、叶红承诺：（1）自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；（2）若公司上市后 6 个月内如公司股票连续 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，本人所持公司

股票的锁定期限自动延长 6 个月；（3）本人所持公司股份在锁定期限届满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。

4、曹良国等 6 名自然人股东承诺

曹良国、周方坚、王以人、高秀明、方加安、高定保等 6 名自然人股东承诺：自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

5、股东正德投资承诺

股东正德投资承诺：自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本企业已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

6、董事、监事、高级管理人员承诺

担任公司董事、高级管理人员的侯军呈、方玉友、曹良国承诺：（1）在本人担任公司董事/高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接或间接持有公司股份总数的 25%；离任后半年内，本人不转让本人直接或间接持有的公司股份；（2）本人所持公司股份在锁定期限届满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；若公司上市后 6 个月内如公司股票连续 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，本人所持公司股票的锁定期限自动延长 6 个月；且不因本人职务变更、离职等原因而终止。

担任公司高级管理人员的章敏华、张叶峰承诺：

（1）自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；（2）在本人担任公司高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接或间接持有公司股份总数的 25%；离任后半年内，本人不转让本人直接或间接持有的公司股份；（3）本人所持公司股份在锁定期限届满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；若公司上市后 6 个月内如公司股票连续 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，本人所持公司股票的锁定期限自动延长 6 个月；且不因本人职务变更、离职等原因而终止。

担任公司监事的裴竹祥承诺：

(1) 自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；(2) 在本人担任公司监事期间，每年转让的股份不超过本人直接或间接持有公司股份总数的 25%；离任后半年内，本人不转让本人直接或间接持有的公司股份。

若在承诺期间，发行人股票发生除权除息等相关事项时，对发行价格按照有关规定作相应调整。

7、股东减持承诺的约束措施

作出上述股份锁定承诺的各个主体均承诺：若本人/本合伙企业违背上述股份锁定承诺，本人/本合伙企业所持公司股票的锁定期限将自动延长 6 个月。

(二) 关于上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定股价的预案

1、稳定股价预案的有效期及触发条件

(1) 稳定股价预案自公司股票上市之日起三年内有效；

(2) 稳定股价预案有效期内，公司股票价格出现当日收盘价连续 20 个交易日低于公司上一会计年度未经审计的每股净资产时（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数÷年末公司股份总数，下同），则立即启动本预案；若在承诺期间，发行人股票发生除权除息等相关事项时，对股票每股净资产按照有关规定作相应调整。

公司应在满足实施稳定股价预案的条件之日起 2 个交易日内发布提示公告，并在 5 个交易日内制定并公告股价稳定具体措施。如未按上述期限公告稳定股价措施的，则应及时公告具体措施的制定进展情况。

2、股价稳定预案的具体措施

公司稳定股价的具体措施为：公司回购公司股票，公司实际控制人增持公司股票，董事（不包括独立董事，下同）和高级管理人员增持公司股票。

公司制定稳定股价预案具体实施方案时，应当综合考虑当时的实际情况及各种稳定股价措施的作用及影响，并在符合相关法律法规的规定的情况下，各方协商确定并通知当次稳定股价预案的实施主体，并在启动股价稳定措施前公告具体

实施方案。

公司稳定股价方案不以股价高于每股净资产为目标。当次稳定股价方案实施完毕后，若再次触发稳定股价预案启动情形的，将按前款规定启动下一轮稳定股价预案。

公司及实际控制人、董事及高级管理人员在履行其回购或增持义务时，应按照上海证券交易所的相关规则及其他适用的监管规定履行相应的信息披露义务。

3、公司的稳定股价措施

(1) 公司为稳定股价之目的回购股份，应符合相关法律、法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

(2) 在公司出现应启动稳定股价预案情形，公司应在 2 个工作日内启动决策程序，经董事会、股东大会决议通过后，依法通知债权人和履行备案程序。公司将采取上海证券交易所集中竞价交易、要约等方式回购股份。回购方案实施完毕后，公司应在 2 个工作日内公告公司股份变动报告，并在 10 日内依法注销所回购的股份，办理工商变更登记手续。

(3) 公司回购股份议案须经董事会、股东大会决议通过，其中股东大会须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。公司董事承诺就该等回购事宜在董事会中投赞成票；实际控制人承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。

(4) 公司以要约方式回购股份的，要约价格不得低于回购报告书公告前 30 个交易日该种股票每日加权平均价的算术平均值且不低于公司最近一期经审计的每股净资产；公司以集中竞价方式回购股份的，回购价格不得为公司股票当日交易涨幅限制的价格。

(5) 公司实施稳定股价议案时，拟用于回购资金应为自筹资金。除应符合相关法律法规之要求外，还应符合以下各项：

公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行新股所募集资金的总额；单次用以稳定股价的回购股份的资金金额不高于上一会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 10%；单一会计年度用以稳定股价的回购股份的资

金金额合计不超过上一会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 30%。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实施稳定股价预案。

公司董事会公告回购股份预案后，公司股票若连续 5 个交易日收盘价超过上一会计年度末每股净资产时，公司董事会可以做出决议终止回购股份事宜。

4、公司控股股东、实际控制人的稳定股价措施

(1) 控股股东、实际控制人为稳定股价之目的增持股份，应符合《上市公司收购管理办法》等相关法律、法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

(2) 在公司出现应启动预案情形时，公司控股股东、实际控制人应在收到通知后 2 个工作日内就其是否有增持公司股票的具体计划书面通知公司并由公司进行公告。公司应披露拟增持的数量范围、价格区间、总金额、完成时间等信息。依法办理相关手续后，应在 2 个交易日内启动增持方案。增持方案实施完毕后，公司应在 2 个工作日内公告公司股份变动报告。

(3) 控股股东、实际控制人在实施稳定股价议案时，应符合下列各项：

①公司控股股东、实际控制人单次用于增持股份的资金不超过其上一会计年度自公司取得的现金分红的 30%；单一会计年度用于增持股份的资金合计不超过其上一会计年度自公司取得的现金分红的 60%。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，本公司将继续按照上述原则实施稳定股价预案，以前年度已经用于稳定股价的增持资金金额不再计入累计现金分红金额；

②公司控股股东、实际控制人单次增持股份不超过公司总股本的 2%；

③公司控股股东、实际控制人增持价格不高于上一会计年度经审计的每股净资产。

5、公司董事（不含独立董事，下同）及高级管理人员的稳定股价措施

(1) 公司董事及高级管理人员为稳定股价之目的增持股份，应符合《上市

公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规的条件和要求且不应导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，对公司股票进行增持。

(2) 在公司出现应启动稳定股价预案情形时，公司董事及高级管理人员应在收到通知后 2 个工作日内，就其是否有增持公司股票的具体计划书面通知公司并由公司进行公告。公告应披露拟增持的数量范围、价格区间、总金额、完成时间等信息。依法办理相关手续后，应在 2 个交易日内开始启动增持方案。增持方案实施完毕后，公司应在 2 个工作日内公告公司股份变动报告。

(3) 公司董事及高级管理人员增持价格不高于上一会计年度经审计的每股净资产。

(4) 公司董事及高级管理人员实施稳定股价议案时，单次用于增持股份的资金不超过董事和高级管理人员上一会计年度从公司领取现金薪酬总和的 30%，且单一会计年度用于增持股份的资金合计不超过其上一会计年度从公司领取的现金薪酬总和。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，将继续按照上述原则实施稳定股价预案。

(5) 公司董事及高级管理人员应根据公司稳定股价预案和相关措施的规定签署相关承诺。公司上市后 3 年内拟新聘任董事和高级管理人员时，公司将促使该等新聘任的董事和高级管理人员根据公司稳定股价预案和相关措施的规定签署相关承诺。

6、相关约束措施

(1) 公司违反本预案的约束措施

公司承诺：“在启动股价稳定预案的前提条件满足时，如本公司未采取上述稳定股价的具体措施，本公司将在股东大会及中国证监会指定披露媒体上公开说明未采取稳定股价措施的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。如非因不可抗力导致，给投资者造成损失的，公司将向投资者依法承担赔偿责任，并按照法律、法规及相关监管机构的要求承担相应的责任；如因不可抗力导致，应尽快研

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，尽可能地保护公司投资者利益。

自本公司股票上市之日起三年内，若本公司新聘任董事、高级管理人员的，本公司将要求该等新聘任的董事、高级管理人员履行本公司上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。”

（2）公司控股股东、实际控制人违反承诺的约束措施

公司控股股东、实际控制人承诺：“在启动稳定股价预案的前提条件满足时，如本人未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，将在发行人股东大会及中国证监会指定披露媒体上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉；如果本人未履行上述承诺的，本人将在前述事项发生之日起5个工作日内停止在发行人处领取股东分红，同时本人持有的发行人股份将不得转让，直至本人按上述预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。”

（3）公司董事及高级管理人员违反承诺的约束措施

公司董事及高级管理人员承诺：“在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本人未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，将在发行人股东大会及中国证监会指定披露媒体上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉；如果本人未履行上述承诺的，本人将在前述事项发生之日起5个工作日内停止在发行人处领取薪酬及股东分红（如有），同时本人持有的发行人股份（如有）不得转让，直至本人按上述预案的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕时为止。”

（三）关于履行诚信义务的相关承诺

经中国证监会、公司上市所在证券交易所或司法机关认定，公司本次公开发行股票的招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致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，发行人及发行人董事、监事、高级管理人员负有所各自承诺的回购新股、赔偿损失等义务。

1、相关主体的承诺

（1）发行人相关承诺

公司承诺：“若经中国证监会、公司上市所在证券交易所或司法机关认定，本次公开发行股票的招股意向书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将及时提出股份回购预案，并提交董事会、股东大会讨论，依法回购首次公开发行的新股，回购价格按照发行价（若公司股票在此期间发生除权除息等相关事项时，对发行价格按照有关规定作相应调整）加算银行同期存款利息确定，并根据相关法律、法规规定的程序实施。在实施上述股份回购时，如法律法规、公司章程等另有规定的从其规定。

如本公司招股意向书有虚假记载、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，将依法赔偿投资者损失。在该等违法事实被中国证监会、公司上市所在证券交易所或司法机关认定后，将本着简化程序、积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。”

（2）发行人控股股东、实际控制人的相关承诺

发行人控股股东、实际控制人承诺：“如发行人招股意向书有虚假记载、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。在该等违法事实被中国证监会、公司上市所在证券交易所或司法机关认定后，将本着简化程序、积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。”

（3）发行人董事、监事及高级管理人员相关承诺

发行人董事、监事、高级管理人员承诺：“如发行人招股意向书有虚假记载、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。在该等违法事实被中国证监会、公司上市所在证券交易所或司法机关认定后，将本着简化程序、积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中

小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。”

2、公告程序

若本次公开发行股票的招股意向书被中国证监会、公司上市所在证券交易所或司法机关认定为有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，在公司收到相关认定文件后 2 个工作日内，相关各方应就该等事项进行公告，并在前述事项公告后及时公告相应的回购新股、赔偿损失的方案的制定和进展情况。

3、约束措施

（1）若本公司违反上述承诺，则将在股东大会及中国证监会指定披露媒体上公开就未履行上述赔偿措施向股东和社会公众投资者道歉，并按中国证监会及有关司法机关认定的实际损失向投资者进行赔偿。

（2）公司控股股东、实际控制人若违反上述承诺，则将在发行人股东大会及中国证监会指定披露媒体上公开就未履行上述赔偿措施向发行人股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺发生之日起 5 个工作日内，停止在发行人处领取股东分红，同时其持有的发行人股份将不得转让，直至其按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。

（3）公司董事、监事、高级管理人员若违反上述承诺，则将在发行人股东大会及中国证监会指定披露媒体上公开就未履行上述赔偿措施向发行人股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺发生之日起 5 个工作日内，停止在发行人处领取薪酬（或津贴）及股东分红（如有），同时其持有的发行人股份（如有）将不得转让，直至其按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。

（四）公司发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向

1、公司控股股东、实际控制人的持股意向及减持意向

本人侯军呈、方爱琴作为发行人控股股东、实际控制人，已明确知晓与公司首次公开发行股票并上市（以下简称“本次发行”）相关的持股 5%以上股东需

履行的诚信义务及有关法律、法规、规范性文件的相关规定，本人在公司本次发行前承诺如下：

（1）本人在锁定期满后 24 个月内，直接或间接减持发行人股份的数量不超过本次发行前发行人股份总数的 6%；

（2）本人减持公司股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于证券交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

（3）本人减持公司股份前，应提前三个交易日予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务；本人持有公司股份低于 5%以下时除外；

（4）如果本人未履行上述减持意向，本人将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承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

2、本次发行前直接持股 5%以上股东方玉友、李小林的持股意向及减持意向

本人作为发行人直接持股 5%以上股东，已明确知晓与公司首次公开发行股票并上市（以下简称“本次发行”）相关的持股 5%以上股东需履行的诚信义务及有关法律、法规、规范性文件的相关规定，本人在公司本次发行前承诺如下：

（1）如果在锁定期满后，本人拟减持股票的，将认真遵守中国证监会、交易所关于股东减持的相关规定，结合公司稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持；

（2）本人减持公司股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

（3）本人减持公司股份前，应提前三个交易日予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务；本人持有公司股份低于 5%以下时除外；

(4) 如果本人未履行上述减持意向, 本人将在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承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

(五) 相关主体关于首次公开发行填补被摊薄即期回报的措施及承诺

根据公司的合理预测, 若公司 2017 年度内能够完成公开发行并上市, 与 2016 年度数据相比, 公司 2017 年度的基本每股收益和稀释每股收益以及扣除非经常性损益后的基本每股收益和稀释每股收益均存在下降趋势。

1、发行人相关措施及承诺

为保证本次募集资金有效使用、有效防范即期回报被摊薄的风险和提高未来的回报能力, 公司拟通过加强经营管理和内部控制、加快募投项目建设进度、强化投资者回报机制等措施, 从而提升资产质量、增加营业收入、增厚未来收益、实现可持续发展, 以填补被摊薄即期回报。具体措施如下:

(1) 加强经营管理和内部控制

公司已根据法律法规和规范性文件的规定建立健全了股东大会、董事会及其各专门委员会、监事会、独立董事、董事会秘书和高级管理层的治理结构, 夯实了公司经营管理和内部控制的基础。未来几年, 公司将进一步提高经营管理水平、加快项目建设周期, 提升公司的整体盈利能力; 同时, 公司将努力提高资金的使用效率, 完善并强化投资决策程序, 设计更为合理的资金使用方案, 合理运用各种融资工具和渠道, 控制公司资金成本, 节省财务费用支出; 另外, 公司也将继续加强企业内部控制, 加强成本管理并强化预算执行监督, 全面有效地控制公司经营和管控风险。

(2) 加快募投项目建设进度

公司本次募集资金投资项目均围绕于主营业务, 从现有业务出发, 增强公司的经营能力。本次发行募集资金到位后, 公司将加快推进募投项目建设, 争取募投项目早日达产并实现预期效益。

(3) 强化投资者回报机制

为完善公司利润分配政策，增强利润分配的透明度，保护公众投资者的合法权益，公司已根据中国证监会下发的《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》（证监会公告[2013]43号），对公司上市后适用的《公司章程（草案）》中关于利润分配政策条款进行了相应规定。

公司股东大会已对《关于制定公司上市后三年股东分红回报规划的议案》进行了审议，强化对投资者的收益回报，建立了对股东持续、稳定、科学的回报规划与机制，对利润分配做出制度性安排，保证利润分配政策的连续性和稳定性。

公司承诺将根据中国证监会、上海证券交易所后续出台的实施细则，持续完善填补被摊薄即期回报的各项措施。

本公司如违反前述承诺，将及时公告违反的事实及原因，除因不可抗力或其他非归属于本公司的原因外，将向本公司股东和社会公众投资者道歉，同时向投资者作出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的利益，并在公司股东大会审议通过后实施补充承诺或替代承诺。

上述填补被摊薄即期回报的措施不等于对发行人未来利润做出保证。

2、控股股东、实际控制人承诺

为保证公司填补被摊薄即期回报的措施能够得到切实履行，本人作为公司的控股股东、实际控制人承诺：

（1）任何情形下，本人承诺均不滥用控股股东、实际控制人地位，均不会越权干预公司经营管理活动，不会侵占公司利益；

（2）在中国证监会、上海证券交易所另行发布填补被摊薄即期回报的措施及其承诺的相关意见及实施细则后，如果公司的相关规定及本人承诺与该等规定不符时，本人承诺将立即按照中国证监会及上海证券交易所的规定出具补充承诺，并积极推进公司作出新的承诺或措施，以符合中国证监会及上海证券交易所的要求；

（3）本人承诺全面、完整、及时履行公司制定的有关填补被摊薄即期回报

的措施以及本人对此作出的任何有关填补被摊薄即期回报的措施的承诺。若本人违反该等承诺，给公司或者股东造成损失的，本人愿意：①在股东大会及中国证监会指定披露媒体公开作出解释并道歉；②依法承担对公司和/或股东的补偿责任；③无条件接受中国证监会和/或上海证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出的处罚或采取的相关监管措施。

上述填补被摊薄即期回报的措施不等于对公司未来利润做出保证。

3、公司董事、高级管理人员承诺

为保证公司填补被摊薄即期回报的措施能够得到切实履行，本人作为公司的董事、高级管理人员承诺：

（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，也不得采用其他方式损害公司利益；

（2）本人承诺将严格遵守公司的预算管理，本人的任何职务消费行为均将在为履行本人职责之必须的范围内发生，并严格接受公司监督管理，避免浪费或超前消费；

（3）本人承诺不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；

（4）本人承诺积极推动公司薪酬制度的完善，使之更符合填补被摊薄即期回报的要求；支持公司董事会或薪酬委员会在制订、修改补充公司的薪酬制度时与公司填补被摊薄即期回报的措施的执行情况相挂钩；承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（5）在中国证监会、上海证券交易所另行发布填补被摊薄即期回报的措施及其承诺的相关意见及实施细则后，如果公司的相关规定及本人承诺与该等规定不符时，本人承诺将立即按照中国证监会及上海证券交易所的规定出具补充承诺，并积极推进公司作出新的承诺或措施，以符合中国证监会及上海证券交易所的要求；

（6）本人承诺全面、完整、及时履行公司制定的有关填补被摊薄即期回报的措施以及本人对此作出的任何有关填补被摊薄即期回报的措施的承诺。若本人

违反该等承诺，给公司或者股东造成损失的，本人愿意：①在股东大会及中国证监会指定披露媒体公开作出解释并道歉；②依法承担对公司和/或股东的补偿责任；③无条件接受中国证监会和/或上海证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出的处罚或采取的相关监管措施。

上述填补被摊薄即期回报的措施不等于对发行人未来利润做出保证。

（六）本次发行相关中介机构的承诺

保荐人及主承销商国信证券股份有限公司承诺：

本公司为发行人本次发行制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。若因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，将先行赔偿投资者损失。本公司保证遵守以上承诺，勤勉尽责地开展业务，维护投资者合法权益，并对此承担责任。

审计机构天健会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：

因本所为珀莱雅化妆品股份有限公司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，将依法赔偿投资者损失，如能证明本所没有过错的除外。

发行人律师国浩律师（杭州）事务所承诺：

若因本所为发行人首次公开发行股票并上市制作、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，本所将依法赔偿投资者损失，如能证明无过错的除外。国浩保证遵守以上承诺，勤勉尽责地开展业务，维护投资者合法权益，并对此承担相应的法律责任。

二、公司发行上市后股利分配政策

请投资者关注本公司的利润分配政策和现金分红比例。根据《公司章程（草案）》，本次发行上市后本公司的利润分配政策如下：

（一）公司利润分配原则

公司利润分配应保持连续性和稳定性，实行持续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报，但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。若外部经营环境或者公司自身经营状况发生较大变化，公司可充分考虑自身生产经营、投资规划和长期发展等需要根据本章程规定的决策程序调整利润分配政策，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和上海证券交易所的有关规定。

（二）公司利润分配的形式

公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式分配股利。公司应每年至少进行一次利润分配。利润分配中，现金分红优于股票股利。具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。公司在股本规模及股权结构合理、股本扩张与业绩增长同步的情况下，可以采用股票股利的方式进行利润分配。公司董事会可以根据公司的盈利及资金需求状况提议公司进行中期现金或股利分配。

（三）利润分配的顺序

公司分配当年税后利润时，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，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

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。

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%。

（四）公司现金分红的条件及现金分红政策

1、现金分红条件

（1）公司该年度或半年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值；

（2）公司累计可供分配利润为正值；

2、现金分红政策

公司每年以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可供分配利润的10%。

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，提出差异化的现金分红政策：

（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%；

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。

在满足现金分红条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司原则上每年年度股东大会召开后进行一次现金分红，公司可以根据公司的盈利状况及资金需求状况进行中期现金分红。

（五）公司发放股票股利利润分配的条件和比例

在公司经营情况良好、业绩增长快速，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在确保足额现金利润分配的前提下，提出股票股利分配预案。董事会拟采用股票方式进行利润分配的，应当以股东合理现金分红回报和维持适当股本规模为前提，并综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素，确保利润分配方案符合全体股东的整体利益。

（六）公司利润分配政策决策程序

公司每年利润分配方案由董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金供给和需求情况拟订。董事会应当认真研究和论证公司现金和股利分配的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、发展资金需求、融资成本、外部融资环境等因素科学地制定利润分配方案，独立董事应当对利润分配方案进行审核并发表独立明确的意见。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。股东大会对利润分配方案进行审议前，公司应当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。监事会应对董事会制定公司利润分配方案的情况及决策程序进行监督。

公司董事会未作出现金股利分配预案的，应当在董事会决议公告、年度报告中披露原因，以及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，独立董事应当对此发表独立意见。

董事会审议制定或修改利润分配相关政策时，须经全体董事过半数表决通过方可提交股东大会审议；股东大会审议制定或修改利润分配相关政策时，须经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上表决通过。

股东大会对利润分配方案作出决议后，董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成现金或股利的派发事项。

存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

（七）公司利润分配政策的披露

公司应当在年度报告中详细披露利润分配政策的制定及执行情况，并对以下事项进行专项说明：现金分红是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求；现金分红标准和比例是否明确和清晰；相关的决策程序和机制是否完备；独立董事是否尽职履责并发挥了应有的作用；中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到充分维护等。如对现金分红政策进行调整或变更的，还应详细说明调整或变更的条件和程序是否合规和透明等。

（八）利润分配政策的调整和变更

公司的利润分配政策不得随意变更。公司应当根据自身实际情况，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事的意见制定或修改利润分配政策。如因外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化确需调整利润分配政策的，将以股东权益保护为出发点，在股东大会提案中详细论证和说明原因，调整后的利润分配政策不得违反法律法规以及中国证监会、证券交易所的有关规定。有关调整利润分配政策的议案，须经董事会、监事会审议通过后提交股东大会批准，独立董事应当对该议案发表独立意见。董事会审议修改利润分配相关政策时，须经全体董事过半数表决通过、并经二分之一以上独立董事同意，方可提交股东大会审议。股东大会审议修改利润分配相关政策时，须经出席股东大会会议的股东所持表决权的三分之二以上表决通过。为充分听取中小股东意见，公司应通过提供网络投票等方式为社会公众股东参加股东大会提供便利，必要时独立董事可公开征集中小股东投票权。

三、公司上市后三年利润分配规划

公司股东大会审议通过了《关于制定公司上市后三年股东分红回报规划的议案》，对上市后未来三年的股利分配作出了进一步安排。根据公司股东大会决议，公司上市后三年内，公司在足额提取法定公积金以后，每年向股东现金分配股利不低于当年实现的可供分配利润的 20%。

具体利润分配政策及公司上市后三年利润分配规划详见本《招股意向书》之“第十一节管理层讨论与分析”之“八、未来分红回报规划”相关内容。

四、本次发行完成前滚存利润的分配安排

经公司 2016 年第二次临时股东大会审议通过，如公司首次公开发行股票顺利完成，则截至本次公开发行前滚存的未分配利润，由首次公开发行后的新老股东按持股比例共同享有。截至报告期末，公司未分配利润 33,700.44 万元。

五、本公司提请投资者关注下列风险，并请认真阅读“风险因素”一节的全部内容

（一）市场竞争风险

中国的化妆品行业是市场化程度最高的行业之一，也是完全开放的充分竞争市场，国际日化巨头纷纷进入中国，并在化妆品行业的市场份额上处于明显优势。近年来，国内化妆品企业通过丰富有效的市场营销和广告宣传迅速提高品牌知名度和市场占有率，但与国际品牌相比仍存在较大差距。化妆品企业需要不断强化品牌形象和提高品牌知名度，设计开发出符合消费者需求的新产品，从而在化妆品市场竞争中占据一席之地。若公司未能在广告宣传和市场营销中持续投入，未能准确把握市场需求或产品定位开发出适销对路的新产品，公司产品的市场份额将下降，公司存在因行业竞争加剧导致盈利能力下降的风险。

（二）电子商务等新兴业态冲击的风险

2016 年全国网上零售额 51,556 亿元，比上年同期增长 26.2%；其中实物商品网上零售额 41,944 亿元，比上年同期增长 25.6%，占社会消费品零售总额的比重从 2015 年的 10.8% 上升至 15.5%。随着互联网向实体经济的逐步渗透，电子商务等新型营销渠道发展越来越快。化妆品行业传统的线下销售模式正受到流通效率更高、信息传递更快、产品展示功能更丰富的电子商务模式的冲击，电子商务的爆发使线上线下化妆品零售渠道的竞争不断加剧。近年来，化妆品行业内众多企业针对新兴业态，不断挖掘线上渠道发展空间，努力实现线上和线下渠道的快速融合发展。但是如果未来电子商务持续保持高速的发展趋势，而公司未能在

电子商务渠道维持高投入高增长，将会对公司的市场份额和经营业绩产生不利影响。

（三）经销商管理风险

发行人自设立以来，公司产品的销售以渠道分销方式为主，其中主要系与经销商合作。报告期内，公司通过与经销商合作实现的收入分别为 153,080.28 万元、131,705.55 万元、118,630.61 万元和 59,764.43 万元，占公司主营业务收入的比重分别为 88.08%、80.13%、73.14%和 71.75%。在可预见的未来一定时期内，公司的产品销售仍将沿用此模式。

报告期内各期公司与经销商合作收入逐年小幅下降，主要系蓬勃发展的电子商务对日化专营店、商超等传统销售渠道有所冲击，发行人日化专营店及商超渠道的终端销售网点逐年减少；除“珀莱雅”品牌的经销商相对稳定外，发行人其他品牌的经销商波动有所加大。

与经销商的合作有利于销售网络的快速扩张，分散建立营销网络的投资风险，降低营销成本。公司通过与经销商签订经销合同的方式，对经销商进行规范和管理，但如果经销商不能较好地理解公司的品牌理念和发展目标，或经销商的营销推广能力跟不上公司发展要求，或经销商对零售终端网点的管理不能及时体现公司的营销政策及适应不断变化的竞争环境，或经销商严重违反合同都将增加营销管理的难度，导致营销网络和产品价格体系的不稳定，且对公司的产品、品牌形象产生不利影响，从而影响公司的销售收入。

（四）品牌形象维护风险

品牌形象是公司实现产品销售的重要因素。若一旦发现影响公司品牌形象的事件，公司将及时提出商标异议或侵权诉讼，以保护公司的品牌和商标免受不利影响。但公司不能确保完全杜绝市场上仿冒公司品牌进行非法生产、销售及其他侵犯公司品牌形象的事件发生。公司存在品牌形象被盗用或被侵权的风险。公司为保护品牌形象而进行的诉讼将会产生较高费用,因此会对公司盈利产生不利影响。

同时为维护品牌形象，公司每年均在广告宣传方面投入较大资源。若公司在未来无法保证品牌宣传的持续投入，或广告投放无法取得预期效果，则将对公司的品牌形象维护产生不利影响，从而导致公司业绩下滑。

（五）产品质量问题引起的诉讼、处罚和品牌受损风险

化妆品虽然是一种安全风险较低的时尚类消费品，但如果公司采购的原材料出现质量问题，且公司在生产过程中未能检测出相关问题，消费者使用此类产品，可能诱发过敏或其他不适现象，进而引起消费者投诉；或公司在生产过程中未能按审批及标签标识的成份或其他法律法规的要求生产，存在被监管部门处罚的风险。如公司未能及时、妥善处理上述问题，从而引发媒体负面报道，将导致公司品牌形象受损，进而对公司业绩造成不利影响。

六、提醒投资者关注财务报告审计截止日后公司主要财务信息及经营状况

（一）财务报告审计截止日后至招股意向书签署日的主要经营状况

截至本《招股意向书》签署日，公司主要经营状况正常，经营业绩继续保持稳定。此外，公司经营模式、主要原材料的采购规模及采购价格、主要产品的销售规模及销售价格、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项方面未发生重大变化。发行人预计2017年1-9月公司营业收入及净利润不会发生重大波动。

（二）2017年1-9月业绩预计情况

根据公司目前的财务状况、经营成果和预测情况，公司预计2017年1-9月实现营业收入为116,202.99万元~126,581.90万元，较上年同期增长14%~24%；归属于母公司股东的净利润为12,052.70万元~12,835.51万元，较上年同期增长60%~70%；扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润为10,960.57万元~11,659.30万元，较上年同期增长60%~70%。（上述数据不构成盈利预测）

目 录

发行人声明.....	3
重大事项提示.....	4
一、本次发行的相关重要承诺的说明.....	4
二、公司发行上市后股利分配政策.....	17
三、公司上市后三年利润分配规划.....	21
四、本次发行完成前滚存利润的分配安排.....	22
五、本公司提请投资者关注下列风险，并请认真阅读“风险因素”一节的全部内容.....	22
六、提醒投资者关注财务报告审计截止日后公司主要财务信息及经营状况.....	24
目 录.....	25
第一节 释义.....	29
一、普通术语.....	29
二、专业术语.....	31
第二节 概览.....	33
一、发行人概况.....	33
二、发行人控股股东及实际控制人简介.....	34
三、发行人的主要财务数据.....	34
四、本次发行情况.....	36
第三节 本次发行概况.....	38
一、本次发行的基本情况.....	38
二、本次发行有关当事人.....	39
三、与本次发行上市有关的重要日期.....	41
第四节 风险因素.....	42
一、市场风险.....	42
二、经营风险.....	43
三、财务风险.....	45
四、募集资金投资项目的风险.....	47
五、劳务派遣风险.....	48
六、股市风险.....	48
第五节 发行人基本情况.....	50
一、发行人基本情况.....	50
二、发行人的历史沿革及改制重组情况.....	50
三、发行人股本的形成及变化情况.....	52
四、发行人历次验资情况.....	71
五、发行人的重大资产重组情况.....	73
六、发行人组织结构图.....	73

七、发行人控股子公司、分公司和参股公司简要情况	76
八、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况	82
九、发行人有关股本的情况	85
十、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况	88
十一、发行人员工及其社会保障情况	88
十二、主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺	93
十三、公司红筹架构设立及拆除情况	95
第六节 业务与技术	105
一、发行人的主营业务、主要产品及设立以来的变化情况	105
二、发行人所处行业的基本情况	107
三、发行人所处行业主要特点	123
四、发行人所处行业与上下游行业之间的关联性	127
五、发行人所处行业竞争情况分析	128
六、进入发行人所处行业的主要壁垒	131
七、影响发行人所处行业发展的有利和不利因素	132
八、发行人的行业竞争地位分析	135
九、发行人的主营业务	138
十、发行人的主要固定资产及无形资产	215
十一、发行人生产许可情况及化妆品备案办理情况	235
十二、发行人的特许经营权情况	241
十三、发行人的技术与研发情况	241
十四、发行人的质量控制情况	246
十五、发行人境外经营情况	246
第七节 同业竞争与关联交易	248
一、发行人独立运营情况	248
二、同业竞争	249
三、关联方与关联交易	270
四、关联交易对公司报告期财务状况和经营成果的影响	280
五、规范关联交易的制度安排	281
六、减少和规范关联交易的措施	281
七、发行人关联交易制度履行情况及独立董事意见	281
八、比照关联交易要求披露的交易	281
第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员	286
一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简要情况	286
二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属的持股情况	290
三、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员其他对外投资情况	292
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在本公司领取薪酬情况	293
五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况	294
六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间存在的亲属关系	295
七、公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议及其作出的重要承诺	295

八、董事、监事、高级管理人员的任职资格情况	296
九、董事、监事、高级管理人员变动情况	296
第九节 公司治理	299
一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况	299
二、董事会专门委员会的设置情况	302
三、发行人报告期内违法违规情况	303
四、发行人报告期内资金占用和对外担保情况	304
五、发行人内部控制制度的情况	304
第十节 财务会计信息	308
一、财务报表	308
二、审计意见	324
三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况	324
四、发行人采用的重要会计政策和会计估计	327
五、经注册会计师核验的非经常性损益明细表	342
六、最近一期末主要固定资产、在建工程及无形资产情况	343
七、最近一期末主要负债情况	344
八、所有者权益变动表	346
九、现金流量	346
十、财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项	347
十一、财务指标	347
十二、发行人设立时及报告期内发行人资产评估情况	350
十三、发行人历次验资情况	351
第十一节 管理层讨论与分析	352
一、财务状况分析	352
二、盈利能力分析	376
三、现金流量分析	412
四、资本性支出分析	414
五、重大或有事项和期后事项	415
六、公司面临的主要困难以及财务状况和盈利能力的未来趋势	415
七、公司即期回报趋势及填补措施	417
八、未来分红回报规划	423
九、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况	424
第十二节 业务发展目标	425
一、公司发展战略及目标	425
二、发行人发行当年和未来两年的发展计划	425
三、发行人拟定上述计划所依据的假设条件	426
四、发行人实施上述计划可能面临的主要困难	427
五、发行人确保实现上述发展计划拟采用的方式、方法或途径	427

六、上述业务发展规划与现有业务的关系	427
第十三节 募集资金运用	429
一、募集资金运用计划	429
二、募集资金投资项目符合国家产业政策、投资管理、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定	429
三、募集资金投资专项存储情况	430
四、本次募集资金投资项目的可行性分析	430
五、募集资金运用对同业竞争和独立性的影响	431
六、募投项目所采取的环保措施及金额	431
七、营销网络建设项目	433
八、产品中心建设项目	436
九、湖州分公司化妆品生产线技术改造项目	444
十、募集资金运用对财务状况及经营成果的影响	448
第十四节 股利分配政策	450
一、近三年的股利分配政策	450
二、报告期内公司实际股利分配情况	450
三、本次发行上市后的股利分配政策	450
第十五节 其他重要事项	455
一、信息披露制度和投资者服务计划	455
二、正在履行的重大合同	455
三、对外担保情况	457
四、重大诉讼及仲裁等事项	457
五、涉及刑事诉讼的情况	459
第十六节 有关声明	460
一、本公司全体董事、监事、高级管理人员声明	错误！未定义书签。
二、保荐机构（主承销商）声明	461
三、发行人律师声明	462
四、审计机构声明	463
五、验资机构声明	464
六、资产评估机构声明	468
第十七节 备查文件	469
一、备查文件	469
二、文件查阅时间	469
三、文件查阅地址	469
附表 1-1 截至报告期末发行人及其子公司拥有的境内商标权	470
附表 1-2 截至报告期末发行人及其子公司持有的《国产非特殊用途化妆品备案登记凭证》	492

第一节 释义

在本《招股意向书》中，除非另有说明，下列词汇具有如下含义：

一、普通术语

珀莱雅股份、股份公司、本公司、公司、发行人	指	发行人前身于 2015 年 7 月整体变更设立股份有限公司，全名为“珀莱雅化妆品股份有限公司”
珀莱雅有限（2006）	指	珀莱雅（湖州）化妆品有限公司，成立于 2006 年，并于 2012 年 8 月整体变更为珀莱雅股份（2012）
珀莱雅股份（2012）	指	发行人前身珀莱雅有限（2006）于 2012 年 8 月整体变更设立股份有限公司，全名为“珀莱雅（湖州）化妆品股份有限公司”，后更名为“珀莱雅化妆品股份有限公司”
珀莱雅有限（2014）	指	发行人前身珀莱雅股份（2012）于 2014 年 9 月变更公司类型为有限责任公司，全名为“珀莱雅化妆品有限公司”
珀莱雅股份（2014）	指	发行人前身珀莱雅有限（2014）于 2014 年 12 月整体变更设立股份有限公司，全名为“珀莱雅化妆品股份有限公司”
珀莱雅有限	指	发行人前身珀莱雅股份（2014）于 2015 年 5 月变更公司类型为有限责任公司，全名为“珀莱雅化妆品有限公司”
发行人及其前身	指	发行人及其前身珀莱雅有限（2006）、珀莱雅股份（2012）、珀莱雅有限（2014）、珀莱雅股份（2014）、珀莱雅有限
正德投资	指	杭州正德投资合伙企业（有限合伙），由公司高级管理人员及骨干员工共同投资设立的有限合伙企业，系发行人股东
珀莱雅贸易	指	杭州珀莱雅贸易有限公司，发行人全资子公司
韩国韩娜	指	韩娜化妆品株式会社，原名为“珀莱雅化妆品株式会社”，发行人全资子公司
韩雅（杭州）	指	韩雅（杭州）化妆品有限公司，韩国韩娜全资子公司
美丽谷	指	浙江美丽谷电子商务有限公司，发行人全资子公司
创代电子	指	湖州创代电子商务有限公司，美丽谷全资子公司
乐清莱雅	指	乐清莱雅贸易有限公司，发行人全资子公司
秘镜思语（杭州）	指	秘镜思语（杭州）化妆品有限公司，发行人控股子公司
秘镜思语贸易	指	湖州秘镜思语贸易有限公司，秘镜思语全资子公司
悦芙媞（杭州）	指	悦芙媞（杭州）化妆品有限公司，发行人控股子公司
悦芙媞（韩国）	指	悦芙媞株式会社，悦芙媞（杭州）全资子公司
悦芙媞贸易	指	湖州悦芙媞贸易有限公司，悦芙媞（杭州）全资子公司
上海媞语	指	上海媞语化妆品有限公司，悦芙媞（杭州）全资子公司

丹阳悦芙媿	指	丹阳悦芙媿化妆品贸易有限公司，悦芙媿（杭州）全资子公司
湖州分公司	指	珀莱雅化妆品股份有限公司湖州分公司，发行人分公司
珀莱雅控股	指	杭州珀莱雅控股股份有限公司，2010年6月至2012年5月期间曾为发行人前身珀莱雅有限（2006）的控股股东，系公司控股股东、实际控制人侯军呈曾经控制的企业，已于2013年7月注销
珀宇实业	指	珀宇（上海）实业有限公司，2014年11月至2015年6月期间曾为发行人股东，已于2016年2月注销
珀轩投资	指	珀轩（上海）投资管理有限公司，2014年11月至2015年6月期间曾为发行人股东，已于2016年2月注销
坤驿实业	指	杭州坤驿实业有限公司，原名为“杭州坤驿投资管理有限公司”，系实际控制人侯军呈控制的公司
山清水秀	指	浙江山清水秀环境科技有限责任公司，系实际控制人侯军呈控制的公司
美妆小镇	指	湖州美妆小镇文化发展有限公司，系实际控制人侯军呈控制的公司
华妆实业	指	杭州华妆实业投资有限公司，系实际控制人侯军呈参股的公司
太仁堂	指	杭州太仁堂生物科技股份有限公司，系公司股东、董事、总经理方玉友控制的公司
BVI	指	The British Virgin Islands，英属维尔京群岛
股东 BVI 公司	指	珀莱雅有限（2014）的股东侯军呈、方玉友等人各自在境外设立的 Hermosa Holdings Limited 等 7 家 BVI 公司，已于 2017 年 8 月注销
聚美优品	指	JUMEI HONGKONG LIMITED，系美国上市公司（NYSE:JMEI）
京东	指	北京京东世纪贸易有限公司
唯品会	指	VIPSHOP INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED，系美国上市公司（NYSE:VIPS）
杭州恒浩	指	杭州恒浩贸易有限公司
怡亚通	指	深圳市怡亚通供应链股份有限公司，系深圳证券交易所上市公司，股票代码 SZ002183
上海家化	指	上海家化联合股份有限公司，系上海证券交易所上市公司，股票代码 SH600315
伽蓝集团	指	伽蓝（集团）股份有限公司
L'OCCITANE	指	L'OCCITANE INTERNATIONAL S.A.，系香港联合交易所上市公司，股票代码 HK00973
丸美股份	指	广东丸美生物技术股份有限公司

拉芳家化	指	拉芳家化股份有限公司，系上海证券交易所上市公司，股票代码 SH603630
百雀羚	指	上海百雀羚日用化学有限公司
上海上美	指	上海上美化妆品有限公司
相宜本草	指	上海相宜本草化妆品股份有限公司
中国证监会/证监会	指	中国证券监督管理委员会
上交所	指	上海证券交易所
国信证券、保荐人、主承销商、保荐机构	指	国信证券股份有限公司
天健事务所、发行人会计师、审计机构	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
国浩律师、发行人律师	指	国浩律师（杭州）事务所
坤元评估	指	坤元资产评估有限公司
《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》
本次发行	指	发行人本次公开发行 A 股的行为
公司股东公开发售股份	指	发行人首次公开发行新股时，公司股东将其持有的股份以公开发行方式一并向投资者发售的行为
《公司章程》	指	经发行人 2016 年第四次临时股东大会审议通过的《珀莱雅化妆品股份有限公司章程》，系发行人现行有效之章程
《公司章程（草案）》	指	经发行人 2016 年第二次临时股东大会审议通过并于上市后适用的《珀莱雅化妆品股份有限公司章程（草案）》
《审计报告》	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具的天健审（2017）7898 号《审计报告》
报告期	指	2014 年度、2015 年度、2016 年度和 2017 年 1-6 月
报告期内各期末、报告期内各期末	指	2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月末
元/万元	指	人民币元/人民币万元

二、专业术语

化妆品	指	以涂抹、喷洒或者其他类似方法，散布于人体表面的任何部位，如皮肤、毛发、指趾甲、唇齿等，以达到清洁、保养、美容、修饰和改变外观，或者修正人体气味，保持良好状态为目的的化学工业品或精细化工产品
护肤品	指	具有保护或护理皮肤作用，能增强皮肤的弹性和活力的化妆品

防晒用品	指	添加了能阻隔或吸收紫外线的防晒剂来达到防止肌肤被晒黑、晒伤的化妆品。根据防晒原理，可将防晒霜分为物理防晒霜、化学防晒霜等
彩妆	指	对面部进行修饰，“扬长避短”达到美化效果的化妆品
日化专营店	指	主要分布在二三线城市的化妆品零售店等零售终端
电商渠道	指	一种新兴销售渠道，主要通过互联网进行产品销售
现代渠道	指	对一组零售终端形态的统称，目前国内市场的现代渠道主要包括大卖场、超市、个人护理店等具体形式
直销模式	指	绕过传统批发商或零售通路，直接从顾客接收订单的销售模式
一线城市	指	在全国政治、经济等社会活动中处于重要地位并具有主导作用和辐射带动能力的大都市，通常是指北京、上海、广州和深圳
二三线城市	指	对全国的经济和社会具有较大影响作用的城市，二线城市一般是指各省、自治区的省会以及如青岛、宁波等部分重要经济城市；三线城市是指比较发达的中小城市
Euromonitor、欧睿咨询	指	Euromonitor International，欧睿信息咨询公司，是全球范围的从事消费品市场调查、独立地为各个国家、地区的消费细分市场提供数据解析及战略研究等各类商业信息的咨询公司
艾瑞咨询	指	艾瑞咨询集团（iResearch），是一家专注于网络经济研究，进行相关市场调查研究并提供咨询服务的研究机构
ERP 系统	指	建立在信息技术基础上，以系统化的管理思想为企业决策层及员工提供决策运行手段的管理平台和企业资源计划系统
SAP	指	总部位于德国，SAP 是 System applications and products 的缩写，既是其公司简称，也是其主要 ERP 软件产品的简称
CRM	指	ERP 软件中包含的客户关系管理功能模块

特别说明：本《招股意向书》中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上存在差异，均系计算中四舍五入造成。

第二节 概览

本概览仅对招股意向书全文做扼要提示，投资者作出投资决策前，应认真阅读招股意向书全文。

一、发行人概况

（一）发行人简要情况

发行人名称：珀莱雅化妆品股份有限公司

英文名称：Proya Cosmetics Co., Ltd.

注册资本：15,000 万元

法定代表人：侯军呈

有限公司成立日期：2006 年 5 月 24 日

股份公司成立日期：2015 年 7 月 31 日

住所：杭州市西湖区世贸丽晶城欧美中心 1 号楼（D 区）1605 室

（二）公司主营业务情况

公司专注于化妆品的研发、生产和销售，目前旗下拥有“珀莱雅”、“优资莱”、“韩雅”、“悠雅”、“猫语玫瑰”、“悦芙媿”等品牌，产品覆盖护肤品、彩妆、清洁洗护、香薰等化妆品领域，满足不同年龄、偏好的消费者需求；构建了覆盖日化专营店、百货商场、超市、电子商务和单品牌直营店的多渠道销售网络。

（三）公司设立情况

发行人是由珀莱雅化妆品有限公司以整体变更方式设立的股份有限公司，以经发行人会计师审计的截至 2015 年 6 月 30 日的净资产 282,214,841.59 元为依据，将净资产中 150,000,000 元折合为 150,000,000 股，每股面值 1.00 元，剩余净资产 132,214,841.59 元作为股本溢价计入资本公积。珀莱雅有限整体变更为股份公司前后，各股东的持股比例不变。

2015年7月31日，珀莱雅化妆品股份有限公司在杭州市市场监督管理局完成工商登记，注册资本15,000万元，并取得注册号为330503000002413的《营业执照》。（2016年9月18日换发为统一社会信用代码为91330100789665033F的《营业执照》）

二、发行人控股股东及实际控制人简介

发行人控股股东、实际控制人系侯军呈、方爱琴夫妇。截至本《招股意向书》签署日，侯军呈先生直接持有公司本次发行前48.4270%的股份，为珀莱雅股份第一大股东；方爱琴女士持有发行人股东正德投资（持有发行人2%的股份）2.3330%的合伙份额。近三年来，公司的实际控制人未发生变化。侯军呈先生基本情况参见本《招股意向书》之“第八节董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员”之“（一）公司董事简介”。方爱琴女士基本情况参见本《招股意向书》“第五节 发行人基本情况”之“八、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）控股股东、实际控制人的基本情况”。

三、发行人的主要财务数据

根据发行人会计师出具的天健审〔2017〕7898号《审计报告》，本公司主要财务数据如下：

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动资产	80,423.78	72,585.78	66,317.70	67,157.97
非流动资产	82,289.35	77,648.32	71,393.35	71,953.26
资产总计	162,713.13	150,234.10	137,711.05	139,111.24
流动负债	91,345.06	89,107.07	91,995.92	108,982.62
负债合计	97,765.11	94,171.88	97,022.56	112,926.88
归属于母公司股东权益	64,948.02	56,062.22	40,688.49	26,184.35

股东权益合计	64,948.02	56,062.22	40,688.49	26,184.35
负债和股东权益总计	162,713.13	150,234.10	137,711.05	139,111.24

(二) 合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业收入	83,379.11	162,337.39	164,521.04	174,010.18
营业利润	9,465.86	15,306.20	14,808.42	19,251.18
利润总额	10,810.83	17,547.62	16,880.02	19,281.94
净利润	8,898.77	15,362.30	14,374.96	15,821.62
归属于母公司股东的净利润	8,898.77	15,362.30	14,374.96	15,821.62

(三) 合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额	15,516.40	13,294.05	16,213.17	18,544.86
投资活动产生的现金流量净额	2,556.24	-14,693.48	17,839.27	-19,316.20
筹资活动产生的现金流量净额	2,373.18	-4,215.26	-21,014.44	4,426.18
现金及现金等价物净增加额	20,432.85	-5,603.25	13,038.31	3,655.11

(四) 主要财务指标

财务指标	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
1、流动比率（倍）	0.88	0.81	0.72	0.62
2、速动比率（倍）	0.60	0.45	0.50	0.44
3、资产负债率（母公司）（%）	46.69	53.12	61.98	75.29
4、无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例（%）	0.89	1.17	1.39	1.80
财务指标	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度

1、应收账款周转率（次/年）	27.11	18.05	23.59	71.20
2、存货周转率（次/年）	2.98	3.15	3.39	3.30
3、息税折旧摊销前利润（万元）	13,666.03	23,332.52	21,627.77	22,767.61
4、利息保障倍数（倍）	11.59	9.35	8.06	14.37
5、每股经营活动产生的现金流量（元）	1.03	0.89	1.08	1.24
6、每股净现金流量（元）	1.36	-0.37	0.87	0.24

四、本次发行情况

（一）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	公司本次公开发行新股 5,000 万股，占发行后总股本的 25%，公司股东不在本次发行过程中公开发售股份	
每股发行价格	通过向询价对象询价或与主承销商自主协商直接定价的方式，以及中国证监会规定的其它方式确定，最终发行定价方式及发行价格将由股东大会授权董事会与主承销商协商确定	
市盈率	【】倍（每股收益按照最近一年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）	
发行前每股净资产	4.33 元（按照报告期末经审计的归属于母公司股东的净资产除以本次发行前总股本计算）	
发行后每股净资产	【】元（按照报告期末经审计的归属于母公司股东的净资产加上本次发行筹资净额之和除以本次发行后总股本计算）	
市净率	【】倍（按照发行价格除以发行后每股净资产计算）	
发行方式	采取网下向符合资格的询价对象询价配售与网上向持有上海市场非限售 A 股股份市值的投资者定价发行相结合的方式	
发行对象	在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司开立账户的自然人、法人及其他投资者（法律、法规禁止者除外）	
承销方式	主承销商余额包销	
预计募集资金总额	【】万元	
预计募集资金净额	【】万元	
发行费用概算	保荐及承销费用：	5,188.68 万元
	审计及验资费用：	943.40 万元

	律师费用：	339.62 万元
	用于本次发行的信息披露费用：	429.25 万元
	发行手续费、印刷费：	37.73 万元
	发行费用总额	6,938.68 万元

注：以上发行费用均为不含税金额。

（二）本次发行前后的股本结构

公司发行前后的股本结构如下：

项目	发行前		发行后	
	股数（万股）	股份比例（%）	股数（万股）	股份比例（%）
有限售条件的股份	15,000.00	100.00	15,000.00	75.00
本次发行的股份	—	—	5,000.00	25.00
合计	15,000.00	100.00	20,000.00	100.00

（三）募集资金运用

若本次股票发行成功，扣除发行费用后，实际募集资金将投入“营销网络建设项目”、“产品中心建设项目”和“湖州分公司化妆品生产线技术改造项目”，预计项目总投资 92,783.47 万元，其中募集资金投入 69,761.32 万元。若本次发行实际募集资金低于投资金额，公司将通过自筹解决。本次发行募集资金到位前，若本公司已利用自有资金和银行贷款对上述部分项目进行了先期投入，则募集资金到位后用于项目剩余投资及置换已支付款项。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

（一）本次发行的基本情况一览

股票种类	人民币普通股（A 股）	
每股面值	1.00 元	
发行股数	公司本次公开发行新股 5,000 万股，占发行后总股本的 25%，公司股东不在本次发行过程中公开发售股份	
每股发行价格	通过向询价对象询价或与主承销商自主协商直接定价的方式，以及中国证监会规定的其它方式确定，最终发行定价方式及发行价格将由股东大会授权董事会与主承销商协商确定	
市盈率	【】倍（每股收益按照最近一年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）	
发行前每股净资产	4.33 元（按照报告期末经审计的归属于母公司股东的净资产除以本次发行前总股本计算）	
发行后每股净资产	【】元（按照报告期末经审计的归属于母公司股东的净资产加上本次发行筹资净额之和除以本次发行后总股本计算）	
市净率	【】倍（按照发行价格除以发行后每股净资产计算）	
发行方式	采取网下向符合资格的询价对象询价配售与网上向持有上海市场非限售 A 股股份市值的投资者定价发行相结合的方式	
发行对象	在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司开立账户的自然人、法人及其他投资者（法律、法规禁止者除外）	
承销方式	主承销商余额包销	
预计募集资金总额	【】万元	
预计募集资金净额	【】万元	
发行费用概算	保荐及承销费用：	5,188.68 万元
	审计及验资费用：	943.40 万元
	律师费用：	339.62 万元
	用于本次发行的信息披露费用：	429.25 万元
	发行手续费、印刷费：	37.73 万元
	发行费用总额	6,938.68 万元

注：以上发行费用均为不含税金额。

（二）公开发行股票的情况

公司本次公开发行新股的股份数量为 5,000 万股，占发行后总股本的 25%，公司股东不在本次发行过程中公开发售股份。

二、本次发行有关当事人

发行人	珀莱雅化妆品股份有限公司
法定代表人	侯军呈
住所	杭州市西湖区世贸丽晶城欧美中心 1 号楼 (D 区) 1605 室
电话	0571-87352850
传真	0571-87352813
联系人	张叶峰
保荐人（主承销商）	国信证券股份有限公司
法定代表人	何如
住所	深圳市红岭中路 1012 号国信证券大厦十六至二十六层
电话	0571-85115307
传真	0571-85316108
保荐代表人	孔海燕、王东晖
项目协办人	董伟
项目经办人	汪怡、裘捷、张翌、朱伟铭
律师事务所	国浩律师（杭州）事务所
律师事务所负责人	沈田丰
住所	杭州市西湖区杨公堤15号国浩律师楼（空勤杭州疗养院内）
电话	0571-85775888
传真	0571-85775643
经办律师	沈田丰、李燕

会计师事务所 天健会计师事务所（特殊普通合伙）
会计师事务所负责人 吕苏阳
住所 杭州市西湖区西溪路 128 号新湖商务大厦 4-10 楼
电话 0571-88216888
传真 0571-88216999
经办注册会计师 翁伟、尹志彬

资产评估机构 坤元资产评估有限公司
法定代表人 俞华开
住所 杭州市西溪路 128 号 901 室
电话 0571-88216960
传真 0571-87178826
经办注册资产评估师 应丽云、王传军、李纪中

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
电话 021-58708888
传真 021-58899400

申请上市证券交易所 上海证券交易所
住所 上海市浦东新区浦东南路 528 号证券大厦
电话 021-68808888
传真 021-68804868

截至本《招股意向书》签署日，发行人与本次发行有关的各中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接股权关系或其他权益关系。

三、与本次发行上市有关的重要日期

询价推介时间：	2017 年 10 月 27 日至 2017 年 10 月 30 日
定价公告刊登日期：	2017 年 11 月 2 日
申购日期和缴款日期：	2017 年 11 月 3 日和 2017 年 11 月 7 日
预计股票上市日期：	本次发行结束后将尽快申请在上海证券交易所挂牌交易

第四节 风险因素

投资者在评价公司本次发行的股票时，除本招股意向书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、市场风险

（一）宏观经济波动风险

化妆品行业的主要销售对象是消费者，因此宏观经济的景气程度将在很大程度上影响消费者的购买能力及购买意愿。根据国家统计局数据显示，2016 年国内生产总值（GDP）同比增长 6.70%，社会消费品零售总额同比增长 10.40%，增速均创下近年新低。在宏观经济增速放缓及竞争加剧的大环境下，消费者保持谨慎的消费态度，国内日化行业整体增速继续呈现放缓趋势。

若中国宏观经济发生波动，经济增长持续放缓或停滞，我国社会消费品零售总额亦可能出现增速放缓甚至负增长，消费者对化妆品的消费能力也可能受到影响，从而影响公司的经营业绩和财务状况。

（二）市场竞争风险

中国的化妆品行业是市场化程度最高的行业之一，也是完全开放的充分竞争市场，国际日化巨头纷纷进入中国，并在化妆品行业的市场份额上处于明显优势。近年来，国内化妆品企业通过丰富有效的市场营销和广告宣传迅速提高品牌知名度和市场占有率，但与国际品牌相比仍存在较大差距。化妆品企业需要不断强化品牌形象和提高品牌知名度，设计开发出符合消费者需求的新产品，从而在化妆品市场竞争中占据一席之地。若公司未能在广告宣传和市场营销中持续投入，未能准确把握市场需求或产品定位开发出适销对路的新产品，公司产品的市场份额将下降，公司存在因行业竞争加剧导致盈利能力下降的风险。

（三）电子商务等新兴业态冲击的风险

2016 年全国网上零售额 51,556 亿元，比上年同期增长 26.2%；其中实物商品网上零售额 41,944 亿元，比上年同期增长 25.6%，占社会消费品零售总额的比重从 2015 年的 10.8% 上升至 15.5%。随着互联网向实体经济的逐步渗透，电子商务等新型营销渠道发展越来越快。化妆品行业传统的线下销售模式正受到流通效率更高、信息传递更快、产品展示功能更丰富的电子商务模式的冲击，电子商务的爆发使线上线下化妆品零售渠道的竞争不断加剧。近年来，化妆品行业内众多企业针对新兴业态，不断挖掘线上渠道发展空间，努力实现线上和线下渠道的快速融合发展。但是如果未来电子商务持续保持高速的发展趋势，而公司未能在电子商务渠道维持高投入高增长，将会对公司的市场份额和经营业绩产生不利影响。

二、经营风险

（一）经销商管理风险

发行人自设立以来，公司产品的销售以渠道分销方式为主，其中主要系与经销商合作。报告期内，公司通过与经销商合作实现的收入分别为 153,080.28 万元、131,705.55 万元、118,630.61 万元和 59,764.43 万元，占公司主营业务收入的比重分别为 88.08%、80.13%、73.14% 和 71.75%。在可预见的未来一定时期内，公司的产品销售仍将沿用此模式。

报告期内各期公司与经销商合作收入逐年小幅下降，主要系蓬勃发展的电子商务对日化专营店、商超等传统销售渠道有所冲击，发行人日化专营店及商超渠道的终端销售网点逐年减少；除“珀莱雅”品牌的经销商相对稳定外，发行人其他品牌的经销商波动有所加大。

与经销商的合作有利于销售网络的快速扩张，分散建立营销网络的投资风险，降低营销成本。公司通过与经销商签订经销合同的方式，对经销商进行规范和管理，但如果经销商不能较好地理解公司的品牌理念和发展目标，或经销商的营销推广能力跟不上公司发展要求，或经销商对零售终端网点的管理不能及时体现公司的营销政策及适应不断变化的竞争环境，或经销商严重违反合同都将增加

营销管理的难度，导致营销网络和产品价格体系的不稳定，且对公司的产品、品牌形象产生不利影响，从而影响公司的销售收入。

（二）产品质量问题引起的诉讼、处罚和品牌受损风险

化妆品虽然是一种安全风险较低的时尚类消费品，但如果公司采购的原材料出现质量问题，且公司在生产过程中未能检测出相关问题，消费者使用此类产品，可能诱发过敏或其他不适现象，进而引起消费者投诉；或公司在生产过程中未能按审批及标签标识的成份或其他法律法规的要求生产，存在被监管部门处罚的风险。如公司未能及时、妥善处理上述问题，从而引发媒体负面报道，将导致公司品牌形象受损，进而对公司业绩造成不利影响。

（三）品牌形象维护风险

品牌形象是公司实现产品销售的重要因素。若一旦发现影响公司品牌形象的事件，公司将及时提出商标异议或侵权诉讼，以保护公司的品牌和商标免受不利影响。但公司不能确保完全杜绝市场上仿冒公司品牌进行非法生产销售及其他侵犯公司品牌形象的事件发生。公司存在品牌形象被盗用或被侵权的风险。公司为保护品牌形象而进行的诉讼将会产生较高费用，因此会对公司盈利产生不利影响。

同时为维护品牌形象，公司每年均在广告宣传方面投入较大资源。若公司在未来无法保证品牌宣传的持续投入，或广告投放无法取得预期效果，则将对公司的品牌形象维护产生不利影响，从而导致公司业绩下滑。

（四）能否准确把握市场潮流和消费者偏好变化趋势的风险

化妆品销售受消费者品味和偏好不断变化的影响，要求企业能够准确预测市场潮流和消费者需求变化，并能不断开发出适销对路的产品。公司自成立以来，始终非常重视对市场潮流和消费者偏好变化趋势的把握，并以此为基础展开新产品的研发。尽管如此，公司仍然面临由于不能及时加大市场调研投入、充分了解市场需求信息、提高研发设计能力，引致的不能准确把握市场潮流和消费者偏好变化趋势的风险。

（五）人才流失风险

公司拥有自身专业的品牌策划、营销管理、技术研发团队，其专业知识、技术能力和业务经验构成了公司竞争优势的重要基础。这些专业人员为公司近年来技术进步、产品性能提升、新品推出的适销性等作出了重大贡献。公司将通过进一步提升工作环境、提供发展空间及适当的股权激励等措施来避免上述专业人才的流失。但是，在充分竞争的市场环境下，同行业企业也会采取更为主动的人才竞争策略，若公司不能采取积极有效的留住人才的措施，且不能更多培养技术研发和营销、管理新人，将面临一定的人才流失的风险。

三、财务风险

（一）税收优惠政策变动风险

公司于 2014 年 9 月 29 日通过高新技术企业认定复审，并取得高新技术企业证书，企业所得税优惠期为 2014 年 1 月 1 日至 2016 年 12 月 31 日。按照《中华人民共和国企业所得税法》及《高新技术企业认定管理办法》的相关规定，本公司自 2014 年 1 月 1 日起三年内减按 15% 税率计缴企业所得税。

公司的高新技术企业资格已于 2016 年 12 月 31 日到期，公司根据有关规定已重新报送高新技术企业认定材料，倘若本公司未能通过高新技术企业认定申请而不能继续享受国家对高新技术企业的相关税收政策从而增加本公司的税负，将对本公司的盈利情况构成不利影响。根据国家税务总局《关于实施高新技术企业所得税优惠政策有关问题的公告》（国家税务总局公告 2017 年第 24 号）的规定，2017 年度 1-6 月，公司暂按 15% 的所得税税率申报、预缴企业所得税，若公司在 2017 年年底前仍未取得高新技术企业资格的，将按规定补缴相应期间的税款。

（二）应收账款管理风险

近年来为了把握电子商务渠道迅速崛起的市场机会，公司逐步与京东、唯品会、聚美优品等电商平台开展业务，并根据销售规模给予一定时间的信用期。随着对上述电商平台销售规模的不断扩大，公司应收大型 B2C 平台客户款项余额处于较高水平。另外，随着电子商务渠道的快速发展，电子商务渠道的销售对线下销售产生了一定的冲击，公司为了更好地调动经销商的积极性，对部分优质的

经销商给予一定的信用期，从而导致公司的应收经销商款项余额有一定程度增加，预收账款余额较期初减少。报告期内各期末，公司应收账款账面价值分别为 4,034.13 万元、9,198.79 万元、7,660.90 万元和 3,695.61 万元；公司预收款项账面价值分别为 10,480.20 万元、9,318.50 万元、6,246.46 万元和 7,840.70 万元。公司 1 年以内的应收账款占应收账款总额的比例分别为 99.85%、99.37%、95.04% 和 95.35%，应收账款的质量较高。总体来看，公司应收账款风险控制在较低水平。如果公司主要客户的财务状况出现持续恶化，或者经营情况、商业信用发生重大不利变化，公司应收账款产生坏账的可能性将增加，从而对公司的经营造成不利影响。

（三）存货管理风险

因化妆品行业的特殊性，要求化妆品生产企业的仓储及配送必须满足终端需求的及时性、不确定性等要求。因此，化妆品生产企业必须对其产品保持一定的库存量；同时，公司化妆品的品类较多，这对公司的资本实力和库存管理能力提出了较高要求；此外，化妆品的有效期管理比一般商品更为严格，接近有效期的化妆品一般不能对外销售，而是在履行相关程序后予以销毁。

报告期内各期末，公司存货净额分别为 17,167.16 万元、17,957.75 万元、21,204.95 万元和 20,650.68 万元，存货周转率分别为 3.30 次/年、3.39 次/年、3.15 次/年和 2.98 次/年。受宏观经济增速放缓影响，公司的营业收入略为下降，导致公司的存货周转速度随之下降，若公司后续不能有效地管理存货，将可能存在存货损失的风险。

（四）偿债风险

2013 年公司以 3.311 亿元受让位于杭州市西湖区的一处土地使用权，用于建造珀莱雅大厦，资金主要来源于公司的经营积累。随着公司资本性支出的不断增加，报告期内公司的资产负债率（合并报表口径）始终保持在较高的水平。

报告期内各期末，公司资产负债率（母公司）分别为 75.29%、61.98%、53.12% 和 46.69%，流动比率分别为 0.62、0.72、0.81 和 0.88，速动比率分别为 0.44、0.50、

0.45 和 0.60。公司资产负债率（母公司）高于同行业可比公司，流动比率、速动比率低于同行业可比公司，发行人的偿债能力相比同行业可比公司较弱，存在一定的短期偿债风险。

截至 2017 年 6 月 30 日，公司负债合计为 97,765.11 万元，其中，流动负债余额 91,345.06 万元，流动负债中短期借款余额为 46,334.73 万元。公司负债总额和资产负债率较高，增加了资金管理难度，同时也增加了利息费用的支出，从而带来一定的偿债风险。

（五）退换货风险

报告期内，在宏观经济增速放缓及竞争加剧的大环境下，消费者保持谨慎的消费态度，国内日化行业整体增速继续呈现放缓趋势。根据国家统计局统计，2016 年度国内生产总值（GDP）和社会消费品零售总额的增速均创下近年新低。受此影响，若公司的经销商不能准确把握终端市场销售情况，将会导致其库存积压。2015 年起，发行人经营团队经过市场调研，了解经销商及终端网点的经营情况以及同行业竞争品牌的销售政策后，发行人为维护品牌形象和提高经销商的积极性，陆续出台一系列加强终端销售的举措，如以更换包装、单品组套盒等方式对部分产品进行召回。若公司未能对当期的退换货情况进行有效管理，将导致当期的经营业绩出现大幅波动。

四、募集资金投资项目的风险

（一）募集资金投资项目实施的风险

本公司此次募集资金将投资于“营销网络建设项目”、“产品中心建设项目”、和“湖州分公司化妆品生产线技术改造项目”，上述项目计划投资总额为 92,783.47 万元。此次募集资金投资项目是公司经过充分市场调研后提出的，并且公司在研发、技术、生产、营销、人员等方面已做好充分准备。上述项目建设投产后，将优化公司现有营销网络、扩大品牌影响力、提高生产自动化水平、完善现有品牌结构，对公司发展战略和业绩水平产生积极影响。但在募集资金投资

项目实施的过程中，公司可能因工程进度、工程质量、投资成本等因素发生变化，从而影响上述项目的进度安排和实施效果。

（二）净资产收益率下降风险

报告期内各期，公司扣除非经常性损益后的净资产收益率分别为 38.26%、32.95%、27.59%和 12.84%，公司有着较高的盈利能力及投资回报能力。但本次公开发行股票募集资金到位后，公司净资产将大幅度增长，本次募投项目在发行当年可能尚不能竣工投产。因此，公司存在发行当年净资产收益率大幅下降的风险。同时，如果募集资金投资项目竣工后未能实现预期收益，公司出现盈利下降或增长速度放缓的情形，这将对公司资产收益率等盈利指标带来较大压力，未来公司的净资产收益率存在下降的风险。

五、劳务派遣风险

为了满足公司自身生产需求，提高人力管理效率，报告期内公司存在使用劳务派遣用工，且劳务派遣用工人数占其用工总量的比例超过《劳务派遣暂行规定》规定的 10%上限的情况。发行人按照相关要求，制定了《关于调整用工方案的情况报告》，并在湖州市吴兴区人力资源和社会保障局履行了备案手续。经过整改，截至 2017 年 6 月末，公司用工总人数为 2,764 人，其中劳务派遣用工 220 人，占比下降至 7.96%，符合《劳务派遣暂行规定》的相关要求。

若发行人在今后的生产经营过程中仍无法有效控制劳务派遣用工人数的占比，则公司用工的合法性将会产生瑕疵，对公司未来业务的进一步扩展带来不利影响。

公司控股股东、实际控制人侯军呈、方爱琴夫妇就发行人劳务派遣用工事宜承诺如下：因劳务派遣用工被追究责任，则由此所造成股份公司及其子公司的一切费用开支、经济损失，本人将全额承担，保证股份公司及其子公司不因此遭受任何损失。

六、股市风险

本次公开发行的股票将在上海证券交易所上市，股票市场存在风险。股票价格以公司经营成果为基础，同时也受到利率、汇率、税率、通货膨胀、国内外政治经济环境、重大自然灾害、投资者心理预期和市场买卖状况等因素的影响。因此，公司提醒投资者，在投资本公司股票时需注意股价的波动情况，作出正确的投资决策。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

发行人名称：珀莱雅化妆品股份有限公司

英文名称： Proya Cosmetics Co., Ltd.

注册资本： 15,000 万元

法定代表人： 侯军呈

有限公司成立日期： 2006 年 5 月 24 日

股份公司成立日期： 2015 年 7 月 31 日

住所： 杭州市西湖区世贸丽晶城欧美中心 1 号楼（D 区）1605 室

邮政编码： 310012

电话： 0571-87352850

传真： 0571-87352813

互联网网址： <http://www.proya-group.com/>

电子邮箱： proya-group@proya.com

二、发行人的历史沿革及改制重组情况

（一）设立方式

发行人是由珀莱雅化妆品有限公司以整体变更方式设立的股份有限公司，以经发行人会计师审计的截至 2015 年 6 月 30 日的净资产 282,214,841.59 元为依据，将净资产中 150,000,000 元折合为 150,000,000 股，每股面值 1.00 元，剩余净资产 132,214,841.59 元作为股本溢价计入资本公积。珀莱雅有限整体变更为股份公司前后，各股东的持股比例不变。

2015 年 7 月 31 日，珀莱雅化妆品股份有限公司在杭州市市场监督管理局完成工商变更登记，注册资本 15,000 万元，并取得注册号为 330503000002413 的

《营业执照》。（2016 年 9 月 18 日换发为统一社会信用代码为 91330100789665033F 的《营业执照》）

（二）发起人

发行人设立时，各发起人的持股情况如下：

序号	股东名称/姓名	持股数（万股）	持股比例（%）
1	侯军呈	7,264.0500	48.4270
2	方玉友	4,892.4750	32.6165
3	李小林	758.9400	5.0596
4	徐君清	741.9900	4.9466
5	曹良国	725.8350	4.8389
6	正德投资	300.0000	2.0000
7	高定保	60.0000	0.4000
8	方爱芬	39.0900	0.2606
9	周方坚	38.3400	0.2556
10	王以人	33.3300	0.2222
11	高秀明	26.6700	0.1778
12	方加安	25.0050	0.1667
13	叶财福	21.6300	0.1442
14	李建清	19.9050	0.1327
15	陈东方	18.3300	0.1222
16	李文清	9.2400	0.0616
17	徐东魁	6.8100	0.0454
18	鲍青芳	6.5400	0.0436
19	方加琴	4.9950	0.0333
20	方善明	4.9950	0.0333
21	叶红	1.8300	0.0122
合计		15,000.0000	100.00

（三）发行人设立前后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司的主要发起人系侯军呈。在改制设立发行人前后，侯军呈拥有的主要资产和实际从事的主要业务没有发生重大变化，具体为持有发行人的股权。

（四）发行人设立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

发行人设立时，拥有的主要资产为承继珀莱雅有限的整体资产，主要资产包括房屋及其他建筑物、生产设备、土地使用权、存货、应收款项及货币资金等。发行人设立以来，实际从事的主要业务为化妆品的研发、生产和销售等。

（五）改制前原企业的业务流程、改制后发行人的业务流程，以及原企业和发行人业务流程间的联系

改制前原企业的业务流程与改制后发行人的业务流程没有本质变化，改制后发行人制定了一系列内部管理制度，健全了风险控制体系和规章。具体的业务流程详见本《招股意向书》“第六节业务与技术”之“九、发行人的主营业务”的相关内容。

（六）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

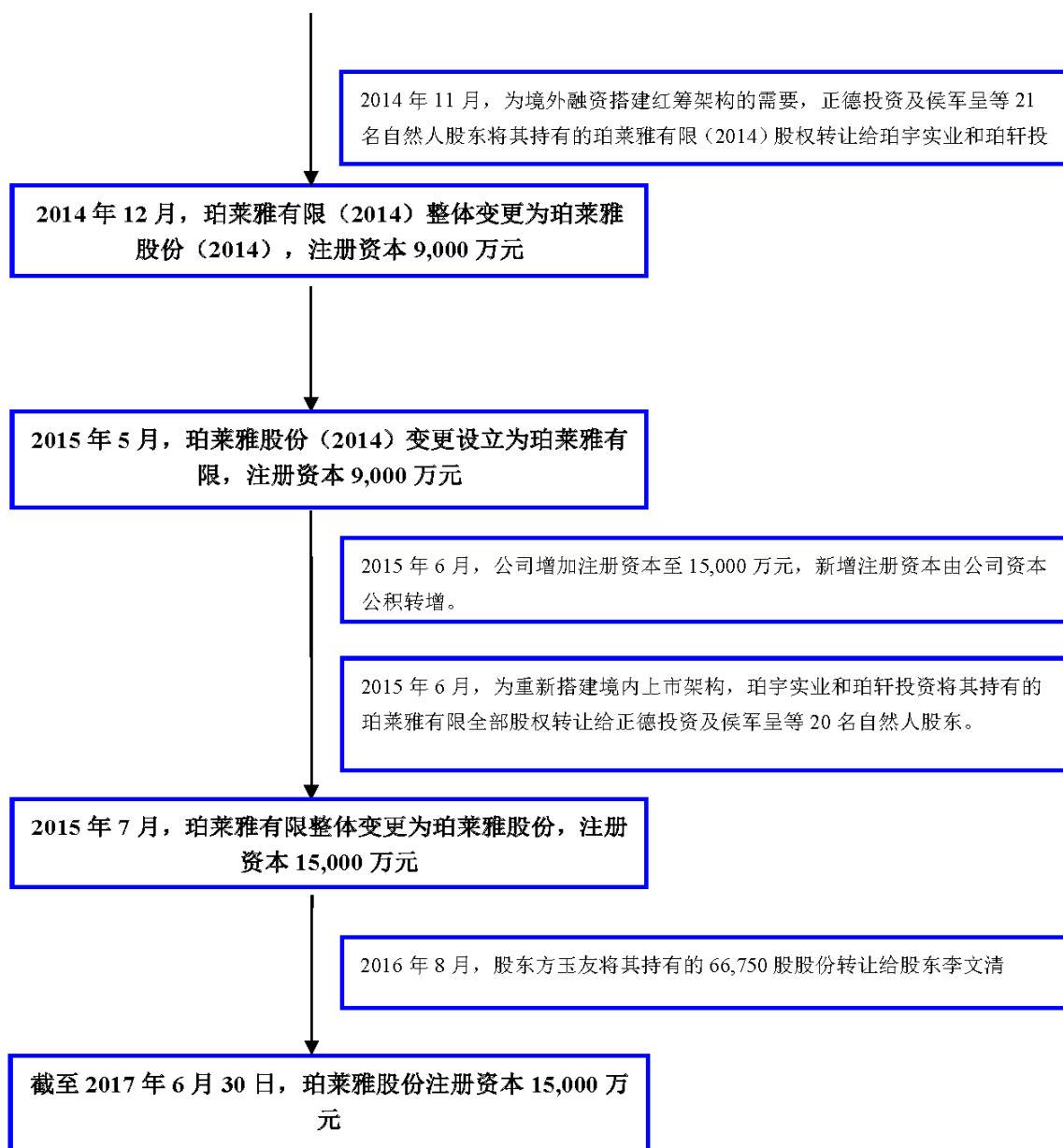
发行人设立以来，在生产经营方面与主要发起人不存在关联交易。

（七）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

发行人由珀莱雅有限整体变更而来，原珀莱雅有限所有的资产、承担的负债全部由发行人承继，相关资产的产权变更手续均已办理完毕。

三、发行人股本的形成及变化情况





（一）2006 年 5 月，设立珀莱雅有限（2006）

2006 年 5 月，高宇、叶财福共同出资设立珀莱雅（湖州）化妆品有限公司。公司注册资本 300 万元，住所为湖州市吴兴区上强工业功能区 104 国道北侧，法定代表人高宇。经营范围：化妆品、日用百货的批发零售。2006 年 5 月 18 日，浙江韦宁会计师事务所有限公司出具了“浙韦会验（2006）第 68 号”《验资报告》，对珀莱雅有限（2006）的股东出资进行了验证，确认：截至 2006 年 5 月 18 日，公司已收到全体股东缴纳的注册资本 300 万元，各股东均以货币出资。根据高宇、叶财福出具的说明，上述注册资本金分别由侯军呈、方玉占实际出资，高宇和叶财福作为名义出资人代侯军呈及方玉占持有相应股权。

2006 年 5 月 24 日，珀莱雅有限（2006）在湖州市工商行政管理局登记注册，并取得注册号为 3305002010402 的《企业法人营业执照》。珀莱雅有限（2006）成立时的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	高宇	153.00	51.00
2	叶财福	147.00	49.00
合计		300.00	100.00

（二）2007 年 9 月，股权转让和增资至 2,000 万元

2007 年 8 月 11 日，经珀莱雅有限（2006）股东会决议，同意股东高宇将其持有珀莱雅有限（2006）51%（计 153 万元）的股权按出资额 1:1 的价格转让给侯军呈；同意股东叶财福将其持有珀莱雅有限（2006）49%（计 147 万元）的股权按出资额 1:1 的价格转让给方玉占。2007 年 8 月 20 日，高宇与侯军呈、叶财福与方玉占分别签订《股权转让协议》。

2014 年 10 月及 12 月，高宇和叶财福均出具《确认函》，确认：高宇和叶财福作为名义股东共同办理珀莱雅有限（2006）设立的工商登记。高宇和叶财福名下的全部出资资金分别来源于侯军呈及方玉占。因此，此次股权转让不涉及实际资金交付，亦不存在纠纷或潜在争议。至此上述股权代持行为得以还原。

2007 年 8 月 26 日，珀莱雅有限（2006）股东会决议，同意公司注册资本由 300 万元增加至 2,000 万元。此次新增注册资本分别由侯军呈、方玉占及新增股

东方玉友和曹良国按注册资本 1:1 认缴。其中，侯军呈以货币方式认缴 947 万元，方玉友以货币方式认缴 500 万元，方玉占以货币方式认缴 153 万元，曹良国以货币方式认缴 100 万元。

2007 年 8 月 31 日，浙江韦宁会计师事务所有限公司出具了“浙韦会验(2007)第 083 号”《验资报告》，对珀莱雅有限（2006）的股东出资进行了验证，确认：截至 2007 年 8 月 28 日，公司已收到股东缴纳的新增注册资本 1,700 万元，各股东均以货币出资。

2007 年 9 月 4 日，珀莱雅有限（2006）完成此次股权转让及此次增资事项的工商变更登记，并取得注册号为 330503000002413 的《企业法人营业执照》。此次变更前后，珀莱雅有限（2006）的股权结构如下：

变更前			变更后		
股东名称 /姓名	出资额 (万元)	出资比例 (%)	股东名称 /姓名	出资额 (万元)	出资比例 (%)
高宇	153.00	51.00	侯军呈	1,100	55.00
叶财福	147.00	49.00	方玉友	500	25.00
-	-	-	方玉占	300	15.00
-	-	-	曹良国	100	5.00
合计	300.00	100.00	合计	2,000.00	100.00

（三）2009 年 9 月，增资至 5,000 万元

2009 年 9 月 12 日，珀莱雅有限（2006）股东会决议通过将公司注册资本由 2,000 万元增加至 5,000 万元，新增注册资本按 1:1 由公司股东按原出资比例认缴。

2009 年 9 月 15 日，浙江韦宁会计师事务所有限公司出具了“浙韦会验(2009)第 058 号”《验资报告》，确认：截至 2009 年 9 月 14 日，公司已收到股东缴纳的新增注册资本 3,000 万元，各股东均以货币出资。

2009 年 9 月 22 日，珀莱雅有限（2006）完成此次增资事项的工商变更登记。此次增资前后，珀莱雅有限（2006）的股权结构如下：

增资前			增资后		
股东名称	出资额	出资比例	股东名称	出资额	出资比例

/姓名	(万元)	(%)	/姓名	(万元)	(%)
侯军呈	1,100.00	55.00	侯军呈	2,750.00	55.00
方玉友	500.00	25.00	方玉友	1,250.00	25.00
方玉占	300.00	15.00	方玉占	750.00	15.00
曹良国	100.00	5.00	曹良国	250.00	5.00
合计	2,000.00	100.00	合计	5,000.00	100.00

(四) 2010 年 6 月，股权转让

2010 年 5 月 14 日，经珀莱雅有限（2006）股东会决议，同意股东侯军呈将其持有的珀莱雅有限（2006）33%（计 1,650 万元）的股权转让给珀莱雅控股；方玉友将其持有的珀莱雅有限（2006）15%（计 750 万元）的股权转让给珀莱雅控股；方玉占将其持有的珀莱雅有限（2006）9%（计 450 万元）的股权转让给珀莱雅控股；曹良国将其持有的珀莱雅有限（2006）3%（计 150 万元）的股权转让给珀莱雅控股。2010 年 6 月 3 日，侯军呈、方玉友、方玉占及曹良国分别与珀莱雅控股签订《股权转让协议》，约定本次股权转让价格均按各股东出资额 1:1 确定。相关股权转让款项均已结清。

2010 年 6 月 12 日，珀莱雅有限（2006）完成此次股权转让的工商变更登记。此次股权转让前后，珀莱雅有限（2006）的股权结构如下：

股权转让前			股权转让后		
股东名称 /姓名	出资额 (万元)	出资比例 (%)	股东名称 /姓名	出资额 (万元)	出资比例 (%)
侯军呈	2,750.00	55.00	侯军呈	1,100.00	22.00
方玉友	1,250.00	25.00	方玉友	500.00	10.00
方玉占	750.00	15.00	方玉占	300.00	6.00
曹良国	250.00	5.00	曹良国	100.00	2.00
—	—	—	珀莱雅控股	3,000.00	60.00
合计	5,000.00	100.00	合计	5,000.00	100.00

(五) 2010 年 12 月，股权转让

2010 年 12 月 8 日，经珀莱雅有限（2006）股东会决议，同意股东侯军呈将其持有的珀莱雅有限（2006）22%（计 1,100 万元）的股权转让给珀莱雅控股；

方玉友将其持有的珀莱雅有限（2006）10%（计 500 万元）的股权转让给珀莱雅控股；方玉占将其持有的珀莱雅有限（2006）6%（计 300 万元）的股权转让给珀莱雅控股；曹良国将其持有的珀莱雅有限（2006）2%（计 100 万元）的股权转让给珀莱雅控股。同日，原股东侯军呈、方玉友、方玉占、曹良国分别与珀莱雅控股签订《股权转让协议》，约定本次股权转让价格均按各股东出资额 1:1 确定。同时，公司类型变更为有限责任公司（法人独资）。相关股权转让款项均已结清。

2010 年 12 月 27 日，珀莱雅有限（2006）完成此次股权转让的工商变更登记。此次股权转让前后，珀莱雅有限（2006）的股权结构如下：

股权转让前			股权转让后		
股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
侯军呈	1,100.00	22.00	—	—	—
方玉友	500.00	10.00	—	—	—
方玉占	300.00	6.00	—	—	—
曹良国	100.00	2.00	—	—	—
珀莱雅控股	3,000.00	60.00	珀莱雅控股	5,000.00	100.00
合计	5,000.00	100.00	合计	5,000.00	100.00

珀莱雅控股成立于 2008 年 1 月 30 日，注册资本及实收资本为 5,000 万元，法定代表人为侯军呈，住所为杭州市西湖区世贸丽晶城欧美中心 1 号楼（D 区）1601 室。珀莱雅控股的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	侯军呈	2,500.00	50.00
2	方玉友	1,250.00	25.00
3	方玉占	750.00	15.00
4	曹良国	250.00	5.00
5	李小林	250.00	5.00
合计		5,000.00	100.00

2013 年 7 月 3 日，珀莱雅控股完成工商注销。

（六）2012 年 5 月，增资至 8,000 万元

2012年3月27日，经珀莱雅有限（2006）股东会决议，同意将公司注册资本由5,000万元增加至8,000万元，新增注册资本由公司未分配利润转增。

2012年5月23日，天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具了“天健验（2012）151号”《验资报告》，确认：截至2012年5月22日，公司已将未分配利润3,000万元转增实收资本3,000万元。

2012年5月24日，珀莱雅有限（2006）完成此次增资事项的工商变更登记。此次增资前后，珀莱雅有限（2006）的股权结构如下：

增资前			增资后		
股东名称 /姓名	出资额 （万元）	出资比例 （%）	股东名称 /姓名	出资额 （万元）	出资比例 （%）
珀莱雅控股	5,000.00	100.00	珀莱雅控股	8,000.00	100.00
合计	5,000.00	100.00	合计	8,000.00	100.00

（七）2012年5月，股权转让

2012年5月26日，经珀莱雅有限（2006）股东会决议，同意珀莱雅控股将其持有的珀莱雅有限（2006）的全部股权分别转让给正德投资及侯军呈等22名自然人。同时，公司类型变更为有限责任公司。

2012年5月26日，珀莱雅控股分别与正德投资及侯军呈等22名自然人签订《股权转让协议》，股权转让价格确定为1:1.62。本次股权转让价格系以公司截至2011年12月31日经评估的净资产扣除2012年上半年分红款后的金额为依据，并经双方协商确定。上述股权转让款已支付完毕。

2012年5月29日，珀莱雅有限（2006）完成此次股权转让的工商变更登记。此次股权转让前后，珀莱雅有限（2006）的股权结构如下：

股权转让前			股权转让后		
股东名称 /姓名	出资额 （万元）	出资比例 （%）	股东名称 /姓名	出资额 （万元）	出资比例 （%）
珀莱雅控股	8,000.00	100.00	侯军呈	3,874.1612	48.4270
—	—	—	方玉友	1,678.3477	20.9793
—	—	—	方玉占	927.4179	11.5927

—	—	—	李小林	404.7644	5.0596
—	—	—	徐君清	395.7244	4.9466
—	—	—	曹良国	387.1111	4.8389
—	—	—	正德投资	160.0000	2.0000
—	—	—	方爱芬	20.8466	0.2606
—	—	—	周方坚	20.4444	0.2556
—	—	—	王雪华	19.5556	0.2444
—	—	—	王以人	17.7778	0.2222
—	—	—	高秀明	14.2222	0.1778
—	—	—	方加安	13.3333	0.1667
—	—	—	高定保	12.4444	0.1556
—	—	—	叶财福	11.5378	0.1442
—	—	—	李建清	10.6133	0.1327
—	—	—	陈东方	9.7778	0.1222
—	—	—	李文清	8.4889	0.1061
—	—	—	徐东魁	3.6356	0.0454
—	—	—	鲍青芳	3.4844	0.0436
—	—	—	方加琴	2.6667	0.0333
—	—	—	方善明	2.6667	0.0333
—	—	—	叶红	0.9778	0.0122
合计	8,000.00	100.00	合计	8,000.00	100.00

正德投资成立于2012年5月23日,系公司高管与经营骨干设立的合伙企业。截至本《招股意向书》签署日,正德投资持有杭州市市场监督管理局颁发的统一社会信用代码为91330100596611880X号的《营业执照》,执行事务合伙人为曹良国,住所为杭州市西湖区马塍路7号3幢105室,经营范围为实业投资(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),股权结构如下:

序号	合伙人	出资额(万元)	出资比例(%)
1	曹良国	329.735	65.9470
2	裴竹祥	30.0000	6.0000
3	金衍华	19.4450	3.8890
4	章敏华	15.5550	3.1110
5	张叶峰	15.5550	3.1110
6	金继强	12.2200	2.4440

7	蒋丽刚	12.2200	2.4440
8	方爱琴	11.6650	2.3330
9	王正标	11.6650	2.3330
10	王建荣	11.3000	2.2600
11	付艳丽	11.1100	2.2220
12	龚家华	10.2800	2.0560
13	吴继波	9.2500	1.8500
合计		500.0000	100.00

根据相关股东说明，此次股权转让之原因主要包括：

- 1、简化公司股权层级架构，拟以珀莱雅有限（2006）作为上市主体。
- 2、为清理关联交易，公司拟终止与关联经销商（亲属关系）的业务关系，公司主要股东转让其持有的部分股权给主要关联方经销商（亲属关系）作为补偿。
- 3、为增强公司团队稳定性，激励公司骨干员工，由公司骨干员工成立正德投资，公司主要股东转让其持有的部分公司股权给正德投资。

（八）2012 年 8 月，整体变更设立珀莱雅股份（2012）

根据珀莱雅有限（2006）股东会于 2012 年 7 月 26 日作出的决议及各发起人于同日签署的《发起人协议书》，珀莱雅有限（2006）以经发行人会计师审计的截至 2012 年 5 月 31 日的净资产 140,875,067.50 元为依据，将净资产中 90,000,000 元折合为 90,000,000 股，每股面值 1.00 元，剩余净资产 50,875,067.50 元作为股本溢价计入资本公积。整体变更设立股份公司前后，各股东的持股比例不变。

2012 年 7 月 31 日，天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具了“天健验（2012）245 号”《验资报告》，“经审验，截至 2012 年 7 月 30 日止，贵公司（筹）已收到全体出资者所拥有的截至 2012 年 5 月 31 日止珀莱雅（湖州）化妆品有限公司经审计的净资产 140,875,067.50 元，根据《公司法》的有关规定，按照公司的折股方案，将上述净资产折合实收资本 9,000 万元（人民币 90,000,000.00 元），资本公积 50,875,067.50 元。”

珀莱雅（湖州）化妆品股份有限公司于 2012 年 8 月 21 日在湖州市工商行政管理局完成工商登记，注册资本 9,000 万元，并取得注册号为 330503000002413 的《企业法人营业执照》。

珀莱雅股份（2012）成立时，各股东的持股情况如下：

序号	股东名称/姓名	持股数（万股）	持股比例（%）
1	侯军呈	4,358.4300	48.4270
2	方玉友	1,888.1370	20.9793
3	方玉占	1,043.3430	11.5927
4	李小林	455.3640	5.0596
5	徐君清	445.1940	4.9466
6	曹良国	435.5010	4.8389
7	正德投资	180.0000	2.0000
8	方爱芬	23.4540	0.2606
9	周方坚	23.0040	0.2556
10	王雪华	21.9960	0.2444
11	王以人	19.9980	0.2222
12	高秀明	16.0020	0.1778
13	方加安	15.0030	0.1667
14	高定保	14.0040	0.1556
15	叶财福	12.9780	0.1442
16	李建清	11.9430	0.1327
17	陈东方	10.9980	0.1222
18	李文清	9.5490	0.1061
19	徐东魁	4.0860	0.0454
20	鲍青芳	3.9240	0.0436
21	方加琴	2.9970	0.0333
22	方善明	2.9970	0.0333
23	叶红	1.0980	0.0122
合计		9,000.00	100.00

（九）2012年9月，珀莱雅股份（2012）变更名称

2012年8月22日召开珀莱雅股份（2012）第一次临时股东大会决议，同意公司名称变更为“珀莱雅化妆品股份有限公司”。2012年9月4日，珀莱雅股份（2012）完成工商变更登记，更名为“珀莱雅化妆品股份有限公司。”

（十）2013年12月，股权转让

2013 年 11 月 25 日，股东方玉占与股东方玉友签订《股份转让协议》，约定方玉占将其持有的珀莱雅股份（2012）1,043.3430 万股股份作价 3,449.5864 万元转让给股东方玉友。

此次股份转让价格以珀莱雅股份（2012）截至 2013 年 6 月 30 日的账面净资产为基础，并经双方协商确定。相关股权转让款已支付完毕。

2013 年 12 月 19 日，珀莱雅股份（2012）完成此次股权转让的工商登记。此次股权转让前后，珀莱雅股份（2012）的股权结构如下：

股份转让前			股份转让后		
股东名称 /姓名	持股数 (万股)	持股比例 (%)	股东名称 /姓名	持股数 (万元)	持股比例 (%)
侯军呈	4,358.4300	48.4270	侯军呈	4,358.4300	48.4270
方玉友	1,888.1370	20.9793	方玉友	2,931.4800	32.5720
方玉占	1,043.3430	11.5927	—	—	—
李小林	455.3640	5.0596	李小林	455.3640	5.0596
徐君清	445.1940	4.9466	徐君清	445.1940	4.9466
曹良国	435.5010	4.8389	曹良国	435.5010	4.8389
正德投资	180.0000	2.0000	正德投资	180.0000	2.0000
方爱芬	23.4540	0.2606	方爱芬	23.4540	0.2606
周方坚	23.0040	0.2556	周方坚	23.0040	0.2556
王雪华	21.9960	0.2444	王雪华	21.9960	0.2444
王以人	19.9980	0.2222	王以人	19.9980	0.2222
高秀明	16.0020	0.1778	高秀明	16.0020	0.1778
方加安	15.0030	0.1667	方加安	15.0030	0.1667
高定保	14.0040	0.1556	高定保	14.0040	0.1556
叶财福	12.9780	0.1442	叶财福	12.9780	0.1442
李建清	11.9430	0.1327	李建清	11.9430	0.1327
陈东方	10.9980	0.1222	陈东方	10.9980	0.1222
李文清	9.5490	0.1061	李文清	9.5490	0.1061
徐东魁	4.0860	0.0454	徐东魁	4.0860	0.0454
鲍青芳	3.9240	0.0436	鲍青芳	3.9240	0.0436
方加琴	2.9970	0.0333	方加琴	2.9970	0.0333

方善明	2.9970	0.0333	方善明	2.9970	0.0333
叶红	1.0980	0.0122	叶红	1.0980	0.0122
合计	9,000.00	100.00	合计	9,000.00	100.00

根据股权转让双方方玉占、方玉友的说明，此次股权转让系方玉占因个人其他投资需要，退出对珀莱雅的投资经营，股权转让系双方真实意思表示，价格公允，不存在委托持股或其他利益安排。

（十一）2014年9月，珀莱雅股份（2012）变更为珀莱雅有限（2014）

2014年8月27日，经珀莱雅股份（2012）2014年第三次临时股东大会审议通过，同意将公司类型变更为有限责任公司，公司名称变更为“珀莱雅化妆品有限公司”。变更后的珀莱雅有限（2014）股权按原股东认购股份额以每股1元折合，变更后的有限公司注册资本保持不变，为9,000万元。

2014年9月24日，珀莱雅有限（2014）在杭州市工商行政管理局完成工商登记，并取得注册号为330503000002413的《营业执照》。

珀莱雅有限（2014）成立时，各股东的持股情况如下：

序号	股东名称/姓名	出资额 (万元)	出资比例 (%)
1	侯军呈	4,358.4300	48.4270
2	方玉友	2,931.4800	32.5720
3	李小林	455.3640	5.0596
4	徐君清	445.1940	4.9466
5	曹良国	435.5010	4.8389
6	正德投资	180.0000	2.0000
7	方爱芬	23.4540	0.2606
8	周方坚	23.0040	0.2556
9	王雪华	21.9960	0.2444
10	王以人	19.9980	0.2222
11	高秀明	16.0020	0.1778
12	方加安	15.0030	0.1667
13	高定保	14.0040	0.1556

14	叶财福	12.9780	0.1442
15	李建清	11.9430	0.1327
16	陈东方	10.9980	0.1222
17	李文清	9.5490	0.1061
18	徐东魁	4.0860	0.0454
19	鲍青芳	3.9240	0.0436
20	方加琴	2.9970	0.0333
21	方善明	2.9970	0.0333
22	叶红	1.0980	0.0122
合计		9,000.00	100.00

(十二) 2014 年 11 月，股权转让

为境外融资搭建红筹架构需要，2014 年 11 月 24 日，经珀莱雅有限（2014）股东会决议，同意股东正德投资及侯军呈等 22 名股东分别将其持有的珀莱雅有限（2014）的股权转让给珀宇实业和珀轩投资，股权转让价格以珀莱雅有限（2014）2014 年 8 月 31 日经评估的净资产为基础确定，共计为人民币 218,964,579.31 元。同日，股权转让各方签署了《股权转让协议》。股权转让相关款项均已结清。

2014 年 11 月 28 日，公司完成此次股权转让的工商变更登记。此次股权转让前后，珀莱雅有限（2014）各股东的持股情况如下：

股权转让前			股权转让后		
股东名称 /姓名	出资额 (万元)	出资比例 (%)	股东名称 /姓名	出资额 (万元)	出资比例 (%)
侯军呈	4,358.4300	48.4270	—	—	—
方玉友	2,931.4800	32.5720	—	—	—
李小林	455.3640	5.0596	—	—	—
徐君清	445.1940	4.9466	—	—	—
曹良国	435.5010	4.8389	—	—	—
正德投资	180.0000	2.0000	—	—	—
方爱芬	23.4540	0.2606	—	—	—
周方坚	23.0040	0.2556	—	—	—
王雪华	21.9960	0.2444	—	—	—
王以人	19.9980	0.2222	—	—	—

高秀明	16.0020	0.1778	—	—	—
方加安	15.0030	0.1667	—	—	—
高定保	14.0040	0.1556	—	—	—
叶财福	12.9780	0.1442	—	—	—
李建清	11.9430	0.1327	—	—	—
陈东方	10.9980	0.1222	—	—	—
李文清	9.5490	0.1061	—	—	—
徐东魁	4.0860	0.0454	—	—	—
鲍青芳	3.9240	0.0436	—	—	—
方加琴	2.9970	0.0333	—	—	—
方善明	2.9970	0.0333	—	—	—
叶红	1.0980	0.0122	—	—	—
—	—	—	珀宇实业	4,960.2330	55.1137
—	—	—	珀轩投资	4,039.7670	44.8863
合计	9,000.00	100.00	合计	9,000.00	100.00

（十三）2014 年 12 月，整体变更设立珀莱雅股份（2014）

为保持业务拓展和宣传资料的一贯性，根据珀莱雅有限（2014）股东会决议及全体股东签署的《发起人协议书》，约定全体股东作为发起人共同发起将珀莱雅有限（2014）整体变更为股份有限公司，珀莱雅有限（2014）以经发行人会计师审计的截至 2014 年 11 月 30 日的净资产 232,473,929.35 元为依据，将净资产中 90,000,000 元折合为 90,000,000 股，每股面值 1.00 元，剩余净资产 142,473,929.35 元作为股本溢价计入资本公积。珀莱雅有限（2014）整体变更为珀莱雅股份（2014）前后，各股东的持股比例不变。本次整体变更注册资本实收情况已经天健会计师事务所天健审〔2016〕5718 号《关于珀莱雅化妆品股份有限公司有关注册资本实收情况的核查说明》确认。

珀莱雅股份（2014）于 2014 年 12 月 25 日在杭州市工商行政管理局完成工商登记，注册资本 9,000 万元，并取得注册号为 330503000002413 的《营业执照》。

珀莱雅股份（2014）成立时，各股东的持股情况如下：

序号	股东名称/姓名	持股数（万股）	持股比例（%）
1	珀宇实业	4,960.2330	55.1137
2	珀轩投资	4,039.7670	44.8863
合计		9,000.00	100.00

（十四）2015 年 5 月，珀莱雅股份（2014）变更设立为珀莱雅有限

随着境内资本市场日益活跃，公司决定终止境外融资计划，拆除红筹架构，重新搭建境内上市架构。

2015 年 5 月 18 日，珀莱雅股份（2014）召开 2015 年第四次临时股东大会，决定将公司类型变更为有限责任公司，公司名称变更为“珀莱雅化妆品有限公司”。全体股东按原股份有限公司的认购股份额以每股 1 元折合作为有限公司的出资，股权结构保持不变。

2015 年 5 月 28 日，珀莱雅有限在杭州市市场监督管理局完成工商登记，注册资本 9,000.00 万元，并取得注册号为 330503000002413 的《营业执照》。

珀莱雅有限成立时，各股东的持股情况如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	珀宇实业	4,960.2330	55.1137
2	珀轩投资	4,039.7670	44.8863
合计		9,000.00	100.00

（十五）2015 年 6 月，增资至 15,000 万元

2015 年 6 月 15 日，经珀莱雅有限股东会决议，同意将公司注册资本由 9,000 万元增加至 15,000 万元，新增注册资本由公司资本公积转增。本次增资注册资本实收情况已经天健会计师事务所天健审〔2016〕5718 号《关于珀莱雅化妆品股份有限公司有关注册资本实收情况的核查说明》确认。

2015 年 6 月 15 日，珀莱雅有限完成此次增资事项的工商变更登记。此次增资前后，珀莱雅有限的股权结构如下：

增资前	增资后

股东名称 /姓名	出资额 (万元)	出资比例 (%)	股东名称 /姓名	出资额 (万元)	出资比例 (%)
珀宇实业	4,960.2330	55.1137	珀宇实业	8,267.0550	55.1137
珀轩投资	4,039.7670	44.8863	珀轩投资	6,732.9450	44.8863
合计	9,000.00	100.00	合计	15,000.00	100.00

(十六) 2015 年 6 月，股权转让

2015 年 6 月 15 日，经珀莱雅有限股东会决议，同意珀宇实业、珀轩投资分别将其持有的股权转让给侯军呈等 20 名自然人及正德投资，股权转让价格以珀莱雅有限 2015 年 2 月 28 日的经评估净资产为基础确定，共计为人民币 266,081,812.92 元。同日，股权转让各方签署了《股权转让协议》。股权转让相关款项均已结清。

2015 年 6 月 25 日，公司完成此次股权转让的工商变更登记。此次股权转让前后，珀莱雅有限各股东的持股情况如下：

股权转让前			股权转让后		
股东名称 /姓名	持股数 (万股)	持股比例 (%)	股东名称 /姓名	持股数 (万股)	持股比例 (%)
—	—	—	侯军呈	7,264.0500	48.4270
—	—	—	方玉友	4,892.4750	32.6165
—	—	—	李小林	758.9400	5.0596
—	—	—	徐君清	741.9900	4.9466
—	—	—	曹良国	725.8350	4.8389
—	—	—	正德投资	300.0000	2.0000
—	—	—	方爱芬	39.0900	0.2606
—	—	—	周方坚	38.3400	0.2556
—	—	—	王以人	33.3300	0.2222
—	—	—	高秀明	26.6700	0.1778
—	—	—	方加安	25.0050	0.1667
—	—	—	高定保	60.0000	0.4000
—	—	—	叶财福	21.6300	0.1442
—	—	—	李建清	19.9050	0.1327
—	—	—	陈东方	18.3300	0.1222

—	—	—	李文清	9.2400	0.0616
—	—	—	徐东魁	6.8100	0.0454
—	—	—	鲍青芳	6.5400	0.0436
—	—	—	方加琴	4.9950	0.0333
—	—	—	方善明	4.9950	0.0333
—	—	—	叶红	1.8300	0.0122
珀宇实业	8,267.0550	55.1137	—	—	—
珀轩投资	6,732.9450	44.8863	—	—	—
合计	15,000.00	100.00	合计	15,000.00	100.00

（十七）2015 年 7 月，珀莱雅有限整体变更为珀莱雅股份

根据珀莱雅有限 2015 年 7 月 29 日股东会决议及各股东签署的《发起人协议书》，珀莱雅有限以经发行人会计师审计的截至 2015 年 6 月 30 日的净资产 282,214,841.59 元为依据，将净资产中的 15,000 万元折合为 15,000 万股，每股面值 1.00 元，剩余净资产 132,214,841.59 元作为股本溢价计入资本公积。整体变更设立股份公司前后，各股东的持股比例不变。

2015 年 8 月 3 日，天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具了“天健验（2015）299 号”《验资报告》，“经审验，截至 2015 年 7 月 31 日止，贵公司（筹）已收到全体出资者所拥有的截至 2015 年 6 月 30 日止珀莱雅化妆品有限公司经审计的净资产 282,214,841.59 元，根据《公司法》的有关规定，按照公司的折股方案，将上述净资产折合实收资本 15,000 万元（人民币 150,000,000.00 元），资本公积 132,214,841.59 元。”

珀莱雅股份于 2015 年 7 月 31 日在杭州市市场监督管理局完成工商变更登记，注册资本 15,000 万元，并取得注册号为 330503000002413 的《营业执照》（2016 年 9 月 18 日换发为统一社会信用代码为 91330100789665033F 的《营业执照》）。

珀莱雅股份成立时，各股东的持股情况如下：

序号	股东名称/姓名	持股数（万股）	持股比例（%）
1	侯军呈	7,264.0500	48.4270

2	方玉友	4,892.4750	32.6165
3	李小林	758.9400	5.0596
4	徐君清	741.9900	4.9466
5	曹良国	725.8350	4.8389
6	正德投资	300.0000	2.0000
7	方爱芬	39.0900	0.2606
8	周方坚	38.3400	0.2556
9	王以人	33.3300	0.2222
10	高秀明	26.6700	0.1778
11	方加安	25.0050	0.1667
12	高定保	60.0000	0.4000
13	叶财福	21.6300	0.1442
14	李建清	19.9050	0.1327
15	陈东方	18.3300	0.1222
16	李文清	9.2400	0.0616
17	徐东魁	6.8100	0.0454
18	鲍青芳	6.5400	0.0436
19	方加琴	4.9950	0.0333
20	方善明	4.9950	0.0333
21	叶红	1.8300	0.0122
合计		15,000.00	100.00

(十八) 2016 年 8 月，股权转让

2016 年 8 月 12 日，股东方玉友与股东李文清签订《股权转让协议》，约定双方以 2016 年 6 月 30 日经审计的净资产为基础作价，方玉友将其持有的 66,750 股股份以 206,925.00 元价格转让给李文清。股权转让相关款项已结清并完成了工商变更登记。

此次股权转让前后，珀莱雅股份各股东的持股情况如下：

股权转让前			股权转让后		
股东名称 /姓名	持股数 (万股)	持股比例 (%)	股东名称 /姓名	持股数 (万股)	持股比例 (%)
侯军呈	7,264.0500	48.4270	侯军呈	7,264.0500	48.4270

方玉友	4,892.4750	32.6165	方玉友	4,885.8000	32.5720
李小林	758.9400	5.0596	李小林	758.9400	5.0596
徐君清	741.9900	4.9466	徐君清	741.9900	4.9466
曹良国	725.8350	4.8389	曹良国	725.8350	4.8389
正德投资	300.0000	2.0000	正德投资	300.0000	2.0000
方爱芬	39.0900	0.2606	方爱芬	39.0900	0.2606
周方坚	38.3400	0.2556	周方坚	38.3400	0.2556
王以人	33.3300	0.2222	王以人	33.3300	0.2222
高秀明	26.6700	0.1778	高秀明	26.6700	0.1778
方加安	25.0050	0.1667	方加安	25.0050	0.1667
高定保	60.0000	0.4000	高定保	60.0000	0.4000
叶财福	21.6300	0.1442	叶财福	21.6300	0.1442
李建清	19.9050	0.1327	李建清	19.9050	0.1327
陈东方	18.3300	0.1222	陈东方	18.3300	0.1222
李文清	9.2400	0.0616	李文清	15.9150	0.1061
徐东魁	6.8100	0.0454	徐东魁	6.8100	0.0454
鲍青芳	6.5400	0.0436	鲍青芳	6.5400	0.0436
方加琴	4.9950	0.0333	方加琴	4.9950	0.0333
方善明	4.9950	0.0333	方善明	4.9950	0.0333
叶红	1.8300	0.0122	叶红	1.8300	0.0122
合 计	15,000.00	100.00	合 计	15,000.00	100.00

截至本《招股意向书》签署日，珀莱雅股份股权结构未发生其他变化。

四、发行人历次验资情况

（一）2006 年 5 月，珀莱雅有限（2006）设立时的验资情况

2006 年 5 月 18 日，浙江韦宁会计师事务所有限公司出具了“浙韦会验(2006)第 68 号”《验资报告》，对珀莱雅（湖州）化妆品有限公司（筹）的注册资本进行了审验。根据该《验资报告》，截至 2006 年 5 月 18 日，珀莱雅有限（2006）已收到全体股东缴纳的注册资本 300 万元，各股东均以货币出资。

（二）2007 年 8 月，珀莱雅有限（2006）增资至 2,000 万元的验资情况

2007 年 8 月 31 日，浙江韦宁会计师事务所有限公司出具了“浙韦会验(2007)

第 083 号”《验资报告》，对珀莱雅有限（2006）新增注册资本人民币 1,700 万元进行了审验。根据该《验资报告》，截至 2007 年 8 月 28 日，珀莱雅有限（2006）已收到侯军呈、方玉友、方玉占和曹良国缴纳的新增注册资本（实收资本）合计 1,700 万元，各股东均以货币出资。

（三）2009 年 9 月，珀莱雅有限（2006）增资至 5,000 万元的验资情况

2009 年 9 月 15 日，浙江韦宁会计师事务所有限公司出具了“浙韦会验(2009) 第 058 号”《验资报告》，对珀莱雅有限（2006）新增注册资本 3,000 万元进行了审验。根据该《验资报告》，截至 2009 年 9 月 14 日，公司已收到侯军呈、方玉友、方玉占和曹良国缴纳的新增注册资本（实收资本）合计 3,000 万元，各股东均以货币出资。

（四）2012 年 5 月，珀莱雅有限（2006）增资至 8,000 万元的验资情况

2012 年 5 月 23 日，天健会计师事务所(特殊普通合伙)出具了“天健验(2012) 151 号”《验资报告》，对珀莱雅有限（2006）新增注册资本 3,000 万元进行了审验。根据该《验资报告》，截至 2012 年 5 月 22 日，公司已将未分配利润 3,000 万元转增实收资本 3,000 万元。

（五）2012 年 7 月，珀莱雅有限（2006）整体变更为珀莱雅股份（2012）的验资情况

2012 年 7 月 31 日，天健会计师事务所(特殊普通合伙)出具了“天健验(2012) 245 号”《验资报告》，对珀莱雅有限（2006）整体变更为珀莱雅股份（2012）（筹）注册资本变更情况进行了审验。按照该折股方案，珀莱雅有限（2006）截至 2012 年 5 月 31 日经审计的净资产为 140,875,067.50 元，其中 9,000 万元折合为变更后股份公司的注册资本 9,000 万元，股份为 9,000 万股（每股 1.00 元），其余 50,875,067.50 元计入资本公积。

（六）2015 年 7 月珀莱雅有限整体变更为珀莱雅股份的验资

2015 年 8 月 3 日，天健会计师事务所(特殊普通合伙)出具了“天健验(2015) 299 号”《验资报告》，对珀莱雅有限整体变更为珀莱雅股份注册资本变更情况进行了审验。按照该折股方案，珀莱雅有限截至 2015 年 6 月 30 日经审计的净资

产为 282,214,841.59 元，其中 15,000 万元折合为变更后股份公司的注册资本 15,000 万元，股份为 15,000 万股（每股 1.00 元），其余 132,214,841.59 元计入资本公积。

（七）2014 年 12 月及 2015 年 6 月发行人验资情况

2014 年 12 月珀莱雅有限（2014）整体变更为珀莱雅股份（2014）的注册资本实收情况及 2015 年 6 月珀莱雅有限新增注册资本 6,000 万元均已经天健会计师事务所天健审（2016）5718 号《关于珀莱雅化妆品股份有限公司有关注册资本实收情况的核查说明》确认。

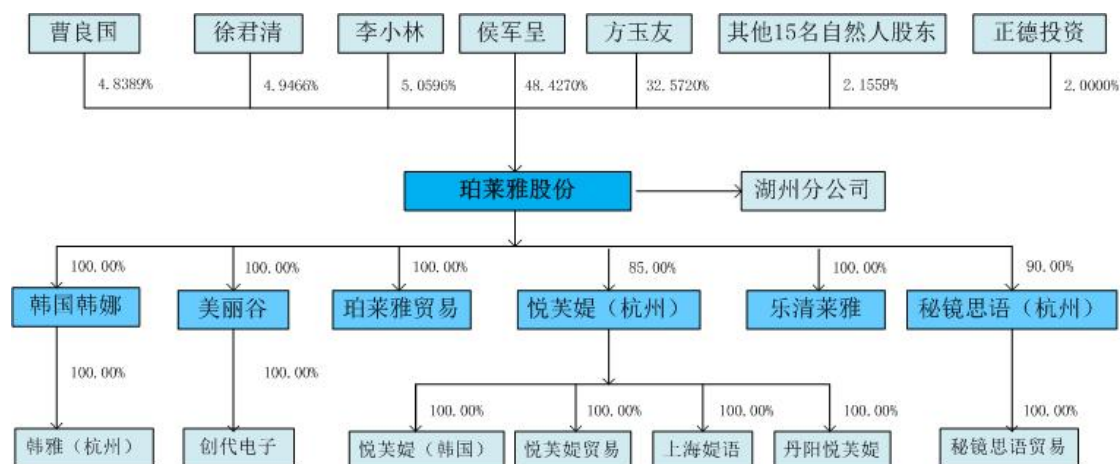
五、发行人的重大资产重组情况

报告期内，发行人无重大资产重组情况。

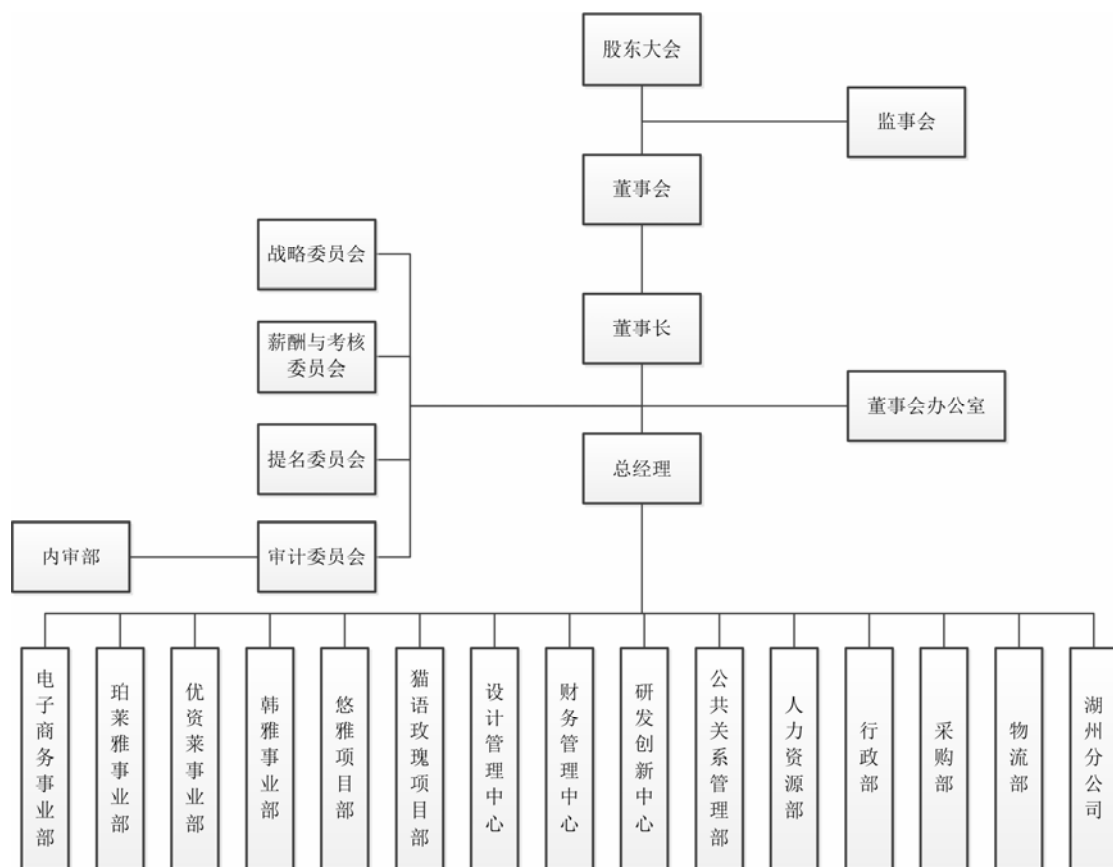
六、发行人组织结构图

（一）发行人外部组织结构图

截至报告期末，发行人的外部组织结构图如下：



（二）发行人内部组织结构图



(三) 发行人内部组织机构设置及运行情况

公司董事会下设战略委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会、审计委员会等专门委员会，其中审计委员会下设内审部。

内审部：在审计委员会领导下开展内部审计工作，负责建立健全内部审计工作制度，完善内部控制制度，有效地实施审计监督，对过程执行情况进行审计跟踪，降低重大经营活动风险；开展董事会交办的其他审计事项；根据监事会委托办理其他审计事项；配合国家审计机关、会计师事务所对公司的审计工作。

董事会办公室：负责收集国家宏观经济政策及证券市场信息，筹备股东大会、董事会的召开，办理公司股票托管登记事务，处理公司信息披露事务，督促公司制定并执行信息披露管理制度和重大信息的内部报告制度，管理投资者关系及其他证券事务。

公司的日常经营管理团队由总经理、副总经理、财务负责人等组成，在董事会领导下，负责公司的日常经营与管理。

发行人主要职能部门的职责如下：

部门	主要职责
珀莱雅事业部	根据公司整体发展战略，制定“珀莱雅”品牌年度产品规划、品牌传播规划、渠道策略规划和营销规划，不断完善销售管理体系，并对规划的执行进行监督优化，确保“珀莱雅”品牌和“悠雅”品牌销售目标的达成，为公司获得最大化的利润。
优资莱事业部	根据公司整体发展战略，制定“优资莱”品牌年度产品规划、品牌传播规划、渠道策略规划和营销规划，不断完善销售管理体系，并对规划的执行进行监督优化，确保“优资莱”品牌销售目标的达成，为公司获得最大化的利润。
韩雅事业部	根据公司整体发展战略，制定韩雅品牌年度产品规划、品牌传播规划、渠道策略规划和营销规划，不断完善销售管理体系，并对规划的执行进行监督优化，确保“韩雅”品牌销售目标的达成，为公司获得最大化的利润。
悠雅项目部	根据公司整体发展战略，制定“悠雅”品牌年度产品规划、品牌传播规划、渠道策略规划和营销规划，不断完善销售管理体系，并对规划的执行进行监督优化，确保“悠雅”品牌销售目标的达成，为公司获得最大化的利润。
猫语玫瑰项目部	根据公司整体发展战略，制定“猫语玫瑰”品牌年度产品规划、品牌传播规划、渠道策略规划和营销规划，不断完善销售管理体系，并对规划的执行进行监督优化，确保“猫语玫瑰”品牌销售目标的达成，为公司获得最大化的利润。
电子商务事业部	根据公司整体发展战略，组织与规划电子商务发展战略，全面负责电商公司运营管理，制定公司业务发展规划，并组织落实，制定年度经营预算指标并确保完成。
设计管理中心	以珀莱雅为核心对各品牌进行年度设计规划，整合“珀莱雅”、“优资莱”、“悠雅”、“韩雅”、“猫语玫瑰”等现有品牌资源。有效利用各类手段（视觉传达、形象包装、终端展示等）提升品牌在市场上的竞争力及价值并有效刺激销售，把握公司产品、品牌形象的视觉设计风格和方向，塑造良好的视觉整体形象，提高产品品牌形象。
公共关系管理部	根据公司经营战略，通过与公众媒体的沟通和传播，提升企业公众形象，达到高性价比媒体投放。
财务管理中心	根据国家税收法规政策及财务会计准则，及公司经营战略目标，组织制定并实施公司财务规划、财务管理年度目标及各项财务管理制度，建立并完善财务管理体系，为公司战略目标实现提供经营决策参考及财务保障。
研发创新中心	根据公司战略中长期规划和品牌研发需求，制定中心研发发展规划，通过搭建团队，资源协调，不断进行产品创新和优化，提升公司技术核心竞争力，构建更大、更健康的发展平台，实现（或确定）公司的经营目标。
人力资源部	主要负责公司人力资源管理工作，遵行相关劳动法律法规，制定公司人力资源规划，制定人力资源管理政策及程序；负责员工招聘，组织员工培训并开展绩效考核；承担对员工的日常管理工作，指导员工制定职业发展规划等。
行政部	根据公司发展战略，组织并协调各项行政事务、后勤保障、形象建设、知识产权、政策研究及项目申报工作，协助公司企业文化工作的落地，保障公司各项业务的正常运转，提高公司运行效率，以协助实现公司的发展战略。
采购部	根据公司战略规划及经营目标，负责柜台及促销物料、产品原辅料、固定资产以及服务类产品的采购，按时、按质和按量地满足需求；负责供应商的管理，包括供应商的评估及优化；负责原材料的成本把控、技术支持、进度跟踪以及订单下达。

物流部	根据公司运输需求制订总体要求和目标，建立和完善现代物流管理体系，达到市场要求的物流保障功能，监督部门及第三方物流供应商进行业务运作，提升客户满意度，负责对货品出库、在途、到货、回单返回、客户投诉反馈等的追踪工作。
湖州分公司	根据公司经营目标，组织各种设备、人员及资源，开展生产工作，确保产品供应能满足公司销售的要求。根据销售预测，科学合理组织生产和产能规划，并对生产过程中的质量、交期进行严格把控。

七、发行人控股子公司、分公司和参股公司简要情况

截至报告期末，发行人拥有 13 家控股子公司和 1 家分公司，其中发行人湖州分公司和韩雅（杭州）系生产型公司。具体情况如下：

（一）发行人控股子公司简要情况

1、杭州珀莱雅贸易有限公司

珀莱雅贸易于 2011 年 6 月 14 日在杭州市工商行政管理局西湖分局注册成立。截至报告期末，珀莱雅贸易的统一社会信用代码为 91330106574396083A；注册资本为 5,000 万元；法定代表人侯军呈；住所为西湖区世贸丽晶城欧美中心 1 号楼（B 区）1607 室；经营范围：批发、零售：化妆品、日用百货；服务：美容知识咨询；其他无需报经审批的一切合法项目。（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）。珀莱雅股份持有珀莱雅贸易 100% 的股权。

截至 2017 年 6 月 30 日，该公司总资产 41,100.31 万元、净资产 4,177.81 万元，2017 年 1-6 月净利润 3,284.16 万元。（以上数据已经发行人会计师审计）

2、浙江美丽谷电子商务有限公司

美丽谷于 2012 年 11 月 16 日在杭州市工商行政管理局西湖分局注册成立。截至报告期末，美丽谷的统一社会信用代码为 913301060567113468；注册资本为 1,000 万元；法定代表人侯军呈；住所为杭州市西湖区灵溪北路 21 号 1 幢 6 楼 A-H 室；经营范围：服务：电子商务技术的技术开发，市场营销策划，企业管理咨询；批发、零售：化妆品，服装，日用百货。（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）。珀莱雅股份持有美丽谷 100% 的股权。

截至 2017 年 6 月 30 日，该公司总资产 9,162.75 万元、净资产 3,124.20 万元，2017 年 1-6 月净利润-352.01 万元。（以上数据已经发行人会计师审计）

3、湖州创代电子商务有限公司

创代电子于 2016 年 12 月 16 日在湖州市吴兴区工商行政管理局注册成立。截至报告期末，创代电子的统一社会信用代码为 91330502MA28CMPK6C；注册资本为 500 万元；法定代表人侯军呈；住所为湖州市吴兴区埭溪镇官泽新村 2 幢 32 号 201；经营范围：批发、零售：化妆品，服装，日用百货（含网上销售）；电子商务技术的研发；市场营销策划；企业管理咨询。（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）。美丽谷持有创代电子 100% 的股权。

截至 2017 年 6 月 30 日，该公司总资产 271.46 万元、净资产-48.68 万元，2017 年 1-6 月净利润-64.68 万元。

4、韩娜化妆品株式会社

韩国韩娜于 2011 年 11 月 11 日在韩国首尔特别市成立。截至报告期末，韩国韩娜法人登记号码为 110111-4727876，资本总额为 36,000 万韩元；代表人为侯军呈；地址为首尔特别市瑞草区瑞草中央路 209（盘浦洞 51-7 HAESUNG 大厦 8 楼）；经营种类：业态：批发兼零售、贸易业、贸易中介业；种类：化妆品。珀莱雅股份持有韩国韩娜 100% 的股权。截至报告期末，韩国韩娜的主营业务为股权投资。

截至 2017 年 6 月 30 日，该公司总资产 7,477.41 万元、净资产 6,723.13 万元，2017 年 1-6 月净利润 290.40 万元。（以上数据已经发行人会计师审计）

5、韩雅（杭州）化妆品有限公司

韩雅（杭州）于 2008 年 4 月 15 日在杭州市工商行政管理局注册成立。截至报告期末，韩雅（杭州）的统一社会信用代码为 913301006739560826；外商投资企业批准证书批准号为商外资浙府资杭字[2008]6062 号；注册资本及实收资本均为 30 万美元；法定代表人金衍华；住所为杭州钱江经济开发区顺风路 528 号 2 号楼东向 3 层；经营范围：发用类（洗发水、护发素）、护肤品的生产（上述经营范围中涉及前置审批项目的，在批准的有效期限内方可经营）；销售本公司生产的产品，并提供售后服务。（涉及国家规定实施准入特别管理措施的除外）（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）。韩国韩娜持有韩雅

（杭州）100%的股权。

截至 2017 年 6 月 30 日，该公司总资产 7,469.51 万元、净资产 6,745.29 万元，2017 年 1-6 月净利润 292.77 万元。（以上数据已经发行人会计师审计）

6、乐清莱雅贸易有限公司

乐清莱雅于 2015 年 9 月 10 日在乐清市市场监督管理局注册成立。截至报告期末，乐清莱雅的统一社会信用代码为 913303823553759010；注册资本为 100 万元；法定代表人侯军呈；住所为乐清市大荆镇下山头村；经营范围：化妆品、日用百货、化工原料（不含危险化妆品及易制毒化妆品）、机械设备、五金交电销售；化妆品的技术开发、技术服务、技术咨询。（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）。珀莱雅股份持有乐清莱雅 100%股权。

截至 2017 年 6 月 30 日，该公司总资产 1,341.92 万元、净资产 210.45 万元，2017 年 1-6 月净利润 215.29 万元。（以上数据已经发行人会计师审计）

7、悦芙媞（杭州）化妆品有限公司

悦芙媞（杭州）于 2015 年 11 月 9 日在杭州市市场监督管理局注册成立。截至报告期末，悦芙媞（杭州）统一社会信用代码为 91330100MA27W7KX8Q；外商投资企业批准证书批准号为商外资浙府资杭字[2015]10006 号；注册资本为 5,000 万元；法定代表人侯军呈；住所为杭州市西湖区上宁巷 1 号 2 幢 410 室；经营范围：批发、进出口：化妆品、日用百货、化妆品原料；化妆品的技术开发、技术服务、技术咨询。（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）。

截至报告期末，悦芙媞（杭州）的股权结构如下表所示：

序号	股东名称/姓名	认缴出资额 (万元)	出资比例 (%)
1	珀莱雅化妆品股份有限公司	4,250.00	85.00
2	金会准 (KIM HOIJOON)	675.00	13.50
3	李善永 (LEE SUN YOUNG)	25.00	0.50
4	金九烈 (KIM GOOYOUNG)	25.00	0.50
5	金珍惠 (KIM JINHYE)	25.00	0.50

合计	5,000.00	100.00

注：其中珀莱雅股份实缴 4,250 万元出资，其他股东尚未实际缴纳出资额。

截至 2017 年 6 月 30 日，该公司总资产 7,076.61 万元、净资产-4,031.36 万元，2017 年 1-6 月净利润-2,956.82 万元。（以上数据已经发行人会计师审计）

8、悦芙媞株式会社

悦芙媞（韩国）于 2015 年 12 月 7 日在韩国首尔特别市成立，2016 年 2 月悦芙媞（杭州）收购其 100% 股权。截至报告期末，悦芙媞（韩国）法人登记号码为 110111—5910595；资本总额为 155,000 万韩元；代表人为金会准（KIM HOIJOON）；地址为京畿道果川市别阳路 12 街 313 号 703 室（元文洞 来美安舒尔）；经营种类：业态：批发零售、制造业、批发及零售、服务；项目：化妆品、化妆品制造业、出口、进口、通讯销售、资讯行业。悦芙媞（杭州）持有悦芙媞（韩国）100% 的股权。截至报告期末，悦芙媞（韩国）的业务主要为收集行业最新资讯、产品设计及空间设计。

截至 2017 年 6 月 30 日，该公司总资产 77.00 万元、净资产 74.38 万元，2017 年 1-6 月净利润-132.27 万元。（以上数据已经发行人会计师审计）

9、湖州悦芙媞贸易有限公司

悦芙媞贸易于 2016 年 5 月 6 日在湖州市吴兴区工商行政管理局注册成立。截至报告期末，悦芙媞贸易统一社会信用代码为 91330502MA28C8LLOU；注册资本 500 万元；法定代表人侯军呈；住所为湖州市埭溪镇上强工业园国道北路 16 号 1 幢 101 室；经营范围：化妆品及原料、日用百货、服装、纺织品、电子设备的销售；化妆品技术开发、技术服务、技术咨询；货物进出口。（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）。悦芙媞（杭州）持有悦芙媞贸易 100.00% 股权。截至报告期末，悦芙媞贸易拥有 13 家分公司。

截至 2017 年 6 月 30 日，该公司总资产 2,576.31 万元、净资产-1,683.36 万元，2017 年 1-6 月净利润-1,220.41 万元。（以上数据已经发行人会计师审计）

10、上海媞语化妆品有限公司

上海媿语于 2016 年 11 月 25 日在上海市闵行区市场监督管理局注册成立。截至报告期末，上海媿语统一社会信用代码为 91310112MA1GBF450D；注册资本 100 万元；法定代表人侯军呈；住所为上海市闵行区申长路 869 号 132 室；经营范围：化妆品、日用百货、服装、纺织品、电子设备的销售，从事化妆品领域内的技术开发、技术服务、技术咨询，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）。悦芙媿（杭州）持有上海媿语 100.00% 股权。截至报告期末，上海媿语拥有 2 家分公司。

截至 2017 年 6 月 30 日，该公司总资产 241.84 万元、净资产-23.34 万元，2017 年 1-6 月净利润-115.80 万元。（以上数据已经发行人会计师审计）

11、丹阳悦芙媿化妆品贸易有限公司

丹阳悦芙媿于 2016 年 12 月 8 日在丹阳市市场监督管理局注册成立。截至报告期末，丹阳悦芙媿统一社会信用代码为 91321181MA1N2E3AXP；注册资本为 100 万元；法定代表人侯军呈；住所为丹阳市新民路 2 号丹阳八佰伴商贸有限公司二期 1 层 1F-15B；经营范围：化妆品及原料、日用百货、服装、纺织品的销售（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）。悦芙媿（杭州）持有丹阳悦芙媿 100.00% 股权。截至报告期末，丹阳悦芙媿拥有 3 家分公司。

截至 2017 年 6 月 30 日，该公司总资产 245.01 万元、净资产-30.69 万元，2017 年 1-6 月净利润-128.74 万元。（以上数据已经发行人会计师审计）

12、秘镜思语（杭州）化妆品有限公司

秘镜思语（杭州）于 2016 年 12 月 8 日在杭州市市场监督管理局注册成立。截至报告期末，秘镜思语（杭州）统一社会信用代码为 91330100MA280J0L17；外商投资企业设立备案号为拱外资备 201700006；注册资本为 5,000 万元；法定代表人侯军呈；住所为杭州市拱墅区丰潭路 380 号银泰城 5 幢 2101 室；经营范围：批发、进出口：化妆品、日用百货、化妆品原料；化妆品的技术开发、技术服务、技术咨询。（国家禁止的、限制的除外，涉及许可证的凭证经营）（涉及国家规定实施准入特别管理措施的除外）（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）。

截至报告期末，秘镜思语（杭州）的股权结构如下表所示：

序号	股东名称/姓名	认缴出资额 (万元)	出资比例 (%)
1	珀莱雅化妆品股份有限公司	4,500.00	90.00
2	金会准 (KIM HOIJOON)	375.00	7.50
3	李大基 (LEE DAE KI)	25.00	0.50
4	郑大贤 (JUNG DAE HYUN)	25.00	0.50
5	曹永如 (CHO YOUNG JI)	25.00	0.50
6	金载姬 (KIM JAE-HEE)	25.00	0.50
7	黄胜焕 (HWANG SEUNG HWAN)	25.00	0.50
合计		5,000.00	100.00

截至 2017 年 6 月 30 日，该公司总资产 650.41 万元、净资产 315.12 万元，2017 年 1-6 月净利润-1,084.88 万元。（以上数据已经发行人会计师审计）

13、湖州秘镜思语贸易有限公司

秘镜思语贸易于 2016 年 12 月 22 日在湖州市吴兴区工商行政管理局注册成立。截至报告期末，秘镜思语贸易统一社会信用代码为 91330502MA28CNWA17；注册资本为 500 万元；法定代表人侯军呈；住所为湖州市吴兴区埭溪镇上强工业园国道北路 16 号 1 幢 201 室；经营范围：化妆品及原料（除危险化学品）、日用百货的销售；货物的进出口；化妆品技术开发、技术咨询、技术服务；食品、保健食品销售。（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）。秘镜思语（杭州）持有秘镜思语贸易 100.00% 股权。截至报告期末，秘镜思语贸易拥有 2 家分公司。

截至 2017 年 6 月 30 日，该公司总资产 527.10 万元、净资产 178.53 万元，2017 年 1-6 月净利润-321.47 万元。（以上数据已经发行人会计师审计）

2017 年 1-6 月，发行人下属子公司的亏损主要集中在悦芙媞项目和秘镜思语项目。发行人目前已暂缓秘镜思语综合店的开发计划，湖州秘镜思语贸易有限公司试点店规模较小，对发行人未来业绩影响较小。悦芙媞项目目前尚处于起步阶段，根据发行人制定的推广计划，预计未来将逐步减少亏损，2-3 年将为发行人带来一定的收益。

（二）发行人分公司的简要情况

发行人湖州分公司于 2012 年 11 月 29 日在湖州市工商行政管理局吴兴分局设立。截至报告期末，发行人湖州分公司的统一社会信用代码为 913305020583317344；负责人侯军呈；营业场所为湖州市上强工业园国道北路 16 号；经营范围：许可经营项目：发用、护肤、美容修饰（不含木质化妆笔、甲油）类化妆品生产、批发、零售；化妆品、日用百货、化工原料（除化学危险品及易制毒化学品）、机械设备、五金交电；货物进出口、企业管理，仓储服务（除化学危险品及易制毒化学品），自有房屋租赁。（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）

（三）发行人参股公司的简要情况

报告期内，发行人无参股公司。

八、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况

截至本《招股意向书》签署日，直接持有公司 5%以上股份的股东为侯军呈、方玉友和李小林，上述股东基本情况及持有发行人的股份如下表所示：

姓名	国籍	是否拥有永久境外居留权	身份证号码	住所	持股数量 (万股)	持股比例 (%)
侯军呈	中国	否	33032319641217****	浙江省乐清市大荆镇冯村***号	7,264.0500	48.4270
方玉友	中国	否	33032319691111****	浙江省乐清市大荆镇下山头村***号	4,885.8000	32.5720
李小林	中国	否	33032319750321****	浙江省乐清市大荆镇象阳巷***号	758.9400	5.0595

注：侯军呈和方玉友均已于 2017 年 1 月 17 日注销了其拥有的瓦努阿图永久居留权。

此外，公司股东曹良国直接持有发行人 725.8350 万股的股份，占公司股本总额的 4.8389%，同时其系发行人股东正德投资的普通合伙人、执行事务合伙人，持有正德投资 65.947% 的合伙份额，正德投资持有发行人 300 万股的股份，占公司股本总额的 2%，因此曹良国累计控制公司 6.8389 % 的股份。其基本情况如下：

姓名	国籍	是否拥有永久境外居留权	身份证号码	住所
曹良国	中国	否	51112419720618****	杭州市西湖区耀江文鼎苑***幢***室

（二）控股股东、实际控制人的基本情况

发行人控股股东、实际控制人系侯军呈、方爱琴夫妇。截至本《招股意向书》签署日，侯军呈先生直接持有公司本次发行前 48.4270% 的股份，为珀莱雅股份第一大股东；方爱琴女士持有发行人股东正德投资（持有发行人 2% 的股份）2.3330% 的合伙份额。此外，侯军呈先生自 2007 年 9 月至今历任发行人及其前身之执行董事、董事长等职务；方爱琴女士担任发行人采购二部总监。报告期内，侯军呈、方爱琴夫妇系发行人的实际控制人，最近三年未发生变更。

侯军呈先生：1964 年出生，身份证号为 33032319641217****，住所为浙江省乐清市大荆镇冯村***号。简历详见本《招股意向书》“第八节董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简要情况”之“（一）公司董事简介”相关内容。

方爱琴女士：1967 年出生，身份证号为 33032319671020****，住所为浙江省乐清市大荆镇冯村***号。中国国籍，无境外居留权，高中学历。曾就职于义乌燎原日化有限公司、杭州珀莱雅化妆品有限公司、杭州珀莱雅控股股份有限公司。2007 年至今在发行人及其前身就职；2008 年 1 月至今任发行人及其前身采购二部总监。现兼任杭州坤驿实业有限公司监事。

（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业基本情况

截至本《招股意向书》签署日，除发行人外，控股股东、实际控制人控制的企业有杭州坤驿实业有限公司、浙江山清水秀环境科技有限责任公司和湖州美妆

小镇文化发展有限公司。具体情况如下：

1、杭州坤驿实业有限公司

坤驿实业成立于 2012 年 11 月 20 日，现持有统一社会信用代码为 91330106056716390Y 的《营业执照》，法定代表人侯军呈，注册资本及实收资本为 500 万元，住所为杭州市西湖区留和路 129 号 353 室，经营范围：服务：投资管理，实业投资，物业管理，房地产中介服务。（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）。

截至本《招股意向书》签署日，坤驿实业的股权结构为：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	侯军呈	250.00	50.00
2	方玉友	125.00	25.00
3	方玉占	75.00	15.00
4	李小林	25.00	5.00
5	曹良国	25.00	5.00
合计		500.00	100.00

2、浙江山清水秀环境科技有限责任公司

山清水秀成立于 2016 年 4 月 1 日，现持有统一社会信用代码为 91330502MA28C6WK7F 的《营业执照》，法定代表人叶财福，注册资本为 1,000 万元，住所为湖州市吴兴经济开发区埭溪分区国道北路 58 号，经营范围：污水处理设备销售；污水处理技术咨询服务（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）。

截至本《招股意向书》签署日，山清水秀的股权结构为：

序号	股东名称/姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	侯军呈	560.00	56.00
2	张 聪	200.00	20.00
3	蔡逸涵	100.00	10.00
4	叶财福	100.00	10.00
5	成 兰	20.00	2.00
6	成 珊	20.00	2.00

合 计	1,000.00	100.00

3、湖州美妆小镇文化发展有限公司

美妆小镇成立于 2016 年 5 月 20 日，现持有统一社会信用代码为 91330502MA28C9F709 的《营业执照》，法定代表人侯军呈，注册资本为 5,000 万元，住所为湖州市吴兴经济开发区埭溪分区茅坞路 28 号，经营范围：文化活动组织、会务会展服务、生态观光服务、景区开发经营服务、酒店管理、住宿服务（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）。

截至本《招股意向书》签署日，美妆小镇的股权结构为：

序 号	股东名称/姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	侯军呈	2,500.00	50.00
2	方玉友	1,250.00	25.00
3	方玉占	750.00	15.00
4	李小林	250.00	5.00
5	曹良国	250.00	5.00
合 计		5,000.00	100.00

（四）发行人股份质押或其他有争议的情况

截至本《招股意向书》签署日，发行人股东持有的公司股份不存在质押、冻结或其他有争议的情况。

九、发行人有关股本的情况

（一）本次发行前后发行人股本变化情况

公司本次发行前总股本为 15,000 万股，拟公开发行 5,000 万股新股，占发行后总股本的 25%，公司股东不在本次发行过程中公开发售股份。

公司本次发行前后，股本结构如下：

项目	股东名称 /姓名	发行前		发行后	
		持股数 (万股)	持股比例 (%)	持股数 (万股)	持股比例 (%)
	侯军呈	7,264.0500	48.4270	7,264.0500	36.3203

有限售条件的股份	方玉友	4,885.8000	32.5720	4,885.8000	24.4290
	李小林	758.9400	5.0596	758.9400	3.7947
	徐君清	741.9900	4.9466	741.9900	3.7100
	曹良国	725.8350	4.8389	725.8350	3.6292
	正德投资	300.0000	2.0000	300.0000	1.5000
	方爱芬	39.0900	0.2606	39.0900	0.1955
	周方坚	38.3400	0.2556	38.3400	0.1917
	王以人	33.3300	0.2222	33.3300	0.1667
	高秀明	26.6700	0.1778	26.6700	0.1334
	方加安	25.0050	0.1667	25.0050	0.1250
	高定保	60.0000	0.4000	60.0000	0.3000
	叶财福	21.6300	0.1442	21.6300	0.1082
	李建清	19.9050	0.1327	19.9050	0.0995
	陈东方	18.3300	0.1222	18.3300	0.0917
	李文清	15.9150	0.1061	15.9150	0.0796
	徐东魁	6.8100	0.0454	6.8100	0.0341
	鲍青芳	6.5400	0.0436	6.5400	0.0327
	方加琴	4.9950	0.0333	4.9950	0.0250
	方善明	4.9950	0.0333	4.9950	0.0250
	叶红	1.8300	0.0122	1.8300	0.0092
拟发行社会公众股		—	—	5,000.00	25.0000
合计		15,000.00	100.00	20,000.00	100.00

(二) 发行人前十名股东情况

序号	股东名称/姓名	持股数（万股）	持股比例（%）	股权性质
1	侯军呈	7,264.0500	48.4270	境内自然人股
2	方玉友	4,885.8000	32.5720	境内自然人股
3	李小林	758.9400	5.0596	境内自然人股
4	徐君清	741.9900	4.9466	境内自然人股
5	曹良国	725.8350	4.8389	境内自然人股
6	正德投资	300.0000	2.0000	其他
7	高定保	60.0000	0.4000	境内自然人股
8	方爱芬	39.0900	0.2606	境内自然人股

9	周方坚	38.3400	0.2556	境内自然人股
10	王以人	33.3300	0.2222	境内自然人股
合计		14,847.3750	98.9825	-

（三）发行人前十名自然人股东及其在发行人担任的职务

序号	股东姓名	在发行人处任职情况
1	侯军呈	公司董事长
2	方玉友	公司董事、总经理
3	李小林	—
4	徐君清	公司优资莱事业部日化渠道总经理
5	曹良国	公司董事、副总经理
6	高定保	—
7	方爱芬	—
8	周方坚	—
9	王以人	公司员工
10	高秀明	—

（四）股东中的战略投资者持股及其简况

公司股东中无战略投资者。

（五）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前，公司股东中，方玉友系侯军呈配偶方爱琴的弟弟，方爱芬系方玉友、方爱琴的姐姐，李建清系方玉友配偶的弟弟，故侯军呈、方玉友、方爱芬及李建清存在关联关系；徐君清系鲍青芳的妹夫，故徐君清和鲍青芳存在关联关系。

上述关联自然人持有本公司股份的情况如下：

序号	股东姓名	持股数（万股）	持股比例（%）
1	侯军呈	7,264.0500	48.4270
2	方玉友	4,885.8000	32.5720
3	方爱芬	39.0900	0.2606
4	李建清	19.9050	0.1327
5	徐君清	741.9900	4.9466

6	鲍青芳	6.5400	0.0436
合计		12,957.3750	86.3825

同时，公司实际控制人方爱琴持有公司股东之正德投资 2.3330%的合伙份额，正德投资持有公司本次发行前 2.0000%的股份。

此外，股东曹良国系正德投资的普通合伙人、执行事务合伙人，并持有正德投资 65.9470%的合伙份额，故股东曹良国及正德投资存在关联关系。

另外，李小林、徐君清、叶财福、陈东方、李文清、徐东魁、方加琴、方善明、叶红与侯军呈、方玉友之间存在除关系密切家庭成员以外的其他亲属关系。

（六）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

本次发行前，公司控股股东、实际控制人侯军呈、方爱琴夫妇及其他股东分别出具了关于所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺，具体内容详见本《招股意向书》“重大事项提示”之“一、本次发行的相关重要承诺的说明”之“（一）股份锁定承诺”相关内容。

十、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况

发行人不曾存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人的情况。

十一、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工人数及构成

1、员工人数

报告期内各期末，发行人（含子公司）劳动用工包括劳动合同用工和劳务派遣用工。具体人数及比例如下：

日期	用工总数 (人)	在册员工人数 (人)	占用工总数比例 (%)	劳务派遣用工 人数(人)	占用工总数比例 (%)
2017年 6月30日	2,764	2,544	92.04	220	7.96

2016 年 12 月 31 日	3,261	2,997	91.90	264	8.10
2015 年 12 月 31 日	3,415	2,905	85.07	510	14.93
2014 年 12 月 31 日	3,471	1,658	47.77	1,813	52.23

2、公司员工的专业、学历、年龄结构情况

(1) 截至报告期末，按员工专业构成分类

专业结构	员工人数（人）	占员工总数比例（%）
销售人员	1,641	64.50
管理人员	457	17.96
研发人员	115	4.52
生产人员	331	13.01
合计	2,544	100.00

(2) 截至报告期末，按员工受教育程度分类

受教育程度	员工人数（人）	占员工总数比例（%）
本科及以上	434	17.06
大专	587	23.07
高中及以下	1,523	59.87
合计	2,544	100.00

(3) 截至报告期末，按员工年龄分类

年龄区间	员工人数（人）	占员工总数比例（%）
30 岁以下	1,298	51.02
31—40 岁	979	38.48
41—50 岁	247	9.71
51 岁以上	20	0.79
合计	2,544	100.00

3、外籍员工聘用情况

截至报告期末，发行人及其子公司有 21 名外籍员工，均已取得《外国人就业许可证》。实际控制人侯军呈、方爱琴夫妇承诺“本人将督促股份公司及子

公司尽快完成外国人就业许可证的办理，并严格按照相关法律法规聘用外籍员工；如股份公司及其子公司因聘用外籍员工前未办理或未及时办理外国人就业许可证导致股份公司及其子公司遭受任何损失的，该等损失由本人全额承担，保证股份公司及其子公司不因此遭受任何损失”。

4、劳务派遣的相关情况

报告期内，发行人存在劳务派遣的用工方式。

截至报告期末，发行人劳务派遣用工人数占员工总数比例已降至 10%以下，符合《劳务派遣暂行规定》。

控股股东、实际控制人侯军呈、方爱琴夫妇就劳务派遣员工整改事项承诺如下：因劳务派遣用工被追究责任，则由此所造成股份公司及其子公司的一切费用开支、经济损失，本人将全额承担，保证股份公司及其子公司不因此遭受任何损失。

5、劳务外包

2017 年 1 月，发行人湖州分公司与江西省智联外包服务有限公司签署《服务项目承包协议》。发行人湖州分公司将食堂、绿化和保洁、货品搬运及装卸、包装等辅助性业务外包给江西省智联外包服务有限公司，并按协议约定支付服务费用，其中食堂外包按基础工价及实际费用开支结算，绿化和保洁按面积计算工价，搬运、装卸、包装等按市场实价确定。协议有效期自 2017 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日。

发行人湖州分公司与江西省智联外包服务有限公司为委托服务关系。根据协议约定，江西省智联外包服务有限公司负责上述辅助性业务所需工作人员的劳动关系管理、劳务关系管理、人员管理、工作安排、工资发放、社保缴纳等事项，发行人湖州分公司负责提供场所并按约定的业务量支付报酬，符合《合同法》有关委托合同的规定。江西省智联外包服务有限公司聘用的上述相关辅助业务所需的工作人员与发行人湖州分公司不存在劳动合同关系，不属于劳务派遣。

经核查，发行人湖州分公司将上述辅助性业务外包具有合理性，且价格公允。江西省智联外包服务有限公司与发行人不存在关联关系。截至本《招股意向书》签署日，上述协议正常履行，不存在争议或纠纷。

（二）员工社会保障及福利情况

公司实行劳动合同制，员工按照与公司签订的劳动合同或退休返聘协议承担义务和享受权利。公司按照国家 and 地方的有关规定参加社会保障体系，执行养老保险、医疗保险、生育保险、工伤保险、失业保险等社会保险制度及住房公积金管理制度。

1、报告期内各期末，发行人的员工社保及住房公积金缴纳情况如下：

年 份	已缴纳社保人数（人）	缴纳社保人数占在册员工总人数比重	缴纳公积金人数（人）	缴纳公积金人数占在册员工总人数比重
2017年6月30日	2,473	97.21%	2,431	95.56%
2016年12月31日	2,809	93.73%	2,595	86.59%
2015年12月31日	2,821	97.11%	2,741	94.35%
2014年12月31日	1,596	96.26%	1,460	88.06%

2、报告期内，发行人的员工社保和住房公积金缴费比例主要如下：

地区	期间	公司缴费比例						个人缴费比例			
		养老保险	医疗保险	工伤保险	失业保险	生育保险	公积金	养老保险	医疗保险	失业保险	公积金
杭州	2014年	14.00%	8.5%、11.50%	0.40%-0.60%	2.00%	1.20%	12.00%	8.00%	2%+4	1.00%	12.00%
	2015年	14.00%	8.5%、11.50%	0.40%-0.60%	1.50%	1.20%	12.00%	8.00%	2%+4	0.50%	12.00%
	2016年	14.00%	9.5%、11.50%	0.20%-0.60%	1.00%	1.00%	12.00%	8.00%	2%+4	0.50%	12.00%
	2017年1-6月	14.00%	9.5%、11.50%	0.20%-0.60%	0.5%	1.00%	12.00%	8.00%	2%+4	0.50%	12.00%
湖州	2014年	14.00%	8.00%	1.00%	2.00%	0.60%	8.00%	8.00%	1.00%	1.00%	8.00%
	2015年	14.00%	8.50%	1.00%	1.50%	0.60%	8.00%	8.00%	1.00%	0.50%	8.00%
	2016年	14.00%	8.50%	1.30%	1.50%	0.50%	8.00%	8.00%	1.00%	0.50%	8.00%
	2017年1-6月	14.00%	8.50%	1.30%	0.50%-1%	0.50%	8.00%	8.00%	1.00%	0.50%	8.00%
乐清	2016年	14.00%	9.00%	0.50%	1.00%	0.80%	5.00%	8.00%	2%+5	0.50%	5.00%
	2017年1-6月	14.00%	9.00%	0.50%	0.50%	0.80%	5.00%	8.00%	2%+6	0.50%	5.00%

上海	2017年 1-6月	20.00%	9.50%	0.32%	0.50%	1.00%	7.00%	8.00%	2%	0.50%	7.00%
丹阳	2017年 1-6月	19.00%	9.00%+ 0.125%	0.80%	1%	0.50%	7.00%	8.00%	2%+ 0.375%	1.00%	7.00%

3、报告期内，发行人的员工社保及住房公积金缴纳金额情况如下：

单位：万元

期间	企业缴纳 社保合计	个人缴纳 社保合计	企业缴纳 公积金合计	个人缴纳 公积金合计
2014年	2,264.02	853.94	523.24	519.50
2015年	3,977.54	1,410.25	852.84	840.72
2016年	3,231.18	1,128.02	818.39	808.81
2017年 1-6月	1,495.37	547.35	403.66	397.97

4、报告期内，发行人未缴纳社保及住房公积金员工人数及原因

单位：人

	具体情形	2017/06/30		2016/12/31		2015/12/31		2014/12/31	
		社保	公积金	社保	公积金	社保	公积金	社保	公积金
未缴 人员	外籍员工	21	21	38	38	24	24	8	8
	退休返聘	11	11	9	9	4	4	8	8
	原单位未停缴	25	13	7	5	23	11	7	12
	新入职当月未缴纳	2	2	49	50	1	6	32	25
	员工未及时提供办理 所需资料	12	12	85	93	35	13	7	20
	员工自愿放弃缴纳	-	54	-	207	-	106	-	125
未缴人员合计		71	113	188	402	87	164	62	198
其中：应缴未缴人员		39	81	141	355	59	136	46	182
应缴未缴人员占在册员工 总人数比重		1.53%	3.18%	4.70%	11.85%	2.03%	4.68%	2.77%	10.98%

（1）报告期内各期末，发行人聘用的外籍员工自愿放弃在中国大陆缴纳社会保险和住房公积金，公司已为该等员工购买商业保险并为其提供租房补贴；2016年悦芙媿（韩国）在境外聘用的员工无需在境内缴纳社保及住房公积金；

（2）报告期内各期末，发行人返聘了部分已达到退休年龄的员工，该等员工无需缴纳社会保险和住房公积金；

(3) 报告期内各期末，发行人聘用的部分新员工因其原单位尚未停缴其社会保险和住房公积金，故发行人无法为其缴纳社会保险和住房公积金；

(4) 报告期内各期末，发行人聘用的部分新员工入职时已过当月社会保险缴费期间，故社会保险费和住房公积金自次月起开始缴纳；

(5) 报告期内各期末，发行人聘用的部分员工因个人原因未及时或完整提供办理社会保险和住房公积金的相关材料，故发行人无法为其缴纳社会保险和住房公积金。

(6) 报告期内，发行人湖州分公司为部分员工提供宿舍，该等员工自愿放弃缴纳住房公积金，并已签署《自愿放弃缴纳声明》。

5、报告期内发行人及其子公司根据符合规定的缴纳基数和比例测算的应补缴社会保险及住房公积金的金额

类别	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额 (万元)	占利润总额比例	金额 (万元)	占利润总额比例	金额 (万元)	占利润总额比例	金额 (万元)	占利润总额比例
应补缴社会保险 (公司负担部分)	45.48	0.42%	162.36	0.93%	75.99	0.45%	65.34	0.34%
应补缴住房公积金 (公司负担部分)	27.56	0.25%	112.28	0.64%	42.42	0.25%	65.23	0.34%
合计	73.04	0.67%	274.64	1.57%	118.41	0.70%	130.57	0.68%

6、控股股东、实际控制人的承诺

就上述员工社保及住房公积金缴纳事宜，发行人控股股东、实际控制人侯军呈、方爱琴夫妇出具《关于社保及住房公积金缴纳事宜的承诺函》，承诺：若股份公司及其子公司被劳动保障部门或住房公积金管理部门要求为其员工补缴或者被追缴社会保险和住房公积金的，则对于由此所造成的股份公司及其子公司之一切费用开支、经济损失，本人将全额承担，保证股份公司及其子公司不因此遭受任何损失。

十二、主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺

（一）避免同业竞争的承诺

为避免同业竞争，保障公司的利益，公司控股股东、实际控制人侯军呈、方爱琴夫妇出具了不可撤销的《关于避免同业竞争的承诺函》：

作为发行人的控股股东、实际控制人，本人就与股份公司之间避免同业竞争承诺如下：

1、本人目前没有、将来也不直接或间接从事与股份公司及其控股的子公司现有及将来的业务构成同业竞争的任何活动，包括但不限于研发、生产和销售与股份公司及其控股的子公司研发、生产和销售产品相同或相近似的任何产品，并愿意对违反上述承诺而给股份公司造成的经济损失承担赔偿责任；

2、对本人控制的企业，本人将通过派出机构及人员（包括但不限于董事、经理）在该等企业履行本承诺项下的义务，并愿意对违反上述承诺而给股份公司造成的经济损失承担赔偿责任；

3、自本承诺函签署之日起，如股份公司进一步拓展其产品和业务范围，本人及本人控制的企业将不与股份公司拓展后的产品或业务相竞争；可能与股份公司拓展后的产品或业务发生竞争的，本人及本人控制的企业按照如下方式退出与股份公司的竞争：（1）停止生产构成竞争或可能构成竞争的产品；（2）停止经营构成竞争或可能构成竞争的业务；（3）将相竞争的业务纳入到股份公司来经营；（4）将相竞争的业务转让给无关联的第三方。

4、本人参股的杭州华妆实业投资有限公司、湖州莫干望舒化妆品产业壹期创业投资合伙企业（有限合伙）及其对外投资企业均不从事化妆品业务或化妆品上下游业务，若该等企业未来从事化妆品业务或化妆品上下游业务，本人承诺将通过股权转让等方式退出对该等企业的投资，并在符合法律规定及该等企业其他股东同意的情况下，由珀莱雅化妆品股份有限公司优先选择是否投资。

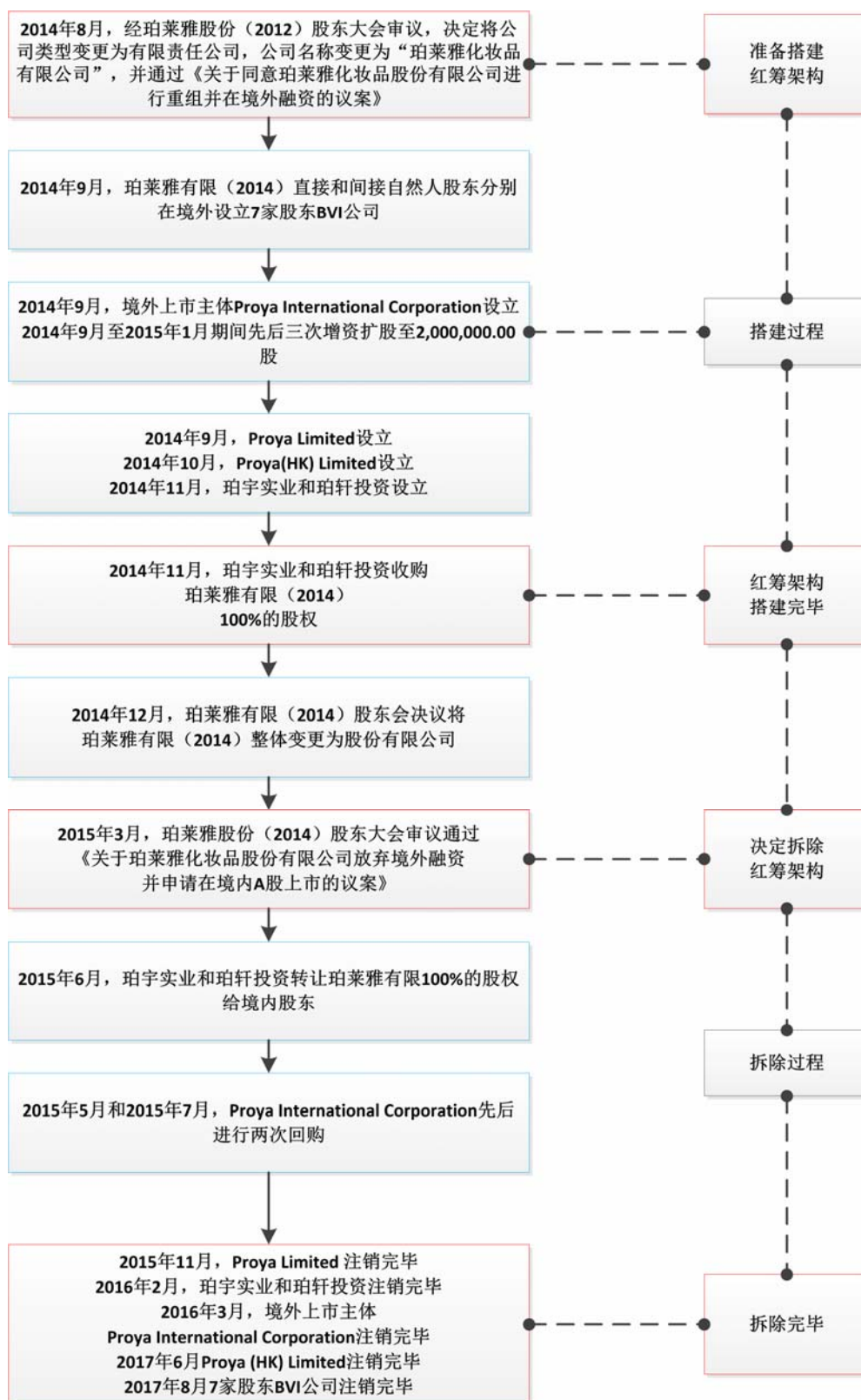
（二）其他重要承诺

具体内容详见本《招股意向书》“重大事项提示”之“一、本次发行的相关重要承诺的说明”。

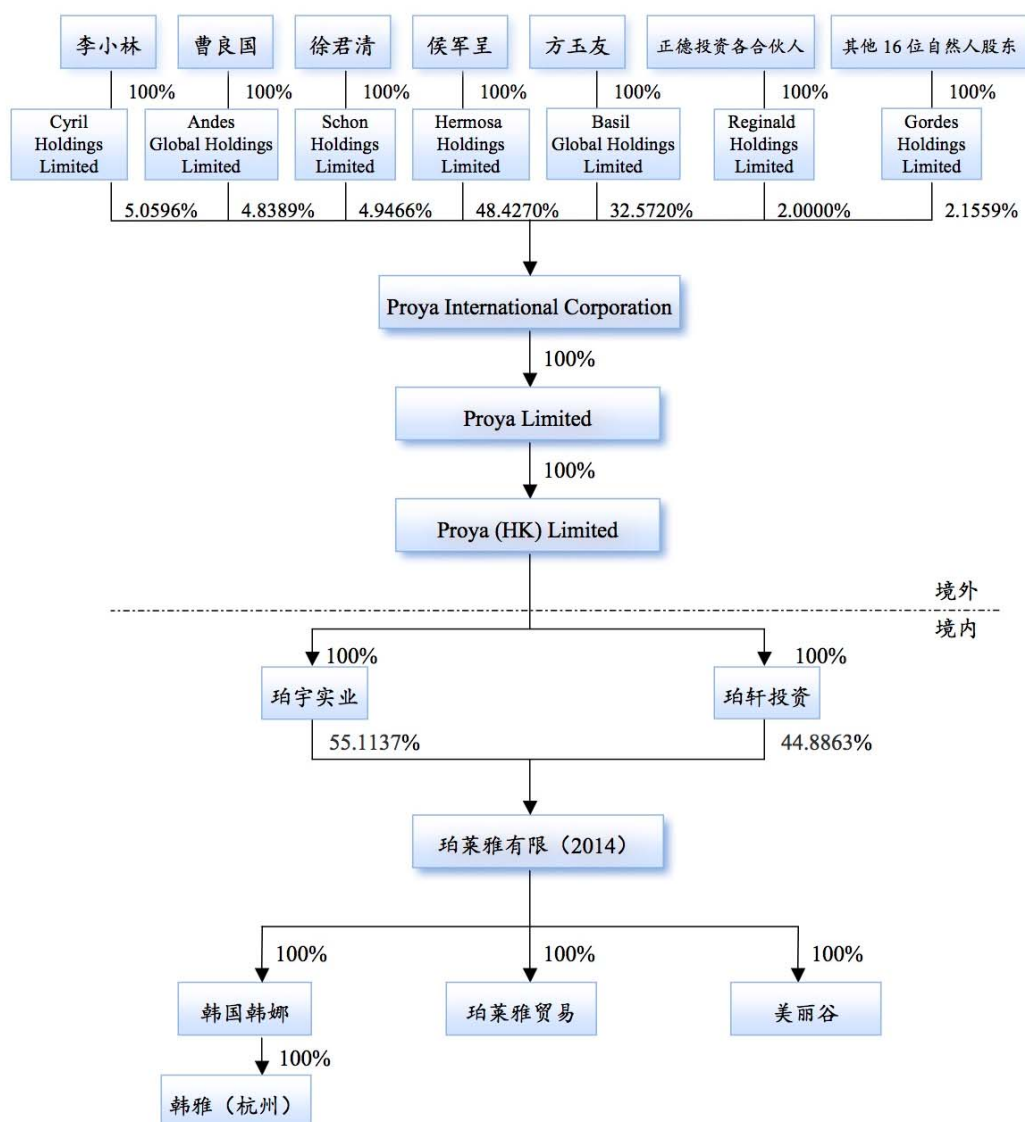
十三、公司红筹架构设立及拆除情况

（一）红筹架构的搭建及拆除

1、红筹架构搭建及拆除过程图



2、搭建完毕时红筹架构结构图



(二) 红筹架构各个主体基本情况

截至本《招股意向书》签署日，红筹架构各个主体的情况如下：

序号	企业名称	成立 年月	注册 资本	注册地	处置前股权结构	设立 目的	处理 情况
1	Hermosa Holdings Limited (股东 BVI 公司)	2014 年 9 月 19 日	1.00 美元	The British Virgin Islands	侯军呈持股 100%	海外红筹上市	2017 年 8 月 22 日 注销
2	Basil Global Holdings Limited	2014 年 9 月 19 日	1.00 美元	The British Virgin	方玉友持股 100%		2017 年 8 月 22 日 注销

	(股东 BVI 公司)			Islands			
3	Cyril Holdings Limited (股东 BVI 公司)	2014 年 9 月 23 日	1.00 美元	The British Virgin Islands	李小林持股 100%		2017 年 8 月 22 日 注销
4	Schon Holdings Limited (股东 BVI 公 司)	2014 年 9 月 19 日	1.00 美元	The British Virgin Islands	徐君清持股 100%		2017 年 8 月 22 日 注销
5	Andes Global Holdings Limited (股东 BVI 公 司)	2014 年 9 月 19 日	1.00 美元	The British Virgin Islands	曹良国持股 100%		2017 年 8 月 22 日 注销
6	Gordes Holdings Limited (股东 BVI 公 司)	2014 年 9 月 19 日	1.00 美元	The British Virgin Islands	16 位自然人股 东合计持股 100%		2017 年 8 月 22 日 注销
7	Reginald Holdings Limited (股东 BVI 公 司)	2014 年 9 月 19 日	1.00 美元	The British Virgin Islands	珀莱雅有限 (2014) 股东之 一正德投资伙 人合计持股 100%		2017 年 8 月 22 日 注销
8	Proya International Corporation	2014 年 9 月 22 日	50,000 美元	The Cayman Islands	三次增资扩股 后, 7 家股东 BVI 公司合计持股 100%		2016 年 3 月 29 日 注销
9	Proya Limited	2014 年 9 月 25 日	1.00 美元	The British Virgin Islands	Proya International Corporation 持股 100%		2015 年 11 月 13 日注销
10	Proya(HK) Limited	2014 年 10 月 17 日	100.00 港币	中国香港	Proya Limited 持 股 100%		2017 年 6 月 1 日注 销
11	珀宇实业	2014 年 11 月 13 日	1,763.64 万美 元	中国(上 海)自由 贸易试 验区	Proya(HK) Limited 持股 100%		2016 年 2 月 22 日 注销
12	珀轩投资	2014 年 11 月 13 日	1,436.36 万美 元	中国(上 海)自由 贸易试 验区	Proya(HK) Limited 持股 100%		2016 年 2 月 22 日 注销

(三) 红筹架构搭建涉及的审批程序

1、外资审批

(1) 珀宇实业、珀轩投资设立及增资履行的外资审批程序

珀宇实业、珀轩投资系根据发行人搭建境外上市红筹架构的需要在中国（上海）自由贸易试验区设立的台港澳法人独资企业，珀莱雅有限（2014）股东在境外设立的红筹架构公司通过珀宇实业、珀轩投资收购珀莱雅有限（2014）100%股权完成对其的控制。2016年2月22日，珀宇实业、珀轩投资经上海市工商行政管理局自由贸易试验区分局核准注销。

①设立

珀宇实业、珀轩投资均系于2014年11月13日在中国（上海）自由贸易试验区设立的台港澳法人独资企业，其股东均为 Proya(HK) Limited。其中，珀宇实业设立时的投资总额和注册资本均为600万美元，已取得中国（上海）自由贸易试验区管理委员会于2014年11月12日出具的备案号为008755的《中国（上海）自由贸易试验区台港澳侨投资企业备案证明》；珀轩投资设立时的投资总额和注册资本均为500万美元，已取得中国（上海）自由贸易试验区管理委员会于2014年11月12日出具的备案号为008754的《中国（上海）自由贸易试验区台港澳侨投资企业备案证明》。

②增资

2015年2月1日，珀宇实业股东 Proya(HK) Limited 作出股东决定，将珀宇实业注册资本增至1,763.64万美元并相应修订章程，该等增资已于2015年2月4日取得中国（上海）自由贸易试验区管理委员会出具的备案号为010424的《中国（上海）自由贸易试验区台港澳侨投资企业备案证明》批准。

2015年2月1日，珀轩投资股东 Proya(HK) Limited 作出股东决定，将珀轩投资注册资本增至1,436.36万美元并相应修订章程，该等增资已于2015年2月4日取得中国（上海）自由贸易试验区管理委员会出具的备案号为010433的《中国（上海）自由贸易试验区台港澳侨投资企业备案证明》批准。

（2）发行人搭建红筹架构涉及的外资并购审批

根据商务部、国务院国有资产监督管理委员会、国家税务总局、国家工商行政管理总局、中国证监会、国家外汇管理局等六部委联合于2006年8月8日发布并由中国商务部于2009年6月22日修订的《商务部关于外国投资者并购境内企业的规定》（简称“《并购规定》”）第二章第十一条规定，“境内公司、企业或自然人以其在境外合法设立或控制的公司名义并购与其有关联关系的境内的

公司，应报商务部审批”。发行人控股股东、实际控制人侯军呈通过其在境外控制的特殊目的公司搭建红筹架构并收购发行人 100%股权适用上述规定。

截至本《招股意向书》签署日，发行人控股股东、实际控制人侯军呈以其控制的境外特殊目的公司并购其控制的珀莱雅有限（2014）未根据《并购规定》第二章第十一条取得商务部的审批。

发行人控股股东、实际控制人侯军呈、方爱琴夫妇已出具书面承诺，承诺“股份公司为境外融资搭建的红筹架构未根据《商务部关于外国投资者并购境内企业的规定》（2009 年修订）取得商务主管部门的审批，本人确认截至本承诺函出具日，红筹架构公司对股份公司的控股关系已解除，境外融资上市主体 Proya International Corporation 及 Proya Limited 已注销，尚有部分境外红筹架构公司尚未注销完毕，该等红筹架构公司依据当地法律正常注销不存在法律障碍。本人承诺将督促红筹架构公司尽快注销，若因红筹架构相关事宜导致股份公司遭受任何损失的，由本人全额承担。”

鉴于：

（1）发行人已终止境外红筹上市融资计划，为境外红筹上市融资设立的境外特殊目的公司对发行人的控制已经解除，发行人已不适用《并购规定》，所有红筹架构公司均已注销；（2）发行人从事的化妆品行业属于充分竞争行业，不属于《外商投资产业指导目录》中限制类或禁止类产业，亦不属于关系国家经济安全特殊敏感行业，发行人股东搭建红筹架构并控制发行人未对国家经济安全及公平竞争造成不利后果或影响；（3）《并购规定》未就境内自然人以其在境外合法设立或控制的公司名义并购与其有关联关系的境内公司未经商务部审批设置明确的责任条款，且商务部或其他有权机构在截至本《招股意向书》签署日未就该等事项作出进一步规定；（4）经咨询发行人所在地商务主管部门相关人员，确认发行人搭建红筹架构收购发行人未履行外资审批程序不属于重大违法行为；（5）发行人实际控制人侯军呈、方爱琴夫妇已承诺全额承担因搭建红筹架构可能导致发行人遭受的任何损失。

保荐机构、发行人律师经核查后认为，发行人股东搭建境外红筹架构、通过设立境外特殊目的公司收购发行人 100%股权未经商务部审批事项不属于重大违法行为，不会对发行人本次上市构成实质性障碍。

2、外汇审批

（1）返程投资及其登记

根据当时有效的国家外汇管理局“汇发[2014]37号”《关于境内居民通过特殊目的公司境外投融资及返程投资外汇管理有关问题的通知》（以下简称“37号文”）的规定，珀莱雅有限（2014）股东以境外融资为目的，通过设立特殊目的公司并收购发行人100%股权，构成返程投资。

①37号文初始登记

2014年10月，珀莱雅有限（2014）当时的21名自然人股东侯军呈、方玉友、李小林、曹良国、徐君清、方爱芬、周方坚、王雪华、王以人、高秀明、方加安、高定保、叶财福、李建清、陈东方、李文清、徐东魁、鲍青芳、方加琴、方善明、叶红以及正德投资26名合伙人方玉友、裴竹祥、金衍华、章敏华、张叶峰、钱利敏、方爱琴、吴继波、杜芯、李增产、陈义言、黄强、李军、黄伟、陈波、孙晖、龚家华、付艳丽、王建荣、钱欢、王正标、蒋丽刚、金继强、谭斌、陈剑虹、朱勇均根据37号文要求委托股东方玉友向国家外汇管理局浙江省分局申请境内居民个人境外投资外汇登记，并取得该局核准予以外汇登记备案。

②37号文变更、注销登记

2015年1月7日，Reginald Holdings Limited董事会通过决议，同意原股东朱勇、陈波、黄伟和陈义言分别将其所持3,080股、1,850股、1,667股和1,540股Reginald Holdings股权转让给方玉友。就Reginald Holdings Limited股东变更事宜，变更后的Reginald Holdings Limited 22名股东委托方玉友集中申请办理境外投资外汇变更登记手续，并于2015年2月9日取得国家外汇管理局浙江省分局核准变更登记。同时，珀宇实业、珀轩投资登记为返程投资企业。

截至本《招股意向书》签署日，上述红筹架构公司均已注销完毕，发行人原股东已根据37号文于2017年8月向国家外汇管理局浙江省分局申请办理境外投资外汇注销登记手续并予核准。

保荐机构、发行人律师经核查后认为，发行人原股东已根据中国法律办理境内居民个人境外投资外汇登记手续，符合37号文的规定。

（2）外汇资金汇入、汇出

①外汇资金的汇入

珀宇实业、珀轩投资均系在中国（上海）自由贸易试验区设立的外商独资企业。珀宇实业注销前注册资本 1,763.64 万美元，实缴出资 600 万美元；珀轩投资注销前注册资本 1,436.36 万美元，实缴出资 636 万美元。根据中国（上海）自由贸易试验区管理委员会分别于 2014 年 11 月 12 日、2015 年 2 月 4 日出具的备案号为 008754、008755、010433、010424 的《中国（上海）自由贸易试验区台港澳侨投资企业备案证明》和汇丰银行（中国）有限公司出具的相关结汇单据，珀宇实业、珀轩投资设立时的出资及后续增资均履行了开户行外汇审批，符合当时有效的中国（上海）自由贸易试验区外汇监管规定，外汇资金汇入合法。

① 外汇资金的汇出

珀宇实业、珀轩投资共计向境外股东 Proya(HK) Limited 分红 2 次，均在扣缴预提所得税并办理了对外支付税务备案后将分红款汇出至 Proya(HK) Limited。珀宇实业、珀轩投资向境外股东汇出分红款已分别于 2015 年 8 月 7 日、2016 年 5 月 24 日通过中国银行上海自贸试验区分行审核，符合当时中国（上海）自由贸易试验区有效的外汇监管规定。

根据珀宇实业、珀轩投资向境外股东汇出资本金的《境外汇款申请书》及对珀宇实业、珀轩投资境内开户行及付汇行汇丰银行（中国）有限公司上海分行访谈后确认，珀宇实业、珀轩投资注销后将实收资本汇至境外股东 Proya(HK) Limited 已经该行审批，该等资本金汇出合法。

保荐机构、发行人律师经核查后认为，珀宇实业、珀轩投资将来源于发行人的分红款及实收资本金汇出境外符合 37 号文及《国家外汇管理局关于进一步简化和改进直接投资外汇管理政策的通知》（汇发[2015]13 号）及中国（上海）自由贸易试验区有效的外汇监管政策等外汇监管规定。

3、红筹架构搭建及拆除涉及的纳税情况

（1）珀宇实业、珀轩投资受让珀莱雅有限（2014）股权涉及的纳税情况

为境外融资搭建红筹架构需要，2014 年 11 月，珀莱雅有限（2014）通过股东会决议，同意侯军呈、方玉友、曹良国、李小林、徐君清、正德投资等 22 名全体股东分别将其持有的珀莱雅有限（2014）的股权转让给珀宇实业和珀轩投资，股权转让价款合计 21,896.457931 万元。股权转让完毕后，珀宇实业、珀轩投资分别为股权转让方（自然人股东）代扣代缴了个人所得税。

（2）珀宇实业、珀轩投资向境外股东分红涉及的纳税情况

2015年8月4日,珀宇实业、珀轩投资作出股东决定,分别向股东 Proya(HK) Limited 分红 14,703,540.23 元、11,981,286.36 元。保荐机构、发行人律师经查阅上海市自由贸易试验区国家税务局于 2015 年 8 月 7 日出具的编号为 15310141091919、15310141091917 的《服务贸易等项目对外支付税务备案表》后确认,珀宇实业和珀轩投资均在扣缴预提所得税并办理了对外支付税务备案后将分红款汇至境外股东 Proya(HK) Limited。

2015 年 12 月 23 日,珀宇实业、珀轩投资作出股东决定,分别向股东 Proya(HK) Limited 分红 1,431,865.50 元、1,161,558.09 元。保荐机构、发行人律师经查阅上海市自由贸易试验区国家税务局分别于 2015 年 12 月 24 日、2015 年 12 月 30 日出具的编号为 15310141110615、15310141111350 的《服务贸易等项目对外支付税务备案表》后确认,珀宇实业和珀轩投资均在扣缴预提所得税并办理了对外支付税务备案后将分红款汇至境外股东 Proya(HK) Limited。

保荐机构、发行人律师经核查后认为,发行人红筹架构搭建及拆除过程中涉及的股权转让、利润分配等应税事项均已履行了纳税义务,不存在税务违法行为。

(四) 红筹架构搭建与拆除过程中, 发行人股权权属、治理结构等情况

发行人搭建红筹架构涉及的主体主要包括 7 家股东 BVI 公司、Proya International Corporation、Proya Limited、Proya(HK) Limited 及珀宇实业和珀轩投资。设立 Proya International Corporation、Proya Limited、Proya(HK) Limited 的主要目的系搭建境外融资平台,该三家公司自设立至注销从未开展过实际经营;珀宇实业和珀轩投资为 Proya(HK) Limited 在境内设立的外商投资企业,从成立到注销仅从事投资业务,且投资对象仅为发行人的前身珀莱雅有限(2014)、珀莱雅股份(2014)和珀莱雅有限。珀宇实业和珀轩投资自 2015 年 6 月将其合计持有的珀莱雅有限 100%股权转让给境内股东后,于 2016 年 2 月完成注销。截至本《招股意向书》签署日,上述红筹架构涉及的相关主体均已注销完毕。

红筹架构搭建及存续期间,侯军呈一直是发行人及前身(珀莱雅股份(2012)、珀莱雅有限(2014)、珀莱雅股份(2014)和珀莱雅有限)的实际控制人之一。红筹架构拆除后,侯军呈直接持有发行人 48.4270%股份,为本公司第一大股东并一直担任本公司董事长,侯军呈、方爱琴夫妇共同控制本公司。因此,红筹架构的搭建或拆除并未使本公司实际控制人侯军呈丧失对本公司持续控制的能力。

另外，本次红筹架构的搭建及拆除对发行人公司治理结构的影响主要体现为公司类型的变化，发行人董事及高级管理人员的任职并未因红筹架构的搭建及拆除而发生重大变更，主要管理人员及核心技术人员未发生重大变动。董事及高级管理人员的变化情况详见本《招股意向书》“第八节董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“九、董事、监事、高级管理人员变动情况”部分。

保荐机构和发行人律师经核查后认为，红筹架构搭建与拆除过程中，发行人股权权属、治理结构等情况无重大变化。

（五）境外红筹架构设立、运作及注销的合法性

根据 Maples and Calder 律师事务所出具的法律意见，珀莱雅有限（2014）之股东搭建的红筹架构中境外融资上市主体 Proya International Corporation 和 Hermosa Holdings Limited 、 Basil Global Limited 、 Cyril Holdings Limited 、 Schon Holdings Limited 、 Andes Global Limited 、 Gordes Holdings Limited 、 Reginald Holdings Limited、Proya Limited 8 家公司的设立、存续及注销均符合当地的法律规定，前述境外公司在存续期间不存在诉讼、仲裁事项。

根据黄新民律师行出具的法律意见，Proya(HK) Limited 设立、存续及注销符合中国香港当地的法律规定。

保荐机构和发行人律师经核查后认为，珀莱雅股份红筹架构相关主体的设立、经营及注销程序合法。

第六节 业务与技术

一、发行人的主营业务、主要产品及设立以来的变化情况

（一）发行人的主营业务及设立以来的变化情况

公司自设立以来专注于化妆品的研发、生产和销售。目前旗下拥有“珀莱雅”、“优资莱”、“韩雅”、“悠雅”、“猫语玫瑰”、“悦芙媞”等品牌，产品覆盖护肤品、彩妆、清洁洗护、香薰等化妆品领域，满足不同年龄、偏好的消费者需求；构建了覆盖日化专营店、百货商场、超市、单品牌店和电子商务等多渠道销售网络。



公司主品牌“珀莱雅”，旗下包括“早晚水漾系列”、“肌密系列”、“深海致臻系列”、“海洋防晒系列”、“水漾芯肌系列”等多个系列多款产品；2009年公司推出天然植物护肤品牌“优资莱”、主打“蜗牛修复系列”系列的“韩雅”品牌和天然护肤彩妆“悠雅”品牌；2012年公司推出少女彩妆品牌“猫语玫瑰”；

2016 年公司推出产品风格为“自然、纯真、现代、有趣”的“悦芙媞”品牌。产品品牌的差异化定位覆盖了宽年龄段、宽收入区间、多层次的客户群。

公司产品侧重于大众护肤品，营销网络重点布局国内二三线城市，根据产品品牌市场定位、特点建立了以日化专营店渠道、电商渠道和商超渠道为主的营销网络。

公司自设立以来主营业务未发生重大变化。报告期内各类产品主营业务收入及占主营业务收入的比重如下所示：

类别	项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
		主营业务收入 (万元)	占比 (%)	主营业务收入 (万元)	占比 (%)	主营业务收入 (万元)	占比 (%)	主营业务收入 (万元)	占比 (%)
护肤品	化妆水	17,581.77	21.11	37,157.32	22.91	40,117.62	24.41	46,702.97	26.87
	乳液	17,451.96	20.95	32,419.13	19.99	35,305.76	21.48	32,231.84	18.54
	面霜	13,710.29	16.46	27,421.73	16.91	29,808.40	18.13	31,457.32	18.10
	洁面乳	7,457.08	8.95	18,435.21	11.37	20,014.28	12.18	20,606.21	11.86
	精华	6,088.42	7.31	10,334.33	6.37	12,604.16	7.67	9,523.84	5.48
	眼霜	4,680.76	5.62	10,781.64	6.65	10,618.24	6.46	10,361.36	5.96
	面膜	9,315.93	11.18	15,308.40	9.44	5,748.80	3.50	6,346.67	3.65
	防晒霜	4,313.60	5.18	6,848.95	4.22	6,588.69	4.01	9,856.97	5.67
	其他	1,569.26	1.88	1,707.45	1.05	957.37	0.58	1,846.64	1.06
彩妆		1,130.69	1.36	1,771.59	1.09	2,609.90	1.59	4,869.86	2.80
合 计		83,299.76	100.00	162,185.76	100.00	164,373.22	100.00	173,803.69	100.00

(二) 发行人的主要产品及设立以来的变化情况

公司旗下主要拥有“珀莱雅”、“优资莱”、“韩雅”、“悠雅”、“猫语玫瑰”、“悦芙媞”等品牌多个系列产品，具体情况如下：

品 牌	产品图片
珀 莱 雅	

	珀莱雅 
优资莱	
韩雅	
悠雅	
猫语玫瑰	
悦美媞	

二、发行人所处行业的基本情况

（一）发行人所处行业的分类

根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》，公司所属行业为化学原料和化学制品制造业（分类代码：C26）。根据《国民经济行业分类与代码》（GB/T 4754-2011），公司所属行业为日用化学产品制造（C268），细分行业为化妆品制造（C2682）。

（二）发行人所处行业的管理体制及主要政策

1、发行人所处行业的主管部门及管理体制

公司所处行业的主管部门是中华人民共和国国家卫生和计划生育委员会、国家食品药品监督管理局和国家质量监督检验检疫总局等相关部门。中华人民共和国国家卫生和计划生育委员会主要负责推进医疗卫生体制改革，拟定改革与发展战略目标，起草相关法律法规草案，依法制定有关标准和技术规范；国家食品药品监督管理局主要负责制定化妆品监督管理的政策、规划并监督实施，参与起草相关法律法规和部门规章草案，负责化妆品卫生许可、卫生监督管理和有关化妆品的审批工作，组织查处化妆品的研制、生产、流通方面的违法行为；国家质量监督检验检疫总局负责组织实施化妆品的安全、卫生、质量监督检验和监督管理，管理化妆品生产、加工单位的卫生注册登记。根据国务院办公厅 2013 年印发的《国家食品药品监督管理总局主要职责内设机构和人员编制规定》（国办发【2013】24 号），将国家质量监督检验检疫总局化妆品生产行政许可、强制检验的职责，划入国家食品药品监督管理总局。

公司所处行业的自律管理机构是中国香料香精化妆品工业协会、中国轻工业联合会和各地方协会，主要职责是在政府主管部门指导和企业支持下，在政府和企业之间发挥桥梁和纽带作用，为企业服务，促进行业发展；进行行业自律管理以及代表会员企业向政府部门提出产业发展建议及意见等。

2、发行人所处行业的主要法律法规及行业标准

目前国内化妆品行业的主要法律法规及行业标准如下：

序号	文件名称	文件号	实施时间

1	国务院关于印发“十三五”国家食品安全规划和“十三五”国家药品安全规划的通知	国发[2017]12号	2017年
2	国家食品药品监督管理总局关于发布化妆品安全技术规范（2015年版）的公告	国家食品药品监督管理总局2015年第268号公告	2016年
3	国家食品药品监督管理总局关于化妆品生产许可有关事项的公告	国家食品药品监督管理总局2015年第265号公告	2016年
4	关于对取消和下放行政审批事项加强事中事后监管的意见	食药监法〔2015〕65号	2015年
5	关于公布实行生产许可制度管理的食品化妆品目录的公告	国家食品药品监督管理总局2014年第14号公告	2014年
6	关于进一步明确化妆品注册备案有关执行问题的函	食药监药化管便函〔2014〕70号	2014年
7	关于严格规范进口化妆品销售证明文件审查要求的函	食药监药化管便函〔2013〕191号	2013年
8	关于调整化妆品注册备案管理有关事宜的通告	国家食药监总局2013年第10号	2014年
9	关于印发国产非特殊用途化妆品备案管理办法的通知	国食药监许[2011]181号	2011年
10	关于印发国家食品药品监督管理局国产特殊用途化妆品行政许可批件等式样的通知	国食药监许[2011]134号	2011年
11	关于印发化妆品行政许可申报受理规定的通知	国食药监许[2009]856号	2009年
12	关于切实加强化妆品卫生监督管理工作的紧急通知	国食药监电[2009]5号	2009年
13	关于化妆品委托加工企业申请卫生条件审核有关问题的通知	食药监许函[2009]177号	2009年
14	关于加强国产非特殊用途化妆品备案管理工作的通知	国食药监许[2009]118号	2009年
15	关于化妆品卫生许可受理事项的公告	国家食品药品监督管理局行政受理服务中心[2008]第38号公告	2008年
16	关于化妆品卫生行政许可有关事项的公告	国食药监办[2008]503号	2008年
17	化妆品标识管理规定	国家质检总局令第100号	2007年
18	化妆品生产企业卫生规范（2007年版）	卫监督发[2007]177号	2007年
19	化妆品卫生监督条例实施细则（2005修订）	卫监督发〔2005〕190号	2005年

20	化妆品卫生监督条例	卫生部令第3号	1990年

（三）发行人所处行业的整体概况

1、行业定义及市场容量

根据2007年8月国家质量监督检验检疫总局公布的《化妆品标识管理规定》，化妆品是指以涂抹、喷洒或者其他类似方法，散布于人体表面的任何部位，如皮肤、毛发、指趾甲、唇齿等，以达到清洁、保养、美容、修饰和改变外观，或者修正人体气味，保持良好状态为目的的化学工业品或精细化工产品。

目前对化妆品的分类方法较多，在化妆品行业中通常可根据产品效果、产品用途、剂型、使用对象、功能等进行分类，具体情况如下：

分类标准	类别	具体特点
按效果分类	清洁型	用来洗净皮肤、毛发的化妆品，如清洁霜、洗面奶、洗发护发剂、剃须膏等
	护肤型	用于保护皮肤的化妆品，如面膜、眼霜、面霜、精华素、爽肤水等
	基础型	化妆前，对面部、头发进行基础处理的化妆品，如各种面霜、蜜、化妆水、面膜、发乳、发胶等定发剂
	美容型	用于面部及头发的美化用品，如胭脂、口红、眼影、头发染烫、发型处理、固定等
	疗效型	介于药品与化妆品之间的日用化妆品，如清凉剂、除臭剂、橄榄精华等
按用途分类	肤用化妆品	指面部及皮肤用化妆品，如各种面霜、浴剂等
	发用化妆品	指头发专用化妆品，如香波、摩丝、喷雾发胶等
	美容化妆品	主要指面部美容产品，也包括指甲、头发的美容品
	特殊功能化妆品	指添加有特殊作用药物的化妆品
按剂型分类	液体	洗面乳、浴液、洗发液、化妆水、香水、洁肤水、精华液、原液等
	乳液	蜜类、奶类、护发乳、精华乳等
	膏霜类	润面霜、粉底霜、洗发膏、遮瑕膏等
	粉类	香粉、爽身粉、散粉、洁肤粉、蜜粉等
	块状	粉饼、化妆盒、口红、发蜡等
	油状	卸妆油、润肤油、润发油、精华油等

按对象分类	婴儿用化妆品	基于婴儿皮肤娇嫩，抵抗力弱等特点，配制时选用低刺激性原料及香精的优制品
	少年用化妆品	基于少年皮肤处于发育期，皮肤状态不稳定，且极易长粉刺的特点，配制时选用调整皮脂分泌作用的原料等弱油性化妆品
	男用化妆品	基于男性多属于脂性皮肤的特点，配制时选用适于脂性皮肤的原料的化妆品
	孕妇化妆品	针对孕期女性雌激素和黄体素分泌增加引起的黑色素增多，导致皮肤色素加深等皮肤问题，适用于孕妇的化妆品

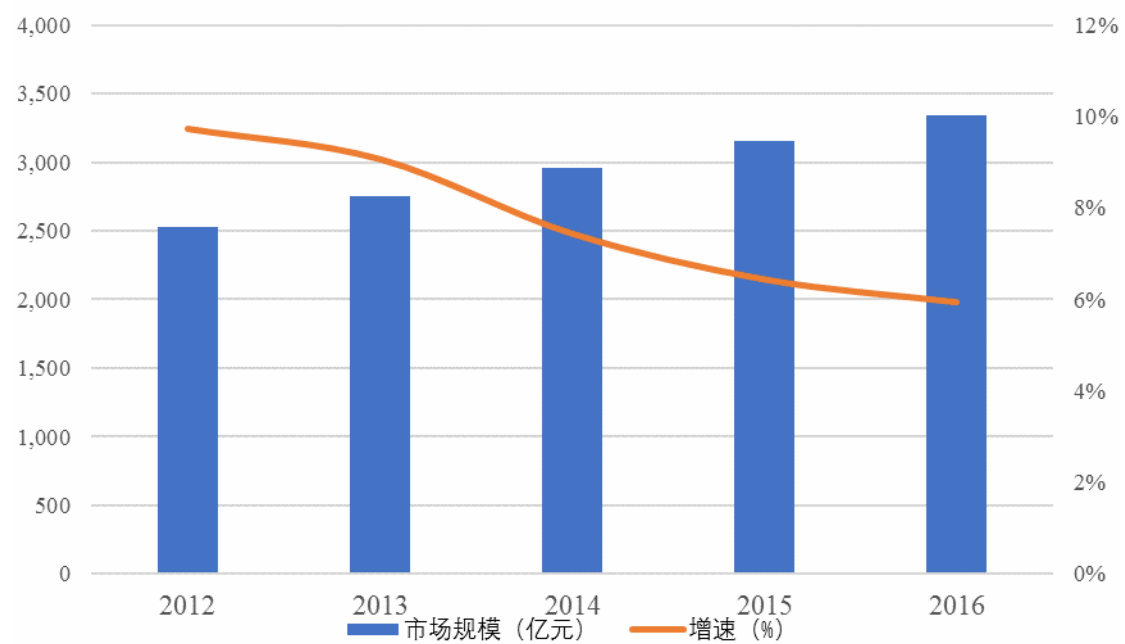
资料来源：百度百科

此外，根据 Euromonitor 的分类，化妆品指的是美容及个人护理品的概念，包括 12 大细分子品类，依次为：护肤品、护发产品、口腔护理品类、沐浴用品、彩妆、男士护理用品、婴幼儿与儿童专用产品、香水、防晒用品、止汗香体、脱毛产品、套装/组合。

《招股意向书》中关于发行人所处行业的发展情况、市场地位、行业排名情况等数据来源于 Euromonitor 独立调研并出具的《中国美容与个人护理品报告》，上述报告并非专门为发行人本次发行上市准备的定制报告，也非一般性网络文章和保荐机构国信证券研究部门出具的研究报告。发行人按市场价格支付相关费用购买上述报告并经授权引用相关数据，该等数据来源客观、独立，本《招股意向书》引用该等数据不会导致招股意向书中相关的行业情况存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

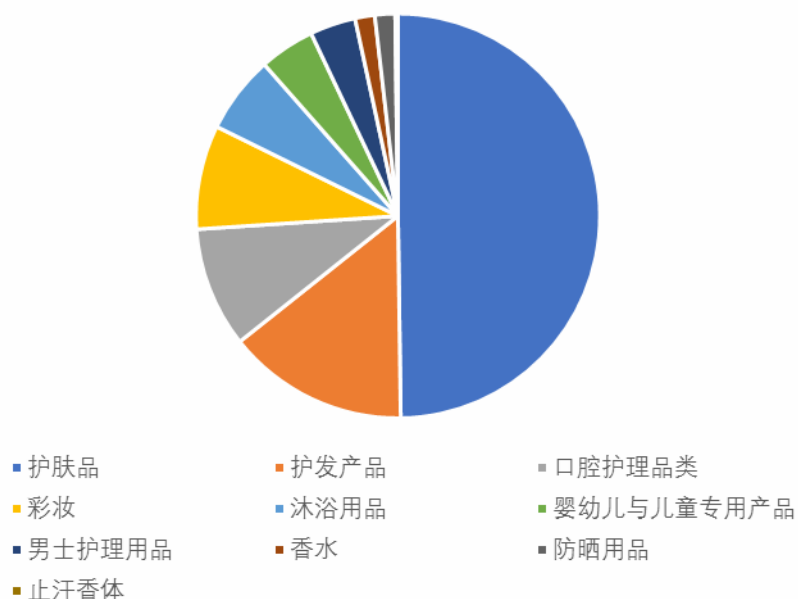
据 Euromonitor 的统计数据显示，2016 年我国化妆品行业市场规模为 3,338.6 亿元，2012-2016 年的年均复合增长率达到 7.2%。

2012-2016 年我国化妆品行业市场规模图



资料来源：Euromonitor, Beauty and Personal Care 2017ed

2016 年我国化妆品市场构成情况

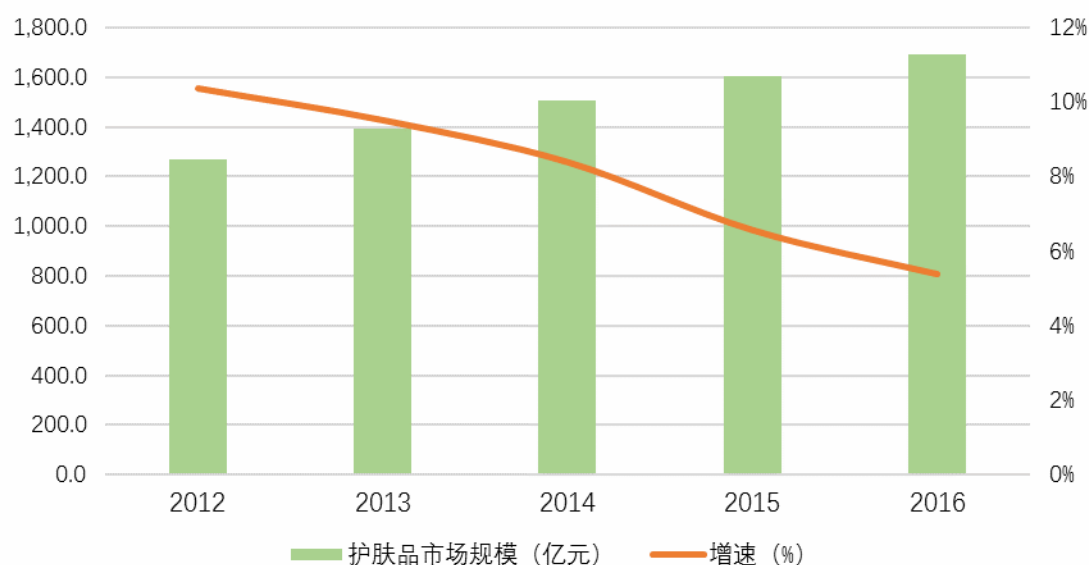


数据来源：Euromonitor, Beauty and Personal Care 2017ed

从国内化妆品市场的构成情况来看，护肤品类、护发产品、口腔护理产品、沐浴用品和彩妆是前五大品类，贡献了 90% 的市场销售额。随着消费者卫生习惯的改善以及大众日化产品的普及，护发产品、沐浴用品和口腔护理产品等基础日化产品发展已进入稳定期，未来竞争将更多集中在市场份额的争夺和对原有领导性品牌的挑战。护肤品类和彩妆继续快速发展，而市场份额较小的男士护理用品和婴幼儿与儿童专用产品等新兴品类则进入了高速发展期。

护肤品类包括面部护理、身体护理、手部护理和护理套装四大品类，是化妆品行业中规模最大的子行业。据 Euromonitor 的统计数据显示，2016 年我国护肤品类市场规模为 1,692.7 亿元，占化妆品整体市场 50.7% 的份额；其中面部护理、身体护理、手部护理和护理套装分别为 1,478.3 亿元、42.8 亿元、45.0 亿元和 126.6 亿元。2012-2016 年护肤品类市场的年均复合增长率达到 7.5%，增速高于化妆品行业的整体增速，且是绝对增幅最大的子行业。

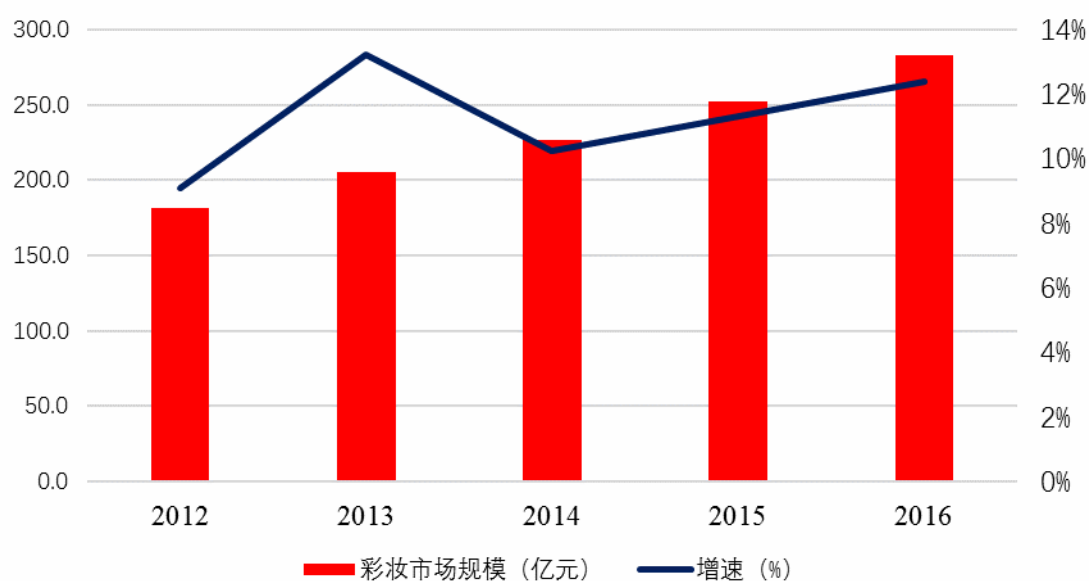
2012-2016 年护肤品市场规模图



数据来源：Euromonitor, Beauty and Personal Care 2017ed

彩妆主要包括脸部化妆品、眼部化妆品、唇部产品、美甲产品和彩妆套装五大类。据 Euromonitor 的统计数据显示，2016 年我国彩妆市场容量为 283.1 亿元，占化妆品整体市场 8.5% 的份额；其中脸部化妆品、眼部化妆品、唇部产品、美甲产品和彩妆套装分别为 138.2 亿元、60.4 亿元、71.5 亿元、4.8 亿元和 8.2 亿元。2012-2016 年彩妆市场的年均复合增长率为 11.8%。

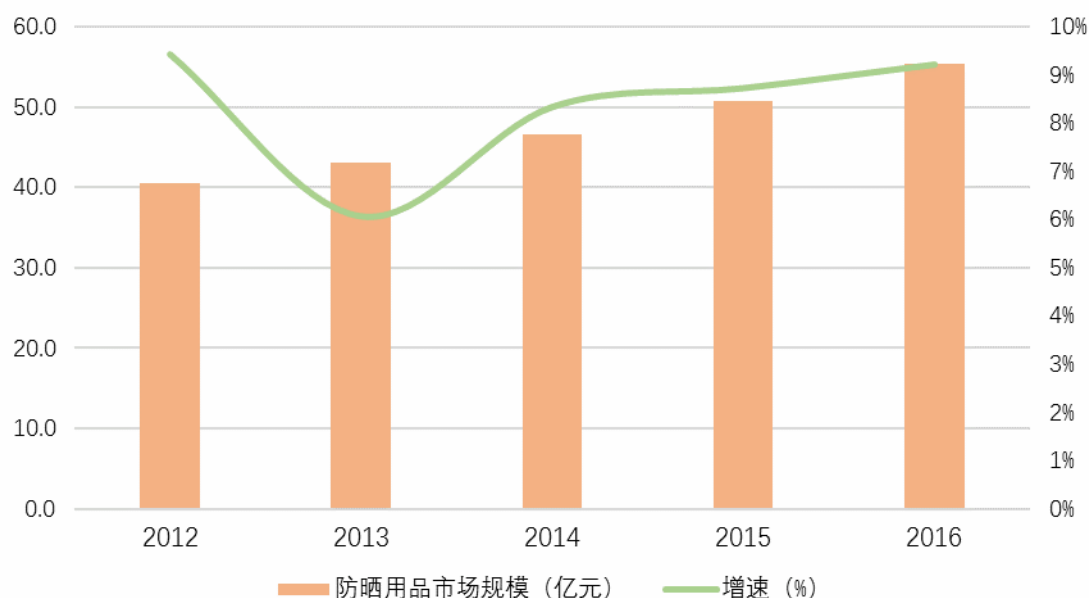
2012-2016 年我国彩妆市场规模图



数据来源：Euromonitor, Beauty and Personal Care 2017ed

防晒用品包括成人防晒用品和婴幼儿防晒用品两大类。据 Euromonitor 的统计数据显示,2016 年我国防晒用品市场规模为 55.4 亿元,占化妆品整体市场 1.7% 的份额;2012-2016 年防晒用品市场的年均复合增长率为 8.1%。

2012-2016 年我国防晒用品市场规模图



数据来源: Euromonitor, Beauty and Personal Care 2017ed

2、国内化妆品行业集中度较低, 跨国企业占据主流, 国内企业逐渐崛起

从国际市场来看, 美国化妆品市场前十名企业中本土化妆品企业占据主导地位, 国外企业仅欧莱雅(法国)占据一席; 韩国化妆品市场以其本土企业爱茉莉太平洋和 LG 生活馆两大化妆品集团为首, 国际品牌市场占比仅为 25%。同时美国化妆品市场集中度较高, 前十大企业市场占有率超过 70%; 韩国市场中仅爱茉莉太平洋和 LG 健康生活就占据近 45% 的市场份额。

美国化妆品市场占有率情况 韩国化妆品市场占有率情况



资料来源：长江证券研究部资料来源：长江证券研究部

根据国家食品药品监督管理总局的网站显示，目前国内获得化妆品生产许可证的企业为 3,800 余家，国产化妆品产品超过 70 万种，化妆品生产企业数量众多。但据 Euromonitor 的统计数据显示，2016 年国内化妆品市场销售排名前十的企业基本为欧美及日韩等跨国企业，国内企业仅有上海上美化妆品有限公司、上海百雀羚日用化学有限公司和伽蓝集团在列；同时虽然跨国企业占据优势市场地位，但整体市场集中度依然不高，前十大企业市场占有率不足 50%。造成上述现象的原因一方面在于，国内化妆品生产和消费基础均较薄弱，大多数中小型企业因为资金、技术及人才等因素的制约，难以在品牌策划、产品开发、质量保障、市场营销、广告投入、售后服务等诸多方面与跨国企业相抗衡；另一方面，虽然跨国企业凭借其强大的营销能力、品牌影响力及研发实力，牢牢占据化妆品行业领先地位，但由于化妆品消费极具个性化特点，不同的性别、不同的年龄层次、不同的收入结构、不同的消费理念、不同的心理需求等因素都会形成不同的消费诉求，少数几家跨国企业并不能满足所有需求，形成较大的个性化需求缺口。由此，国内化妆品行业形成较大的长尾效应，优质与个性化中小品牌存在较大的市场空间。

国内化妆品行业从上世纪 90 年代以后开始发展，中小型生产企业数量众多且大多布局于三四线城市，多以功能性品类来满足消费者的基本护理需求，整体市场影响力极为有限，近 20 年来一直处于市场弱势地位。但随着国内消费者消费理念逐步成熟，以及近年来电商渠道的快速发展，注重品牌策划、技术研发及市场营销的国内化妆品企业加大投入，依靠本土优势，逐步抢占跨国企业的市场份额。2015 年，包括上海家化、伽蓝集团、百雀羚、韩束、珀莱雅、云南白药等本土化妆品企业出现在化妆品国内市场占有率排名前 20 的名单中，且大都呈现上升趋势；同时上述企业的合计市场占有率也逐年提升，从 2011 年的 4.4% 上升至 2015 年的 9.2%。虽然本土品牌市场占有率逐年上升，但与发达国家相比本土企业仍有较大的提升空间。国内本土化妆品企业通过更好地贴近国内消费者需求，了解国内消费者的消费偏好，精准的品牌定位，灵活的供应链管理，以及与日化专营店、电商等渠道的默契配合，提升品牌知名度和信任度，本土化妆品品牌有望保持持续稳定增长。

3、人均消费较低，发展空间巨大

2016 年我国化妆品市场容量超过 3,000 亿元人民币，已经成为化妆品消费大国，从单个市场规模来看已经超过日本成为仅次于美国的全球第二大市场。但是从人均化妆品消费额来看，我国还远远落后于很多发达国家。2012 年美国、日本和韩国的人均化妆品消费额分别是中国的 15 倍、9 倍和 7 倍。以 13 亿人口估算，虽然我国人均化妆品消费支出从 2011 年 27.81 美元逐渐增长到 2014 年的 35.04 美元，但与上述三国相比仍存在巨大差距。

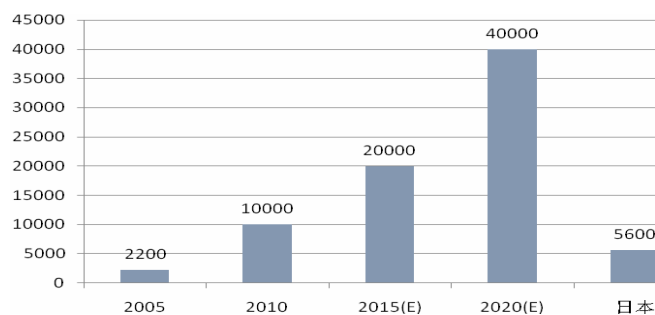
随着我国国民经济的快速发展，居民可支配收入水平不断提高，化妆品人均消费将大幅提高。据国家统计局数据显示，中国城镇居民可支配收入从 2001 年的 6,860 元增长到 2016 年的 33,616 元，复合年均增长率 11.18%；农村居民可支配收入从 2001 年的 2,366 元增长到 2016 年的 12,363 元，复合年均增长率为 11.65%。随着城镇化的不断深入，人口结构的变化，收入水平的提升以及化妆品消费习惯和消费理念的培育，消费升级成为大势所趋，与发达国家之间的巨大差距有望不断缩小。

4、核心化妆品消费人群迅速增长

化妆品作为一种日用消费品，已经被越来越多的消费者所接受。特别是近十年来欧美化妆品大牌对于国内市场的持续投入和培育，国内消费者已经逐步形成正确的使用习惯和消费理念，为化妆品市场带来了更多的市场机会。在这庞大的消费群体中，成年女性成为化妆品消费的主力军。

全球著名化妆品跨国企业日本资生堂在中国提出核心“化妆品人口”概念，即按照以下标准来定义：1）居住在城镇；2）年龄大于 20 岁的女性；3）年收入不低于 30,000 元人民币。根据该公司的统计，国内的核心“化妆品人口”数量从 2005 年的 2,200 万人已增长到 2010 年的 1 亿人，同时预计 2015 年达到 2 亿人，2020 年将达到 4 亿人，远超日本 2010 年的 5,600 万人核心“化妆品人口”数量。

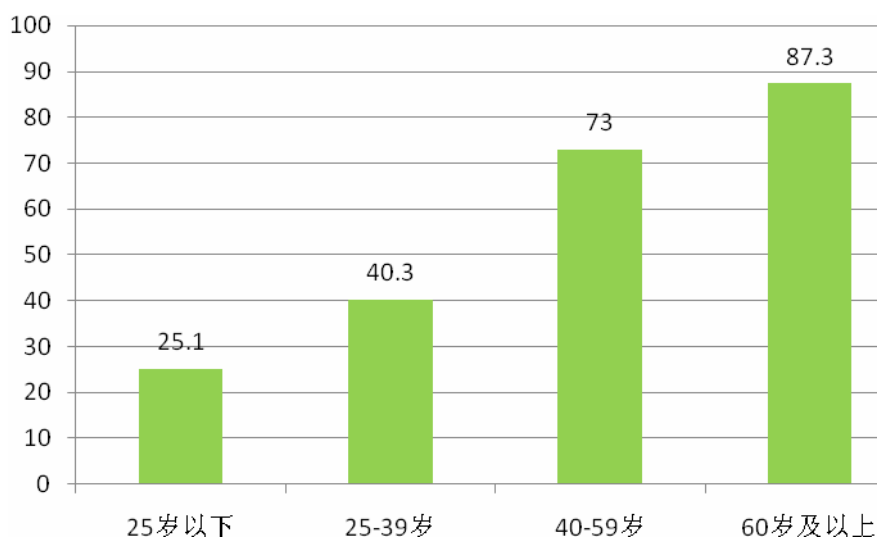
中国核心化妆品消费人群（单位：万人）



数据来源：资生堂公司

核心“化妆品人口”的成倍增长，必将带来化妆品市场的繁荣景象。在核心化妆品消费人群中不同年龄结构的化妆品消费需求差异较大，人均消费金额也存在一定差距。根据TNS Worldpanel Europe的调查，欧洲40-59岁的女性面部护肤品的消费金额接近25-39岁女性的两倍，而60岁以上的女性几乎占了34%的面部护肤品市场。这些数据反映了发达国家女性的化妆品消费随着年龄增长相应提升，一方面可支配收入增加，另一方面对抗衰老等需求也相应增加。

欧洲女性年人均面部护肤品消费金额（单位：欧元）



数据来源：TNS Worldpanel France

目前国内化妆品消费者的人口结构、收入结构和消费习惯与发达国家相比有很大的差异，国内年轻女性在化妆品上的人均消费远高于老年女性，人均化妆品支出随着年龄步入中老年而迅速衰减。但这一现象随着化妆品消费理念的深入人心将会得到有效改善。

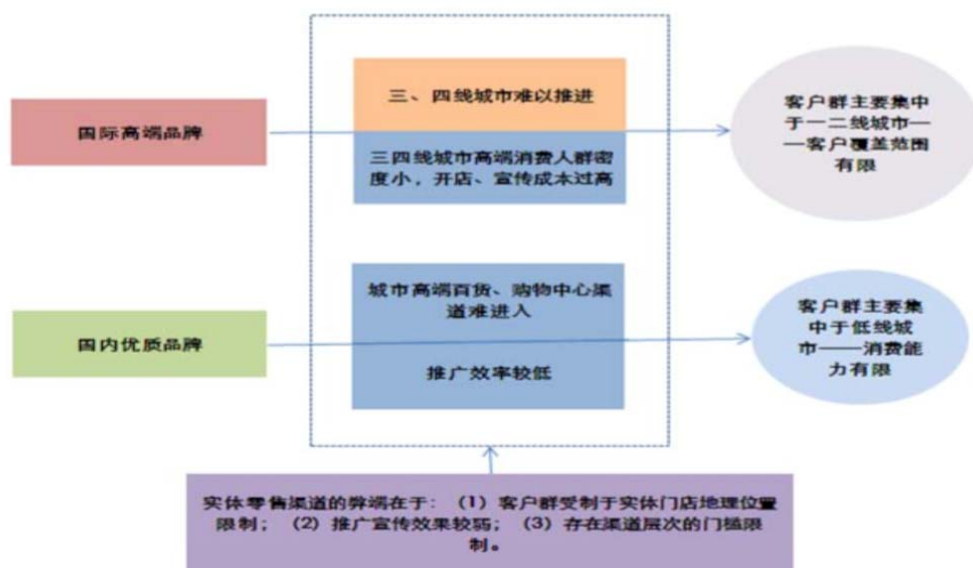
国内目前的 25-39 岁的青年女性成长于上世纪 80 年代改革开放以后，是经历了完整的化妆品教育的一代，与上世纪 60 年代以前的消费者在经济实力和消费习惯上差别很大。随着她们年龄的增长和收入的增加，这一群体化妆品消费升级的现象非常显著，消费曲线也将随之发生改变，届时成熟女性和老年女性将成为护肤品特别是抗衰老护肤品的主力军。从这一点来看，未来 10-20 年，中国消费者将很有可能复制欧美成熟市场的情况。

5、销售渠道呈多元化趋势

化妆品传统销售渠道包括百货、超市及大卖场、日化专营店等线下实体流通渠道，而近几年以电子商务为基础发展起来的 B2C、C2C 等电商渠道发展势头迅猛。

2010 年以前，化妆品销售以实体渠道流通为主，国际高端品牌和国内品牌市场拓展均受到一定程度的限制。国际高端品牌占据一、二线城市绝对优势，但由于三、四线城市高端消费人群密度小，开店成本与宣传成本高，受众有限，渠道下沉难以推进；而性价比较高的国内品牌市场主要集中于三四线城市及乡镇市场，一方面受制于高端百货、购物中心的渠道排斥，另一方面相对于国际品牌而言，品牌影响力和企业实力有限，所以很多国内化妆品企业集中资源从拓展日化专营店、超市及大卖场等实体渠道入手，但这些实体渠道单店覆盖人群较少，推广效率较低。因此，国际品牌与国内品牌均在各自优势领域深耕，市场渗透较为困难。

传统实体流通渠道的低效率使二八格局难以打破



资料来源：长江证券研究部

近年来，随着我国信息基础设施建设步伐加快，信息网络基础设施进一步完善，应用服务水平不断提升，带动了信息消费爆发式增长。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2016 年 12 月，我国互联网普及率达到 53.2%，互联网用户达到 7.31 亿，其中使用手机上网的人群达到 95.1%，呈高速增长态势。互联网用户特别是移动互联用户的激增，配套物流行业的不断完善，线上零售业态的日益红火，方便、快捷、足不出户的电子商务交易规模更是出现了井喷式发展。根据艾瑞咨询的统计数据显示，2016 年中国电子商务市场交易规模达 20.2 万亿元，同比增长 23.6%，其中网络购物市场交易规模达 4.7 万亿元，同比增长 23.9%。受到电子商务的强烈冲击，传统化妆品线下实体渠道受地域限制、价格限制、购物便捷限制等因素的制约更为突出，化妆品电子商务市场巨大的消费潜能已经被逐渐释放出来。根据前瞻产业研究院发布的研究报告显示，作为网络交易的细分品类，网购化妆品交易额从 2009 年的 124.9 亿元增长到 2014 年的 975.1 亿元，其中 2013 年较 2012 年增长 192.4 亿元，同比增长 33.09%；2014 年较 2013 年增长 201.3 亿元，同比增长 26.02%。根据 Euromonitor 统计，2016 年化妆品电商渠道销售额占比从 2011 年的 5.2% 上升到 2016 年的 20.6%，成为继超市、百货后的第三大流通渠道。

电商渠道在信息展示、信息传播、信息分享等方面的优势打通了不同定位品牌在不同区域的渠道限制。国际品牌可以通过电子商务低成本开发低线城市，而

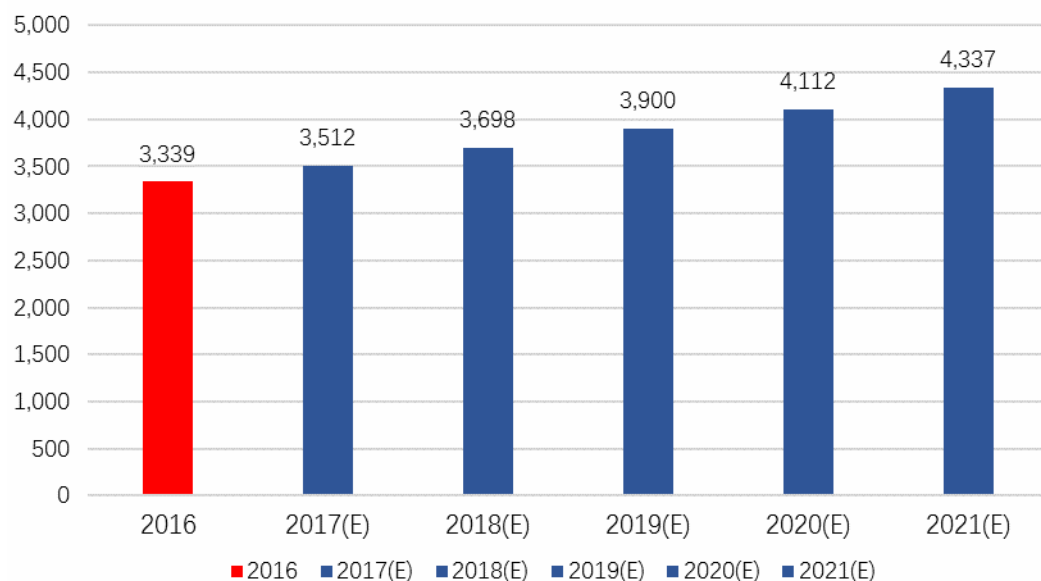
国内品牌则有机会获取核心城市消费市场，线上市场成为国际、国内品牌都亲睐的重要渠道。与国际大牌相比国内品牌可能获益更大，长期以来国内品牌在营销实力上处于弱势，而线上无边界宣传的特性将会降低国内品牌的营销成本，同时借用线上社群特性打造口碑与国际品牌直接抗衡；此外，原来由于渠道限制国内优质品牌难以拓展中高端客户群体，而电商渠道则可以有效解决该问题。从过去几年的发展来看，国内品牌对线上渠道表现得非常积极，相反国际品牌为避免品牌形象受损而相对谨慎。因此，在化妆品电商渠道快速发展的背景下，国内品牌的劣势将被弱化，市场地位将会快速提升。

6、我国化妆品市场发展空间广阔

过去十年，国内化妆品市场一直保持稳定增长，虽然近年来增速有所放缓，但仍是全球范围内增长最快速的地区之一。根据国金证券研究所的数据分析，2014 年中国化妆品市场增长率为 7.2%，而同期日本、法国、美国和韩国的增长率分别为 2.3%、0.5%、1.9%和 5.5%。

人口结构变化、收入水平提升带来的消费升级、消费习惯的改变、核心消费人群的增加、化妆品消费理念的加强、营销渠道的多元化将是决定未来中国化妆品市场容量的核心因素。根据 Euromonitor 的预测，中国化妆品行业将在未来几年继续保持稳定增长态势，预计到 2021 年市场容量将达到 4,337 亿元，2017 至 2021 年年均复合增长率 5.4%，行业发展空间巨大，行业内的龙头企业也将从行业增长中获得更多的红利。

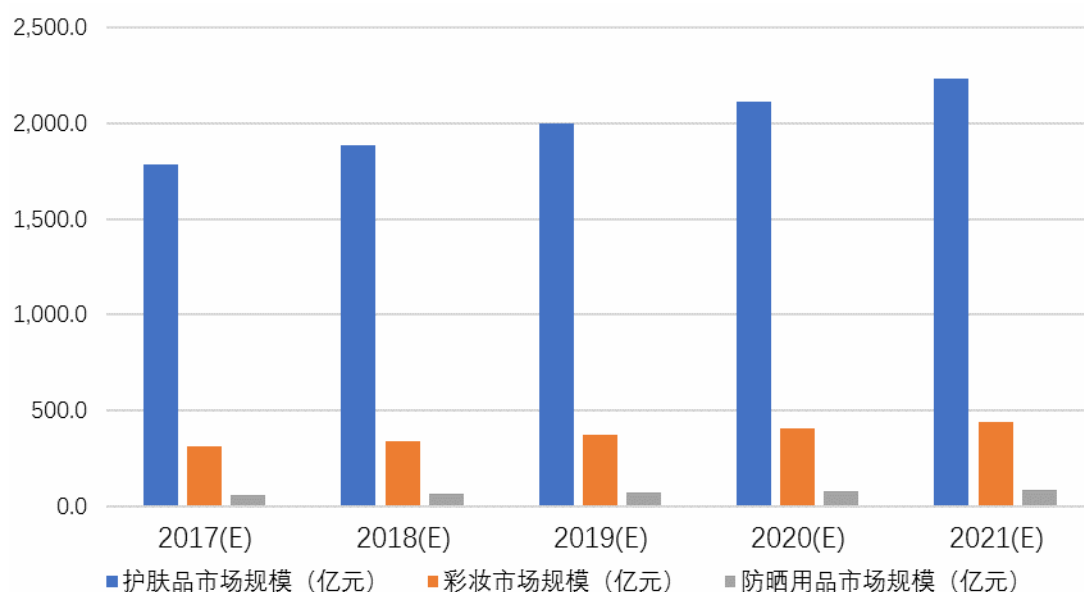
化妆品市场规模预测（单位：亿元）



数据来源：Historic Current Prices, Forecast Constant 2016 Prices, Euromonitor, Beauty and Personal Care 2017ed

作为化妆品行业的主要子行业，护肤品、彩妆和防晒用品也将在未来几年内呈现持续增长态势。根据 Euromonitor 的预测，至 2021 年其市场规模将分别达到 2,236.8 亿元、439.6 亿元和 82.4 亿元规模，2017 至 2021 年年均复合增长率分别为 5.8%、9.2%和 8.5%。

护肤品、彩妆和防晒用品市场规模预测



数据来源：Historic Current Prices, Forecast Constant 2016 Prices, Euromonitor, Beauty and Personal Care 2017ed

三、发行人所处行业主要特点

（一）发行人所处行业的周期性、区域性和季节性

1、行业周期性

化学原料和化学制品制造业受国民经济景气和可支配收入变化的影响，呈现出一定的周期性特征，但其子行业化妆品虽然是可选消费品的一种，但相对而言，产品属性更接近日用消费品，受经济波动的影响更小，故周期性特征较弱。

2、行业区域性

化妆品属于日常基本生活消费品，不存在明显的地域性特征。在生产方面，我国化妆品生产企业主要集中在长三角和珠三角地区。

3、行业季节性

化妆品行业整体不存在明显的季节性特征，但单个品类存在使用和销售的淡旺季。比如防晒类产品，春夏季为销售旺季、秋冬季为销售淡季；而护肤类产品，春夏为销售淡季、秋冬为销售旺季。

（二）发行人所处行业经营方式

1、生产方式

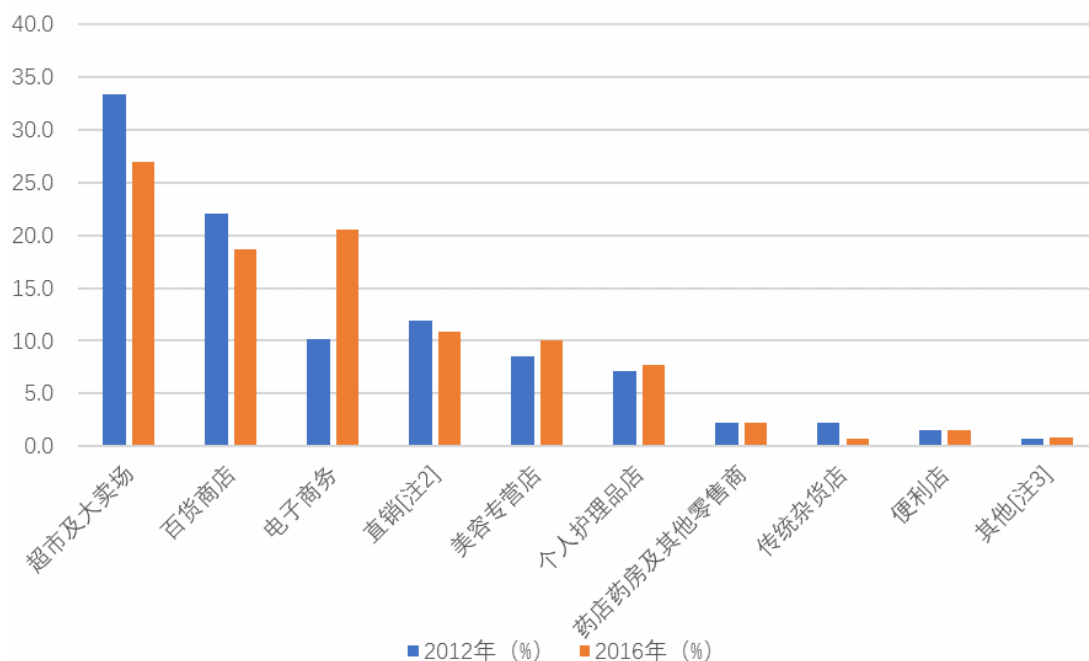
从生产方式来看，化妆品企业主要通过自主生产、委托其他厂家生产或者两者相结合的模式进行生产。

2、销售方式

从销售模式来看，大多数化妆品企业采用经销为主，直销为辅的方式；从销售渠道来看，化妆品企业一般都会根据企业实力、品牌定位等选择多种销售渠道并存的方式。

根据 Euromonitor 的分类，化妆品销售主要包括线上渠道和线下渠道，具体包括超市及大卖场、百货商店、电子商务、美容专营店、个人护理品店、传统杂货店等。

2012、2016 年我国化妆品市场销售渠道分布情况[注 1]



注：1、统计口径为包括护肤品、彩妆、防晒、香水、男士系列、沐浴、止汗香体、口腔卫生、婴儿护理等全部美容及个人护理用品；

2、Euromonitor 所指直销与《招股意向书》所述直销模式存在差异。

3、其他包括家庭购物、美发沙龙等其他非杂货零售商；

资料来源：Euromonitor, Beauty and Personal Care 2017ed

(1) 线下渠道

线下渠道一直是化妆品行业的主要销售渠道，线下渠道中又以超市及大卖场、百货商店、直销、美容专营店等渠道为主。

超市是指营业面积在 400 至 2,500 平方米之间从事杂货销售的卖场，其中杂货占比不低于 70%；并且不包括折扣店、便利店和小型杂货店。大卖场主要是指营业面积在 2,500 平方米以上，通常坐落于城郊的卖场，例如家乐福、欧尚等。2016 年超市及大卖场渠道销售额占比达到 26.9%，是化妆品的主要销售渠道。

百货商店是化妆品销售的另一主要渠道，但在传统零售渠道日趋饱和的当今受到较大冲击，百货商店渠道的销售额占比从 2012 年的 22.1% 下降至 2016 年的 18.7%。

直销渠道是指通过直销员在非固定营业场所（通常为直销员或消费者的住所、工作地等其他地方）直接向最终消费者推销并销售产品的销售方式。2016 年直销渠道销售额占比为 10.9%，采用该方式销售化妆品的有安利、玫琳凯等品牌。

美容专营店是指专门从事化妆品销售的零售商店，通常也被称为日化专营店，在二三线城市及乡镇地区拥有较大的基数。2016 年该渠道的销售额占比为 10.0%。

（2）线上渠道

电子商务渠道是近年来销售额增长最快的化妆品销售渠道。从运营模式来看，国内化妆品电子商务平台主要分为：综合型 B2C 平台、垂直自营 B2C、线下渠道自营 B2C、品牌自建商城以及 C2C 平台等。具体如下：

平台类型	介绍	代表公司
综合型 B2C 平台	起步于 2008 年左右，起初商品大多来自国内经销商；2010 年开始与品牌厂商直接合作，开设官方旗舰店，是目前各大品牌最为重视的线上销售平台	 
垂直自营 B2C	始于 2008 年，发展初期货源多来自国内经销商，2011 年之后开始与品牌商合作，特点是不需要品牌方投入过多资源进行店面维护和日常运营	  
线下渠道自营 B2C	出现于 2010 年前后，存在入驻电商平台和自营平台共同发展的状况	  
品牌自建商城	品牌自建的线上渠道，起到品牌产品展示的作用，也可以与用户进行深度互动并自主掌握核心数据，但对品牌商线上运营能力要求高，且普遍遭遇流量瓶颈限制	  
C2C 平台	较早开展化妆品交易，销售规模大，但个体运营较多	 

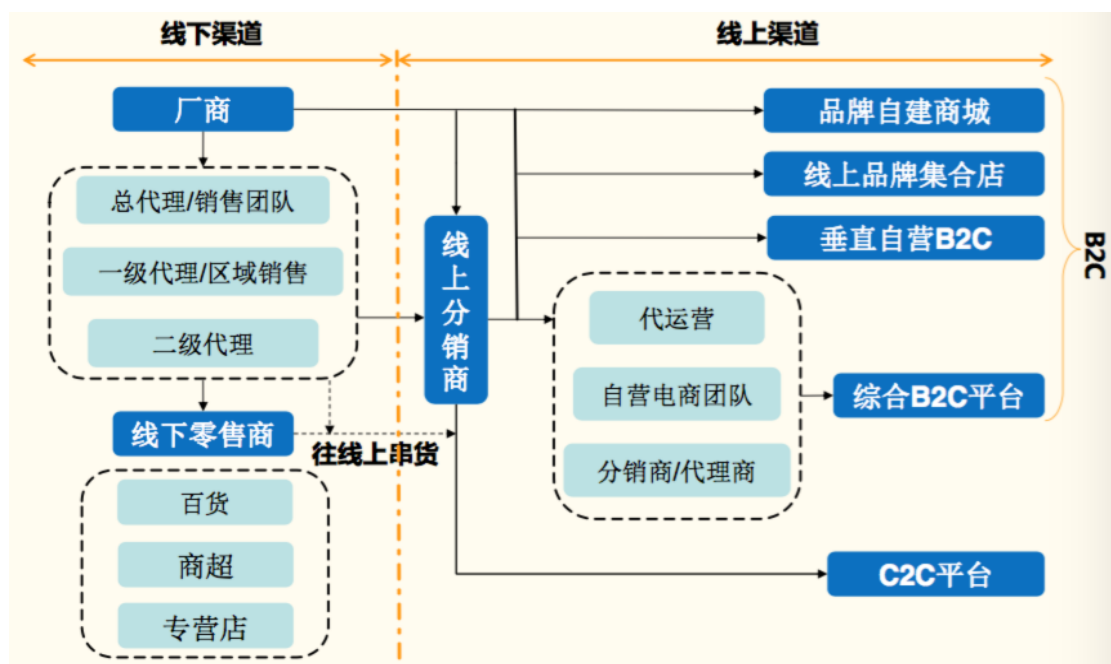
资料来源：国金证券研究所

(3) 线上线下相互渗透

化妆品行业线上及线下主要销售渠道特点对比如下：

	主要销售渠道			
	线下渠道			线上渠道
	百货商店	超市及大卖场	日化专营店	B2C、C2C 等
品牌数量	20~30 个	10-60 个	小于 10 个	几乎所有品牌
产品定位	中高端	中低端	中端	高中低
产品价格区间	200 至 2,000 元	40 至 300 元	40 至 300 元	通常有较大折扣
主要品牌	欧莱雅、资生堂、娇韵诗、雅诗兰黛、迪奥等外资品牌，本土品牌如佰草集等	妮维雅、旁氏、卡尼尔等外资品牌，相宜本草、丁家宜、大宝等本土品牌	珀莱雅、自然堂、丸美、美肤宝等本土品牌	几乎覆盖所有外资和本土品牌
服务	商场品牌专柜的美容导购提供美容咨询服务	简单的产品咨询	简单的产品咨询	产品以文字介绍为主
终端设计装修	品牌分隔较为明显，每个柜台代表一个品牌	品牌陈列无明显分隔	品牌分隔较为明显	-
终端特点	通过设立专柜树立品牌形象，竞争激烈，知名度、销量较低品牌易被淘汰	中低端产品的重要销售渠道，众多高端国际化妆品品牌逐渐进入该渠道；进入门槛逐年上升，一些低档本土品牌面临巨大挑战	二三线城市及乡镇日化专营店数量众多，本土品牌占据主导	B2C 平台，如天猫、草莓网、乐蜂网、京东等；C2C 平台，如淘宝、Panli 等；品牌直营网店，如兰蔻、碧欧泉等；特卖、团购网站，如聚美优品、高朋等

受资金、人才等因素影响，过去化妆品企业往往集中资源发展少数几种渠道。但随着电子商务的快速发展，更多的化妆品企业采用线上线下并举的营销策略，以达到线上线下共同发展、优势互补、相互融合的有利局面，具体分析图如下：



资料来源：国金证券研究所

（三）发行人所处行业的技术水平和技术特点

目前中国化妆品行业发展近三十年，从总体技术水平来看，行业内企业生产模式向自动化生产过渡，各类生产卫生标准逐步确立，理化及微生物检验被运用到生产过程中，但植物原料功效研究、提取与应用、产品配方与消费者适用性研究、乳化技术改进等方面仍是企业投入的重点。

四、发行人所处行业与上下游行业之间的关联性

（一）本行业与上游行业之间的关联性

化妆品行业的上游行业主要是原料和包装材料制造行业。原料主要包括油酯蜡、乳化剂、流变剂、保湿剂、活性剂、香精油、有机色素、粉体、珠光颜料、中和剂等；包装材料主要包括玻璃瓶、塑料瓶、印刷品、软管等。原料和包装材料价格的波动，会对化妆品生产企业的毛利率产生一定影响，但由于行业整体毛利率较高，影响程度相对较小。

（二）本行业与下游行业之间的关联性

化妆品属终端消费品，直接用于人们的日常生活。化妆品企业主要通过百货商场、超市、日化专营店、电商等渠道实现产品销售。因此化妆品零售业是化妆品行业的下游行业。

五、发行人所处行业竞争情况分析

（一）化妆品行业市场竞争格局

1、化妆品市场的竞争格局

我国的化妆品行业是国内市场化程度最高的行业之一，也是完全开放的充分竞争市场，经过二十多年的发展，伴随着居民收入的增长、城镇化比率提高、消费习惯的改变和消费理念的提升，化妆品行业市场容量急剧膨胀。在此过程中，化妆品跨国企业纷纷进入中国，不仅因为其产品组合丰富、品质如一、品牌声誉好、营销力度大等因素，在国内化妆品市场上抢占了领先优势；同时也因为这些企业对国内市场长期持续的投入和维护，培育和引导了国内消费者的消费习惯和流行偏好。

目前虽然国内有 3,800 余家化妆品生产企业，但多为中小企业，真正能与跨国企业相抗衡的企业为数不多。2014 年进入国内化妆品市场份额前十的国内企业仅有上海家化和伽蓝集团两家。但近年来国内化妆品企业逐渐摸索出了适合自身发展的品牌定位、渠道拓展、营销策划以及企业组织架构，慢慢扭转了劣势地位。行业内的一些优秀企业通过推出符合消费者流行偏好的新产品，在商超、日化专营店特别是电子商务渠道投入更多的优势资源，传达更为精准的品牌营销策略，灵活高效的组织响应，为越来越多的消费者所接受，市场份额逐年提高。例如国内品牌自然堂针对东方女性的肌肤特点，选取冰川水、雪参花等自然界中的珍稀成份，将“你本来就很美”的美丽信念传达给更多的女性消费者；相宜本草通过开发推出天然有效的本草养肤品，推广“以自然为师，相宜相生”的品牌理念；珀莱雅深信“魄力源自深海”，从深海中发掘纯净珍贵的护养成分，选用海洋深层水，萃取软毛松藻、深海巨藻、大西洋红藻等珍稀藻类成分，运用先进科技，形成深海致臻、水漾芯肌等产品系列，并通过签约唐嫣、宋仲基等明星代言人，提升品牌形象，积极布局高端市场。

近年来本土化妆品公司的市场份额逐年提高，根据 Euromonitor（Company share NBO）的统计，排名前二十的企业中出现了上海家化、伽蓝集团、百雀羚、韩束、云南白药等多家本土企业。2016 年珀莱雅在国内化妆品市场的份额为 1.0%。

2016 年国内化妆品市场 Top20 企业名单

跨国企业	本土企业
1、宝洁(广州)有限公司	7、上海上美化妆品有限公司
2、欧莱雅(中国)有限公司	8、上海百雀羚日用化学有限公司
3、资生堂(中国)有限公司	9、伽蓝集团
4、联合利华(中国)有限公司	11、上海家化联合股份有限公司
5、杭州玫琳凯化妆品公司	18、云南白药集团
6、爱茉莉太平洋化妆品(上海)有限公司	23、珀莱雅化妆品股份有限公司
10、雅诗兰黛(上海)商贸有限公司	
12、安利(中国)有限公司	
13、高露洁(广州)有限公司	
14、好来化工(中山)有限公司	
15、无限极（中国）有限公司	
16、完美(中国)有限公司	
17、广州环亚化妆品科技有限公司	
19、LG 家庭保健有限公司	
20、妮维雅（上海）有限公司	

统计口径：包括护肤品、护发产品、口腔护理品类、沐浴用品、彩妆、男士护理用品、婴幼儿与儿童专用产品、香水、防晒用品、止汗香体、脱毛产品、套装/组合共 12 个品类

数据来源：Company share NBO, Euromonitor

2、护肤品市场的竞争格局

2016 年，跨国化妆品企业仍旧占据护肤品市场的主导地位。根据 Euromonitor（Company share NBO）的统计，国内护肤品市场份额排名前五的依次为欧莱雅、资生堂、玫琳凯、宝洁和上海上美，除上海上美外均为跨国化妆品企业。基于跨

国公司先进的产品研发和多年建立的良好品牌形象，仍然受到多数消费者的追捧。但本土化妆品企业经过多年的发展和品牌经营，市场占有率逐步提高，上海上美、上海家化、伽蓝集团、百雀羚和珀莱雅跻身国内护肤品市场份额前列，其中珀莱雅在国内护肤品市场的份额为 2.0%。

3、防晒产品市场的竞争格局

作为日常皮肤护理产品的必要延伸，防晒产品已经进入普通消费者的生活。包括行业领先的跨国公司以及包括珀莱雅在内的本土公司都致力于不断扩大其配送网络至欠发达地区，并通过电视广告等营销手段，促进产品在消费市场上的认知度和销售额。

根据 Euromonitor（Company share NBO）的统计，2016 年欧莱雅在防晒产品中位居第一，广州环亚名列第二，其次是资生堂；珀莱雅凭借“海洋水漾透白防晒霜”、“海洋骄阳动感润肤防晒乳”、“海洋焕白润护隔离防晒乳”等多款产品占据 0.6% 的市场份额。

（二）化妆品行业主要竞争对手简要情况

公司作为化妆品研发、生产和销售企业，主要竞争对手为自然堂、丸美、美肤宝、佰草集、百雀羚、韩束等国内品牌的生产商，具体情况如下：

序号	企业名称	主要品牌名称	简介
1	伽蓝（集团）股份有限公司	自然堂(CHANDO)	自然堂品牌2001年创立于上海，护肤系列产品主要包括凝时鲜颜系列、雪域精粹系列、雪润皙白系列等，品牌隶属于伽蓝（集团）股份有限公司；伽蓝集团创立于2001年，旗下有美素、自然堂、雅格丽白等品牌。
2	广东丸美生物技术股份有限公司	丸美(MARUBI)	丸美品牌隶属于广东丸美生物技术股份有限公司，2013年全球最大奢侈品集团LVMH旗下的L Capital Asia基金成为该公司第二大股东。丸美主要生产护肤产品，以眼部肌肤护理产品为代表，主要产品包括丸

			美弹力蛋白眼精华、丸美眼部多元细胞修护素等。
3	广州环亚化妆品科技有限公司	美肤宝 (MEIFUBAO)	美肤宝是广州环亚旗下的化妆品品牌，主要产品包括自然白系列、水分源系列、花之肽源萃雪颜系列、花之肽玉露润颜系列等。
4	上海家化联合股份有限公司	佰草集 (HERBORIST)	佰草集是上海家化联合股份有限公司1998年推向市场的一个具有全新概念的品牌，佰草集的个人护理用品是现代生物科技与传统中草药精华结合的成果，在产品开发中科学地运用了中医独有的平衡理论和整体观念，产品主要包括新七白美白嫩肤面膜、全天候焕肤保湿精华露、清肌养颜太极泥等。
5	上海百雀羚日用化学有限公司	百雀羚 (PEHCHAOLIN)	百雀羚是上海百雀羚日用化学有限公司旗下品牌。百雀羚创立于1931年，曾多次被评选为“上海著名商标”、并荣获“中国驰名商标”等称号，致力于为消费者创造天然温和的优质护肤品。
6	上海上美化妆品有限公司	韩束 (KANS)	韩束是上海上美化妆品有限公司旗下的化妆品品牌，主要产品包括雪白肌系列、红石榴鲜活水盈系列、墨菊水韵系列、幻彩金纯无痕系列等。
7	欧诗漫生物股份有限公司	欧诗漫 (OSM)	欧诗漫是欧诗漫生物股份有限公司旗下的化妆品品牌，主要产品包括珍珠白净透系列、珍珠悦活亮采系列、珍珠水活奇迹/水氧系列等。

资料来源：上述公司官网

六、进入发行人所处行业的主要壁垒

（一）品牌壁垒

品牌是化妆品企业的核心竞争力，化妆品品牌对产品销售起着举足轻重的作用。建立有一定知名度、忠诚度和美誉度的化妆品品牌需要企业投入大量的人力、物力及财力，是企业在品牌策划、品牌定位、配方研发、工艺技术、产品质量和售后服务等诸多方面长期耕耘的结果。成熟的化妆品品牌有稳定的客户群，行业

的新进入者很难在短时间内建立起为消费者接受的品牌，以争夺现有的市场份额。

（二）营销网络壁垒

作为日用消费品，营销渠道是化妆品企业发展的根本。只有拥有强大的渠道销售能力，才能消化掉企业工业化规模生产出的产品。建立起覆盖百货、超市、日化专营店、电商等零售终端的全国性营销网络需要具备成熟的品牌、丰富的运营经验、优秀的管理团队，投入大量资金，并经过长时间的积累，很难一蹴而就。

（三）人才壁垒

化妆品企业需要投入大量的资源，逐步建立起由品牌策划、产品研发、市场营销和供应链管理等领域优秀人才组成的管理团队，同时企业还需要成熟且完善的人才培训和选拔机制，以满足企业发展过程中对人力资源的需求，以上构成了进入本行业的人才壁垒。

（四）技术、研发壁垒

推出满足市场需求的产品对于业内企业是一项持续的挑战。化妆品产品的研发涉及生命科学、精细化工、皮肤科学、植物学等多学科的交叉研究与运用，需要强大的技术研发团队支持，对于行业新进入者构成技术、研发壁垒。

七、影响发行人所处行业发展的有利和不利因素

（一）有利因素

1、国家政策的扶持

随着我国国民经济的发展，居民对各类消费品的需求量和需求水平都不断增加，化妆品已经成为一类重要的居民消费品。近年来，我国相继出台了一系列扶持国内化妆品企业发展的政策。

2012 年 1 月，工信部发布的《轻工业“十二五”发展规划》明确指出日化行业重点发展科技含量和附加值高、绿色环保和具有民族特色的化妆品，培育知名品牌。加大化妆品安全性技术的研发，提升产品的安全性。

2012 年 10 月，国家标准化管理委员会、国家质量监督检验检疫总局、国家食品药品监督管理总局联合发布《关于化妆品领域落实<标准化事业发展“十二五”规划>的意见》，提出到“十二五”末，努力实现我国化妆品标准质量水平明显提高，化妆品标准化整体质量效益明显提升，标准体系能基本满足化妆品生产、流通、消费和监管需要。

2012 年我国香料香精化妆品工业协会发布化妆品“十二五”规划，不仅确定了未来 5 年行业发展目标，而且还制定了为实现这一目标而要实施的战略，包括：鼓励支持基础较好的大中型企业做强做大；引导企业完善、改进经营方式，拓宽销售渠道，加大网络营销力度；推动有实力的企业建设实验室和检测中心；建议有关部门建立完善促进化妆品行业良性发展的法律法规及监管体系等。

2017 年 2 月，国务院发布了“十三五”国家药品安全规划，明确“十三五”期间将完善化妆品法规制度，制修订化妆品禁用、限用物质检验检测方法 30-50 项，加强化妆品检查等工作。

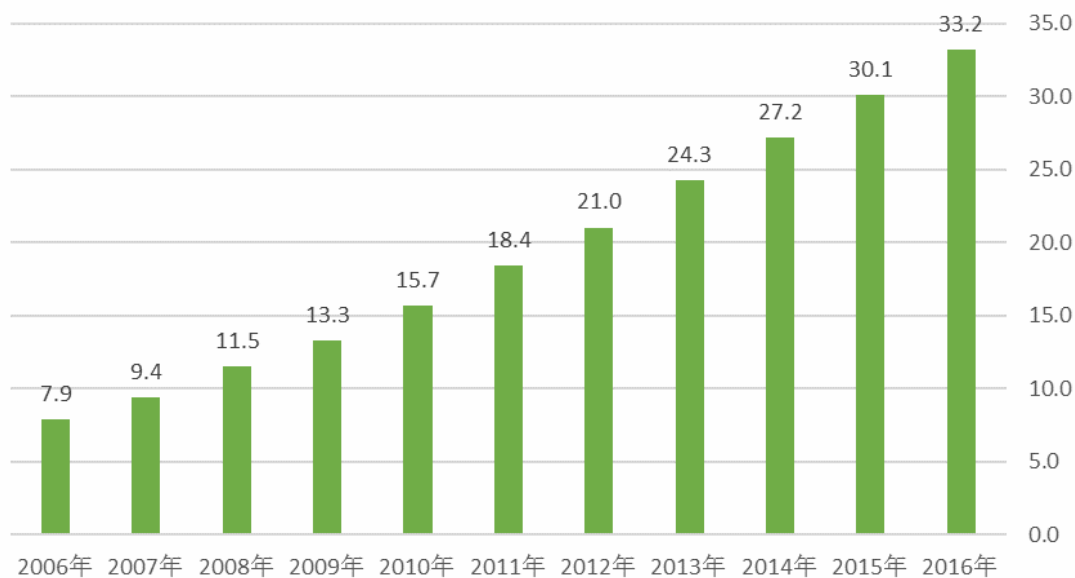
2、零售业及电子商务蓬勃发展为化妆品行业创造了良好的市场环境

经过 30 多年的改革和发展，国内零售市场体系初步建立。目前，国内零售市场上的业态几乎包含了世界上所有的零售业态。化妆品销售渠道包括百货商场、大型超市、日化专营店、个人护理品店、便利店及其他各种零售网络，个性化和品牌化的销售终端适应了新的销售趋势，为化妆品企业创造了良好的市场环境。

国家统计局统计数据显示，2016 年社会消费品零售总额达到 332,316 亿元，同比增长 10.4%；全国网上零售额 51,556 亿元，同比增长 26.2%；其中实物商品网上零售额 41,944 亿元，比上年同期增长 25.6%，网上零售额占社会消费品零售总额的比重为 15.51%。网络购物已成为重要的消费方式，为拥有电子商务销售渠道的化妆品企业创造了新的市场契机。

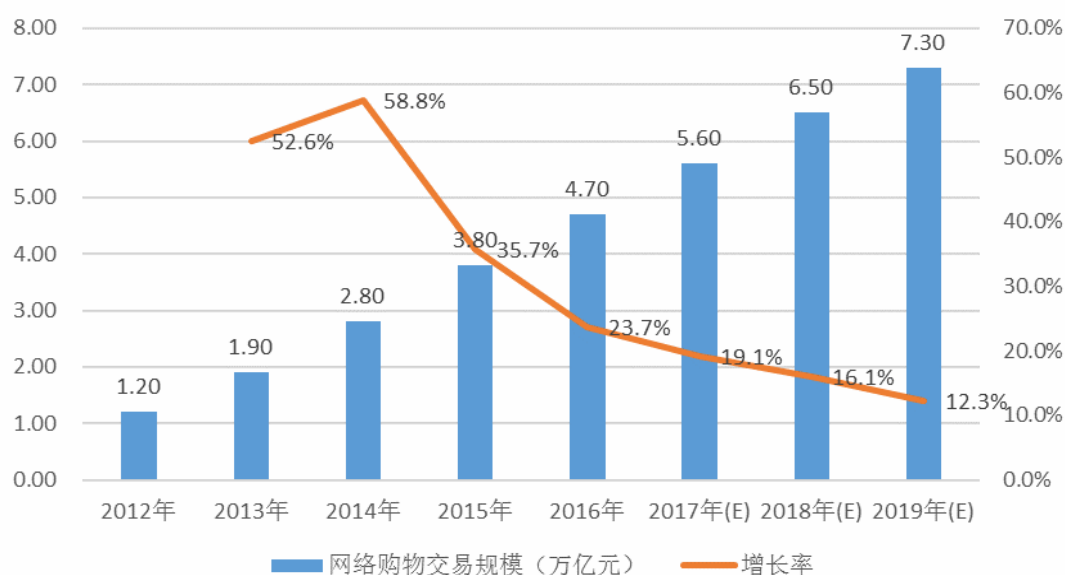
2006-2016 年社会消费品零售总额

单位：万亿元



数据来源：国家统计局

2012-2019 年中国网络购物市场交易规模及预测



数据来源：艾瑞咨询

3、可支配收入的提高和对个人仪表的注重

中国经济的稳定增长带给国人可支配收入的提升。国家统计局统计数据显示，2016年全国居民人均可支配收入23,821元，扣除价格因素比上年实际增长6.3%；其中城镇居民人均可支配收入33,616元，比上年实际增长5.6%；农村居民人均可支配收入12,363元，比上年实际增长6.2%。尽管全球经济环境并不稳

定，但中国政府为刺激经济，出台了多项措施来拉动内需。随着城市化比率的提高和国内经济的稳定增长，国内消费者的个人可支配收入仍将稳定上升，在未来3至5年间，其购买力也将进一步加强。此外，经过长期的引导和培育，国内消费者的消费理念日渐成熟，其个人卫生意识和对个人仪表的追求不断提高，已不仅仅满足于化妆品的基本功能，这为化妆品企业的发展提供了更多的机遇。

（二）不利因素

1、国际品牌的竞争

凭借雄厚的资金实力、强大的品牌推广与市场营销能力及引领潮流方向的研发能力，国际知名化妆品品牌仍是一线城市市场的领导者，短时间内本土化妆品企业难以超越。

2、行业竞争不规范

目前国内化妆品生产企业众多、水平参差不齐，大部分企业规模较小，自动化程度较低，产品研发能力有限，品牌运营能力、营销能力和运营经验欠缺。为维持生计而采取低价策略进行竞争，或以牺牲产品质量和安全换取短期利益，这在一定程度上影响了行业的整体发展。

3、消费观念不成熟

在国内化妆品行业发展初期，跨国化妆品企业通过引入国际成熟品牌和大容量品类进入中国，通过消费者教育，培养消费习惯，引领行业增长，这在一定程度上造成大量消费者盲目迷信洋品牌，更愿意购买价格昂贵的国际品牌，对性价比比较高的本土品牌持排斥心理，限制了国内化妆品行业的发展。

八、发行人的行业竞争地位分析

（一）公司的竞争优势分析

1、品牌优势

公司产品整体定位于自然、纯净、有效，以海洋和植物护肤为主要理念。公司将品牌建设融入到业务发展的整个过程中，经过多年的品牌战略以及一系列营

销战略的实施，“珀莱雅”品牌的知名度和美誉度大幅提高，公司产品也由区域性品牌发展成为全国性知名品牌。公司目前旗下拥有“珀莱雅”、“优资莱”、“悠雅”、“韩雅”、“猫语玫瑰”、“悦芙媿”等品牌，产品覆盖护肤品、彩妆、清洁洗护、香薰等多个领域，不同品牌产品针对群体广泛，适合不同年龄阶层和消费群体，形成多品牌差异化发展。

2、营销渠道优势

公司产品定位于大众护肤品，并且集中优势资源根据产品品牌市场定位特点建立了以日化专营店渠道为基础，电商渠道、商超渠道协同发展的营销模式。目前公司已在全国设有七个销售大区，与 400 余家经销商建立合作关系，覆盖 30 多个省级行政区，形成了全国性的销售网络。截至报告期末，公司旗下主品牌“珀莱雅”覆盖销售终端 13,000 余家，其中日化专营店占 90%左右。通过有序开发和精细化管理，公司在线下渠道建设方面打下了坚实基础。

此外，根据近年来电子商务爆发式增长的特点，公司于 2012 年设立美丽谷专门从事网络渠道销售，并与天猫、淘宝、京东、聚美优品、唯品会等国内知名购物网站建立了密切的合作关系。2017 年 1-6 月公司电子商务销售额 26,028.74 万元，占主营业务收入比例 31.25%。随着互联网进一步渗透到更多的中国家庭中，网络购物人群仍将在未来几年内保持高速增长。预计未来几年公司的电商渠道销售仍有巨大发展潜力。

3、研发技术优势

自成立以来，公司研发体系一直伴随业务的拓展而快速发展完善，技术研发始终处于核心地位。截至报告期末，公司研发创新中心汇集了化学、物理、生物、植物学、香精香料、机械工程、包装工程和计算机等不同学科的各类专业人才，使公司在现代配方（乳化）技术、植物研究技术、包装设计、产品开发和评估技术等五个方面与国际全面接轨。目前公司已形成抗黑眼圈脂质纳米粒乳液及其制备方法、复合美白脂质纳米粒乳液制备方法、皮肤抗老化脂质纳米粒乳液及其制备方法等多项核心技术，拥有发明专利 30 项，实用新型专利 28 项，外观设计专利 190 项，具有较强的研发实力。

4、生产优势

从生产方式来看，化妆品企业主要通过自主生产、委托其他厂家生产或者两者相结合的模式进行生产。公司除少量彩妆及新品牌“悦芙媿”委托其他厂家生产外，旗下主要品牌“珀莱雅”、“韩雅”、“优资莱”均采用自主生产的方式。与委托其他厂家生产的方式相比，自主生产方式在生产工艺控制与产品质量检测等方面具有一定优势。

5、运营管理优势

化妆品行业产品品类繁多，且兼具创意、时尚的特点，其中如防晒等产品还具有一定季节性特性，这就要求化妆品企业建立敏捷的供应链管理体系，在大规模生产的同时，建立从产品研发、原材料采购、组织生产到销售等各方面对市场的快速反应能力，才能保证持续的高效率运营。

经过多年在化妆品行业的摸索与发展，公司拥有一支以董事长及总经理为核心、专业能力强、经验丰富的经营管理团队，并在化妆品产品设计、研发、生产和销售等领域积累了大量的实战管理经验，企业内部建立了以 SAP、CRM 系统为核心的信息化管理体系，帮助公司在运营管理能力方面形成了明显的竞争优势。

（二）公司的竞争劣势分析

1、营销渠道有待进一步优化

公司目前已经构建了覆盖日化专营店、百货商场、超市和电商在内的多渠道销售网络。虽然近年来公司电商渠道销售额逐年增长，但随着电商渠道持续快速增长，公司需要在该渠道持续增加投入；此外，公司产品在包括百货商场、超市在内的现代渠道销售占比相对较低，如未来需要进一步提高公司产品市场占有率，现代渠道的销售占比亟需提升。

此外，从化妆品行业的发展规律来看，为保持消费者对品牌及产品的新鲜度和忠诚度，需要化妆品企业定期对终端柜台形象进行更新升级，因此就要求公司不断对现有日化专营店、百货商场和超市柜台持续投入，以提升公司品牌形象。

2、产品中心尚需升级

公司自设立以来重视产品研发投入，受限于融资渠道单一，公司在产品整体设计、产品精准营销以及与消费者的体验互动等方面的投入与跨国企业相比仍十分有限。为满足公司业务发展的需要，缩小与国际知名品牌的差距，必须要在市场研究、品牌创意、产品设计、配方研发、品牌营销等多方面持续投入更多的人力、物力。

3、品牌宣传需进一步加大投入

品牌影响力是化妆品企业的核心竞争力。近年来，公司业绩稳步增长，在日化专营店渠道有较高的市场占有率。为稳步提高现有品牌的市场占有率，同时在较短时间内让新品牌为消费者所接受，公司需要加大品牌宣传力度，进一步提高产品美誉度和知名度。

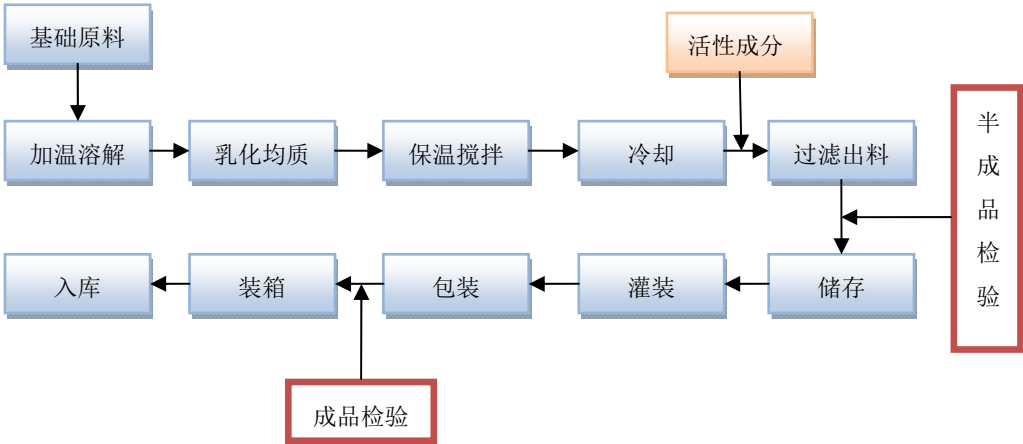
九、发行人的主营业务

公司的主营业务详见本节“一、发行人的主营业务、主要产品及设立以来的变化情况”之“（一）发行人的主营业务及设立以来的变化情况”。

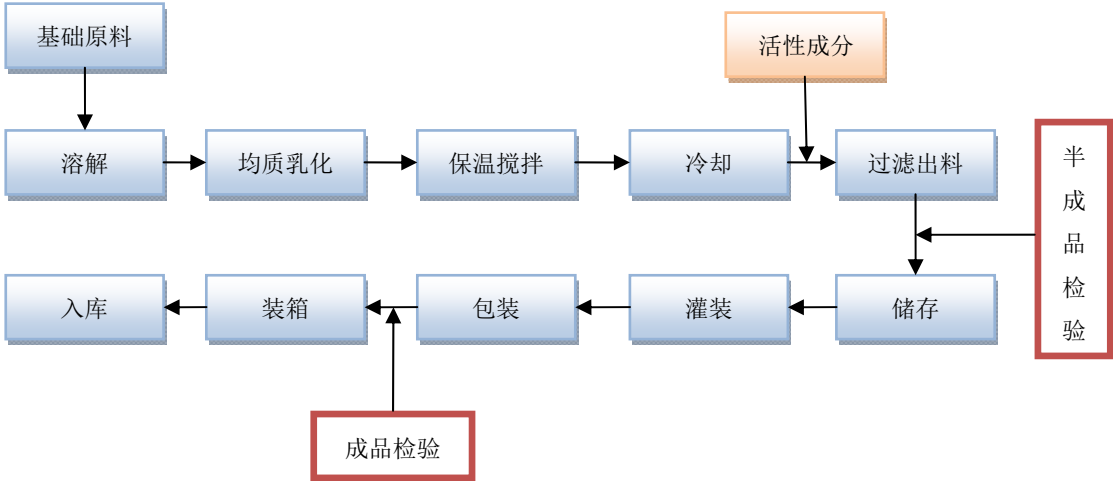
（一）公司主要产品的生产工艺流程

公司产品主要分为护理类、清洁类和美容/修饰类化妆品，其生产工艺流程如下图所示：

1、护理类化妆品生产工艺流程

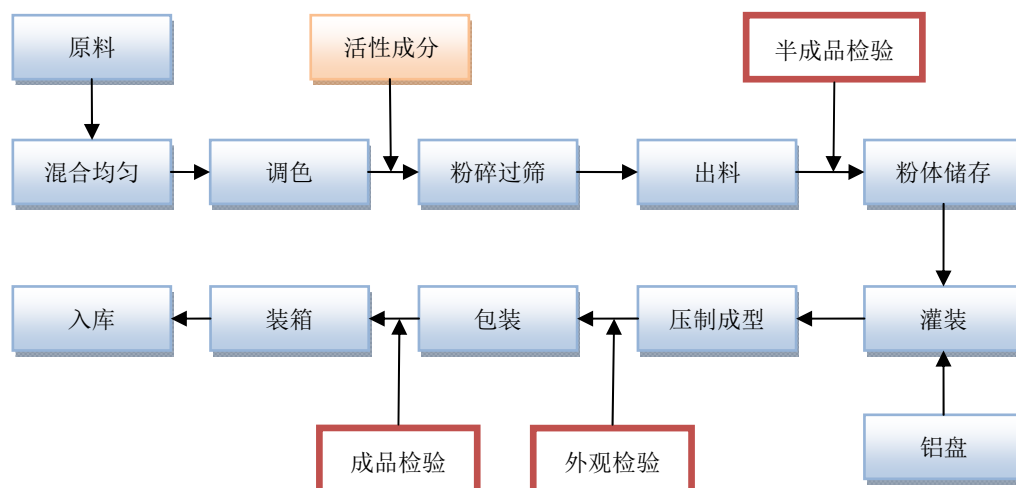


2、清洁类化妆品生产工艺流程

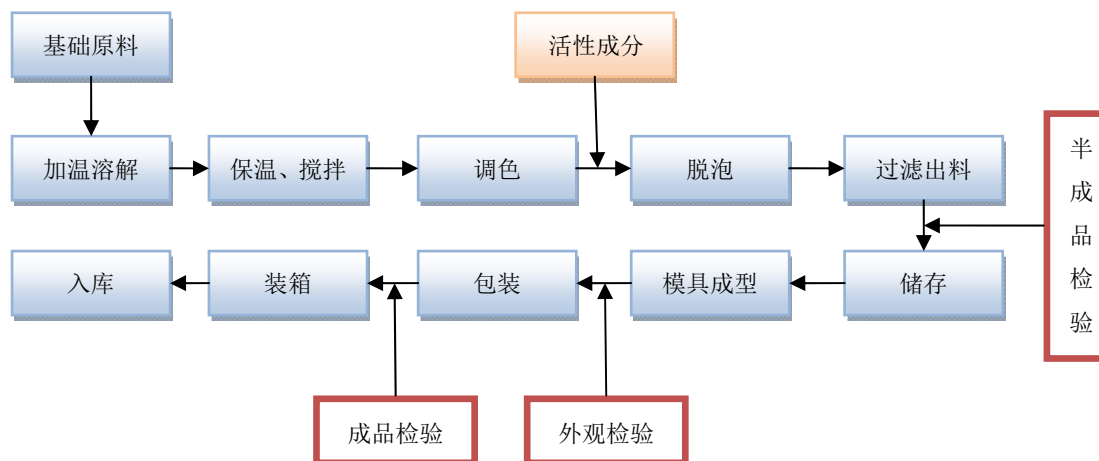


3、美容/修饰类化妆品生产工艺流程

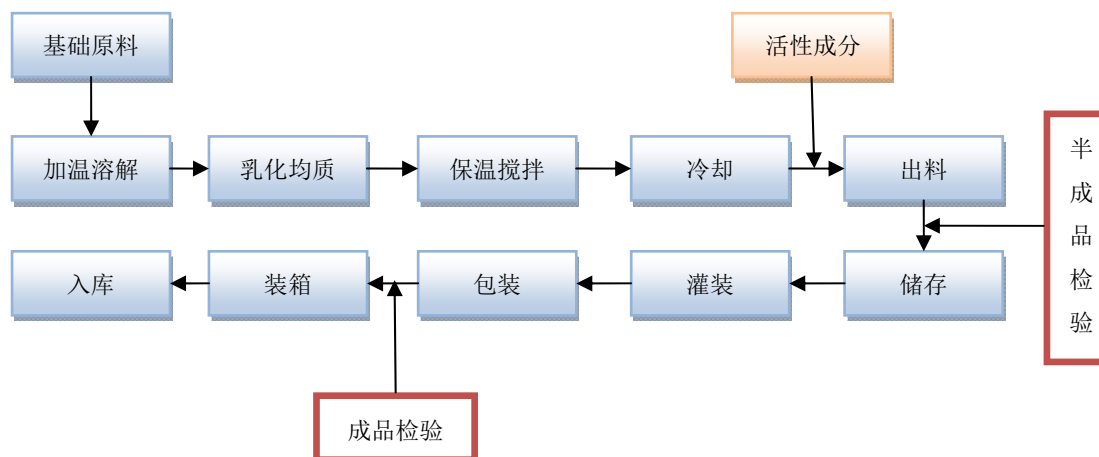
(1) 化妆粉块类：



(2) 唇膏唇彩类:



(3) 睫毛眼线类:



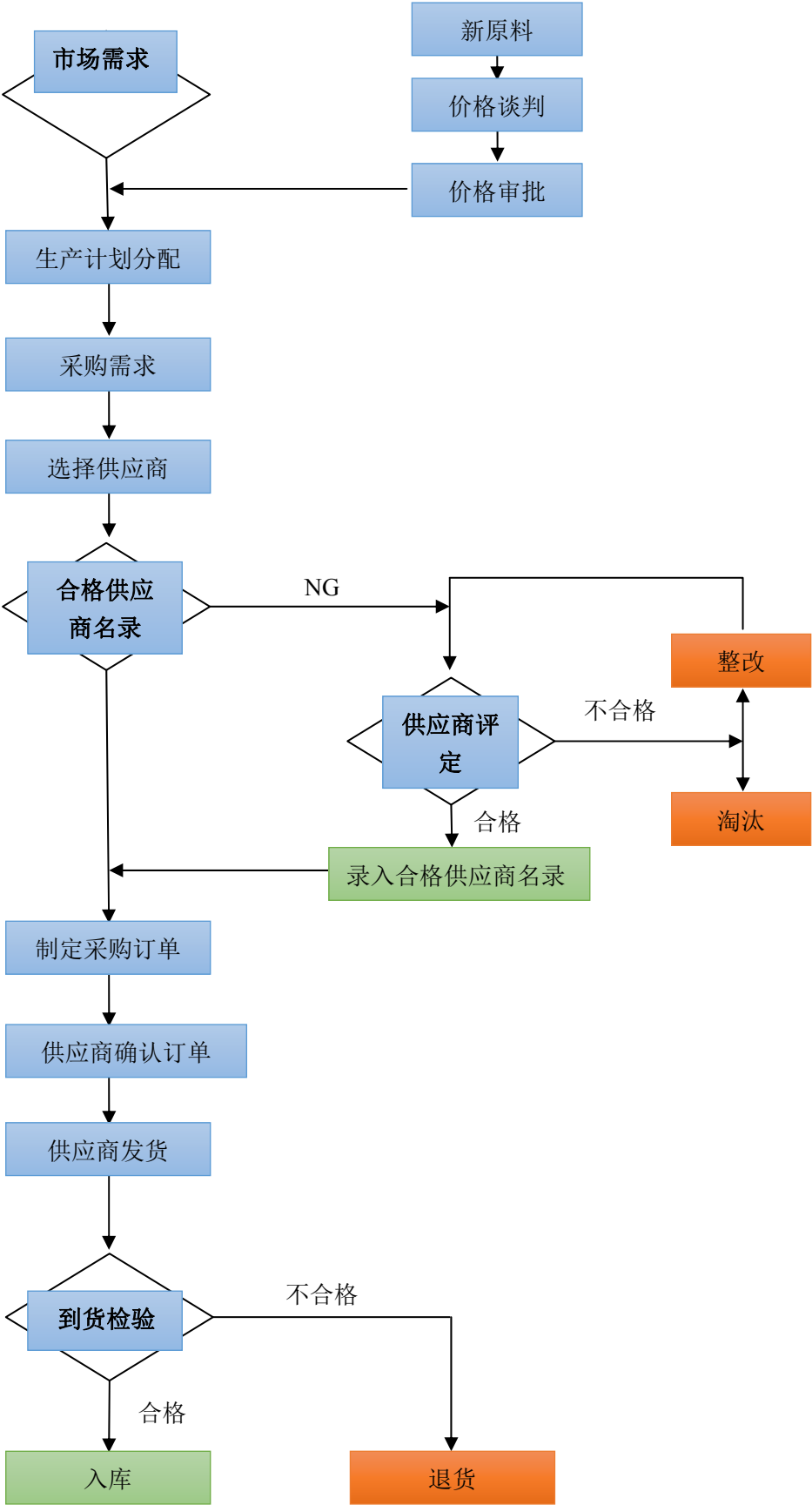
（二）公司的经营模式

1、采购模式

公司生产所需的主要原材料包括内容物原料和包装材料，其中内容物原料主要包括油酯蜡、乳化剂、香精油、保湿剂、活性物、有机色素等；包装材料主要包括玻璃瓶、塑料瓶、印刷品、软管、吸塑类等。

公司建立了完整的供应链体系，从供应商选择、招标采购流程等各个方面做出严格规定，制定了《采购管理制度》、《供应商管理制度》、《采购价格管理程序》、《原料采购管理制度》、《包材采购管理制度》、《柜台采购管理制度》等一系列制度以保证采购材料的质量符合公司需求。

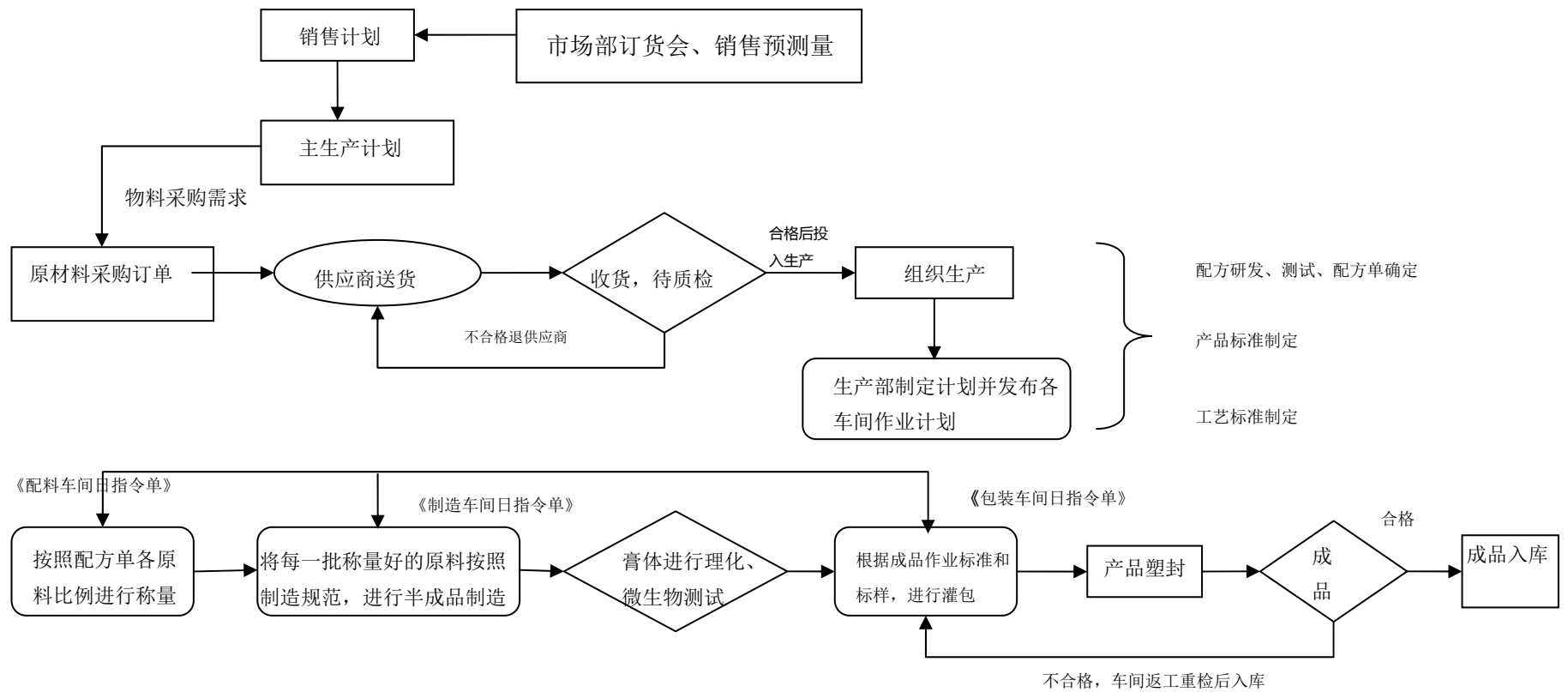
公司采购流程图如下：



2、生产模式

报告期内，公司采取自主生产为主、OEM 生产为辅的生产模式。

公司自主生产的流程如下：



公司产品以自主生产为主，使用自有厂房、生产设备、工人、技术工艺组织生产。生产工艺流程详见本招股意向书之“九、发行人的主营业务”之“（一）公司主要产品的生产工艺流程”。

报告期内，公司部分产品采用 OEM 的生产模式。

（1）报告期内各期，采购金额前 5 名 OEM 厂商及采购金额具体如下：

①2017 年 1-6 月

OEM 厂商名称	主要产品类别	采购金额 (万元)	占 OEM 采购总 额比例 (%)	占总采购额 比例 (%)
韩国科玛株式会社[注 1]	悦芙媞系列产品、防晒霜、雪肌璀璨系列成品等	260.41	21.32	0.88
韩佛化妆品株式会社	臻红系列成品等	207.90	17.02	0.70
蔻诗曼嘉化妆品（苏州）有限公司	悦芙媞系列产品、BB 霜等	181.70	14.88	0.61
科丝美诗（中国）化妆品有限公司	悦芙媞系列产品、唇膏等	125.15	10.25	0.42
苏州安特化妆品股份有限公司	唇膏	42.50	3.48	0.14
小 计	-	817.66	66.95	2.76

②2016 年度

OEM 厂商名称	主要产品类别	采购金额 (万元)	占 OEM 采购 总额比例 (%)	占总采购额 比例 (%)
韩国科玛株式会社	悦芙媞系列产品、防晒霜、雪肌璀璨臻白系列成品等	1,107.12	34.51	1.77
科丝美诗（中国）化妆品有限公司	悦芙媞系列产品、唇膏、眼影、粉饼、腮红等	656.07	20.45	1.05
蔻诗曼嘉化妆品（苏州）有限公司	悦芙媞系列产品、BB 霜、面膜，面霜，粉饼，粉底液等	537.31	16.75	0.86
韩佛化妆品株式会社	臻红系列成品等	341.29	10.64	0.55
上海创元化妆品有限公司	唇膏、睫毛膏等	174.76	5.45	0.28
小 计	-	2,816.55	87.80	4.51

③2015 年度

OEM 厂商名称	主要产品类别	采购金额 (万元)	占 OEM 采购 总额比例 (%)	占总采购额 比例 (%)
韩佛化妆品株式会社	臻红系列成品等	312.84	35.55	0.54
雅珂迪包装科技（苏州）有限公司	早晚水、袋包等	105.56	12.00	0.18
莹特丽科技（苏州工业园区）有限公司	粉饼、唇彩等	102.48	11.65	0.18
上海创馨化妆品有限公司	睫毛膏、眼线笔等	74.49	8.47	0.13
科丝美诗（中国）化妆品有限公司	唇膏、眼影、粉饼等	70.82	8.05	0.12
小 计	-	666.19	75.72	1.15

④2014 年度

OEM 厂商名称	主要产品类别	采购金额 (万元)	占 OEM 采购 总额比例 (%)	占总采购额 比例 (%)
莹特丽科技（苏州工业园区）有限公司	粉底液、粉饼芯、水粉霜等	1,093.55	46.42	1.92
雅珂迪包装科技（苏州）有限公司	早晚水、早晚水袋包	291.67	12.38	0.51
科丝美诗（中国）化妆品有限公司	唇膏、唇彩、眼影等	269.20	11.43	0.47
上海创馨化妆品有限公司	睫毛膏、眼影、眼线笔等	227.77	9.67	0.40
韩国科玛株式会社	雪肌璀璨成品系列	139.63	5.93	0.25
小 计	-	2,021.82	85.83	3.55

注 1：对韩国科玛株式会社的采购包括向同受其控制的科玛化妆品（北京）有限公司等公司的采购（下同）。

(2) OEM 产品的采购销售情况

年 份	OEM 产品采购 金额 (万元)	OEM 采购额占总 采购额比例 (%)	OEM 产品销售金 额 (万元)	占营业收入的 比例 (%)	毛利率 (%)
2017 年 1-6 月	1,221.24	4.13	1,933.86	2.32	59.56
2016 年度	3,207.82	5.13	3,115.82	1.92	46.72
2015 年度	879.86	1.52	1,976.88	1.20	40.45
2014 年度	2,355.98	4.14	2,115.01	1.22	42.81

报告期内各期，发行人 OEM 产品的销售额占营业收入比例较低，毛利率低于发行人自产产品的毛利率。2016 年起毛利率逐年提高，主要系 2016 年度发行人创立“悦芙媞”品牌，该品牌以直营店销售为主，因此毛利率较高。

3、销售模式

报告期内，公司旗下“珀莱雅”、“优资莱”、“悠雅”、“韩雅”、“猫语玫瑰”、“悦芙媞”等品牌均在国内销售化妆品。采用渠道分销模式进行销售的渠道主要有日化专营店、商场超市、电子商务、大型连锁超市、电视购物和悦芙媞单品牌加盟店等，采用直销模式进行销售的渠道主要为电子商务、悦芙媞单品牌直营店以及其他一些零星销售。

报告期内公司各销售模式销售额及占主营业务收入比例情况如下：

销售模式	销售类型	销售渠道	结算方式	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
				金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
渠道分 销	与经销商合作	日化专营店	买断方式	46,230.49	55.50	93,386.59	57.58	102,738.53	62.50	116,143.27	66.82
		商场超市	买断方式	8,524.17	10.23	16,395.62	10.11	21,308.88	12.96	28,867.48	16.61
		电子商务	买断方式	5,009.77	6.01	8,848.40	5.46	7,658.14	4.66	8,069.52	4.64
		小计		59,764.43	71.75	118,630.61	73.14	131,705.55	80.13	153,080.28	88.08
	大型 B2C 平台	京东、聚美优品、唯品会等	买断方式	2,346.79	2.82	10,182.51	6.28	9,901.37	6.02	6,151.23	3.54
			代销方式	9,223.28	11.07	13,644.02	8.41	8,289.65	5.04	6,202.32	3.57
		小计		11,570.07	13.89	23,826.53	14.69	18,191.02	11.07	12,353.55	7.11
	与连锁商超合作	沃尔玛、屈臣氏等	买断方式	-50.98	-0.06	-64.35	-0.04	-427.08	-0.26	637.92	0.37
			代销方式	609.69	0.73	1,881.58	1.16	1,410.08	0.86	462.38	0.27
		小计		558.71	0.67	1,817.23	1.12	983.00	0.60	1,100.30	0.63
	其他	电视购物、悦芙媞单品牌加盟店及其他	买断方式	205.58	0.25	728.71	0.45	789.34	0.48	290.87	0.17
			代销方式	711.73	0.85	168.47	0.10	-	-	-	-
		小计		917.31	1.10	897.18	0.55	789.34	0.48	290.87	0.17
	小 计			72,810.52	87.41	145,171.55	89.51	151,668.91	92.27	166,825.01	95.98

直销模式	电子商务	天猫旗舰店、淘宝直营店等	-	9,448.90	11.34	16,464.32	10.15	12,595.51	7.66	6,810.45	3.92
	直营店	悦芙媿单品牌直营店	-	913.93	1.10	357.33	0.22	-	-	-	-
	其他	其他零星销售	-	126.40	0.15	192.56	0.12	108.80	0.07	168.24	0.10
	小 计			10,489.23	12.59	17,014.22	10.49	12,704.31	7.73	6,978.69	4.02
合 计				83,299.76	100.00	162,185.76	100.00	164,373.22	100.00	173,803.69	100.00

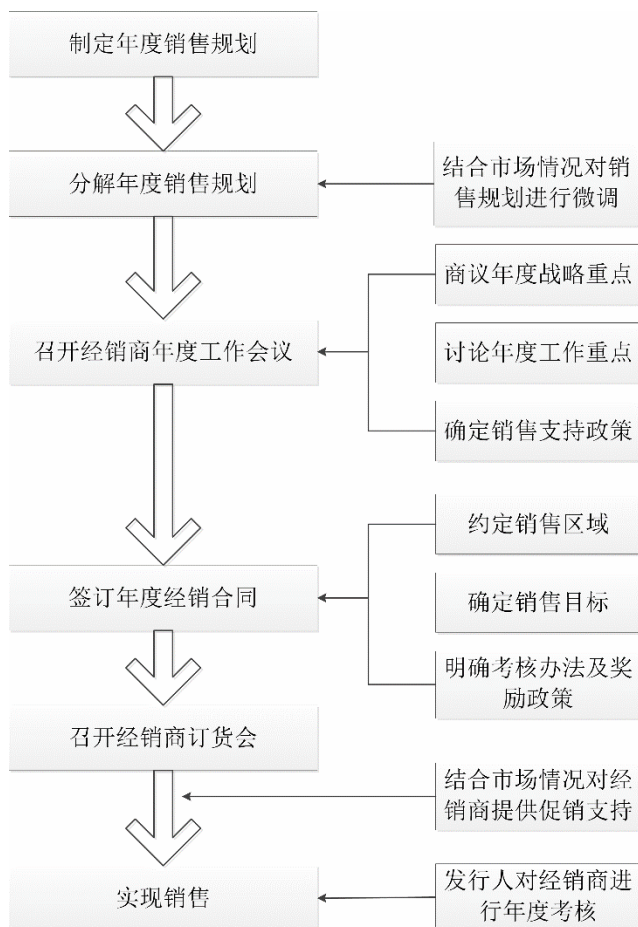
(1) 渠道分销模式

①渠道分销模式下的不同销售类型

渠道分销模式主要包括与经销商合作、与大型 B2C 网站、连锁商超合作等。

A、与经销商合作

a、发行人与经销商的合作关系从销售规划制定到实现销售的过程如下图所示：



b、与经销商合作的具体渠道

公司自成立以来，为使公司能够将有限的资源集中于产品研发、生产、品牌运作和营销策划等方面，通过与日化专营店、商场超市和电子商务渠道的经销商合作，在终端开拓方面主要依靠经销商的资源 and 优势，有效地降低了市场开拓的风险，并能使公司产品迅速覆盖市场，抢占市场份额。

日化专营店渠道下，公司指定日化专营店渠道的经销商在一定区域内销售公司的产品，上述经销商为独立公司制企业，其向公司买断产品后销售给日化专营店等终端销售网点。公司对经销商进行管理、考核。日化专营店为独立注册的公司制企业或个体工商户等，一般独立于经销商，日化专营店向经销商买断产品后销售给最终消费者。

商场超市渠道下，公司指定商超超市渠道的经销商在一定区域内销售公司的产品，上述经销商为独立公司制企业，其向公司买断产品后通过商场、超市等终

端销售网点销售给最终消费者。公司对经销商进行管理、考核，经销商负责商场、超市等终端销售网点的经营。

电子商务渠道下，公司授权经销商在天猫商城等网络平台销售公司产品，上述经销商为独立公司制企业，其向公司买断产品后通过天猫商城等网络平台直接销售给最终消费者。

c、发行人对经销商合作网点布局、经营的管控

发行人与经销商合作下的终端网点分为日化专营店和商超终端网点，上述网点均结合发行人制定的网点选择标准，经销商结合发行人制定的网点选择标准自行甄选日化专营店和商超等终端网点，发行人协助经销商对区域内终端网点提供管理及服务。具体说明如下：

I、终端网点的甄选

i、日化专营店网点的甄选

i-1、位置：店铺所在位置尽可能是商圈的核心位置或客流量较大的区域；

i-2、面积：在满足网点位置的前提下，尽量选择双门面且经营面积不低于40平方的网点；

i-3、经营品牌：网点经营品牌有国内销售前列的护肤、彩妆品牌；

i-4、陈列位置：能够给珀莱雅品牌提供好的陈列位置，原则上是进门右边第二或第三位置或者是邻近收银台；

i-5、当地有连锁店优先考虑；

i-6、对珀莱雅品牌认同，且将来作为主要销售品牌的网点。

II、商超网点的甄选

II-1、商场整体定位与发行人品牌定位相符；

II-2、商场的地理位置情况分析，是否位于城市商业中心、交通是否便利、居住人口数量、市政规划等；

II-3、同类竞争品牌的进驻情况，包括商场专柜数量、终端店铺数量以及销

售情况的统计分析；

II-4、商场客流量的情况；

II-5、商场的结款、信誉情况；

II-6、选择在全国或区域内有一定影响力的连锁超市；

II-7、选择对于当地有影响力的单店超市。

d、对销售终端网点的管理及服务

I、终端网点形象维护

发行人销售区域经理、经销商品牌经理及业务主管负责对发行人产品专柜的形象进行维护，确认其是否为最新版柜台、是否存在破损等情况；柜台灯片及室内外广告宣传是否为当季产品形象及最新产品代言人形象；对柜台产品陈列提出指导意见，确认其是否符合当季统一陈列标准，当季主推或明星单品是否突出陈列。

II、人员培训

经销商培训师在接受完发行人区域培训师的培训指导后，对其管辖区域内的终端网点销售人员进行美容指导、新产品功效宣传等培训，帮助其掌握相关销售技能。

针对年零售额较大的 CKA 终端网点客户，发行人的区域培训师协同经销商培训师共同制定专项培训课程、策划专项活动方案，并对其销售人员进行专项培训。

III、不定期巡店

发行人销售区域经理、经销商品牌经理及业务主管对终端网点进行不定期巡店，对发行人及经销商的销售政策、策划方案及产品信息进行讲解、传达，保证其能够准确理解并执行；跟踪该网点销售指标的完成情况、库存产品数量及产品结构的合理性，协助终端网点促销活动的开展。

IV、终端网点库存管理

日化专营店通常保持 2-3 个月左右销量的库存，库存金额大多为 2-4 万元（5 折价）。对于日化专营店渠道终端网点，经销商品品牌经理、业务主管等定期收集其月度盘点表并选取一定数量库存进行抽盘；发行人销售区域经理不定期对终端网点进行巡店并查看其库存情况，记录临期产品、滞销品等信息，并协同经销商品品牌经理制定针对性处理方案。如整体库存较高，发行人销售区域经理将与经销商品品牌经理、业务主管等取得联系，共同制定库存消化方案；若库存较低且存在缺货、断货情况的，发行人销售区域经理将根据当地消费者的消费习惯、年龄层次、区域特点等，向经销商提出销售建议。

对于商超渠道终端网点，发行人要求商超促销人员将每日销售产品名称、数量及金额情况录入发行人的店务通系统，并且填写门店商品库存进销存明细表，便于发行人销售区域经理及时了解网点销售及实时库存情况。在日常经营过程中，经销商根据销售情况定期配货，确保终端网点产品陈列多样、产品有效期合规，以满足商超消费者的购买需求。

报告期内各期，日化专营店等终端网点均将发行人的产品直接销售给最终消费者，公司不存在二级经销商。

e、截至 2017 年 6 月 30 日，“珀莱雅”品牌正在合作的线下经销商数量为 125 家，线上经销商 58 家。终端销售网点主要为日化专营店、商场、超市和线上淘宝店三种形式。

I、经销网络的地域分布情况

本公司将全国分为华南、华东、西南、华中、西北、华北、东北 7 个销售区，各个销售区覆盖的省、自治区和直辖市如下表所示：

区域	包括的省、自治区和直辖市
华南区	广东、福建、广西、海南
华东区	上海、浙江、江苏
西南区	四川、云南、重庆、贵州、西藏
华中区	湖北、湖南、江西、安徽、河南、山东
西北区	甘肃、宁夏、陕西、新疆、青海
华北区	北京、天津、河北、山西、内蒙古
东北区	黑龙江、吉林、辽宁

截至 2017 年 6 月 30 日，“珀莱雅”品牌经销商的地区分布情况如下表所示：

区域	经销商数量（家）
华南区	21
华东区	22
西南区	11
华中区	30
西北区	11
华北区	19
东北区	11
网络	58
合计	183

公司产品销售覆盖全国，从经销商数量来说，在人口密集的华中区、华东区、华北区和华南区具备较强的竞争力，随着公司进一步加大对营销渠道的开发力度及品牌营销策略的实施，公司产品在全国各区域内的竞争力将大幅增强。

II、经销商规模

2016 年珀莱雅品牌经销商规模情况如下：

年销售额	数量（家）	数量占比
1,000 万元以上	32	17.11%
500 到 1,000 万元	47	25.13%
100 至 500 万元	59	31.55%
100 万元以下	49	26.20%
经销商总数	187	100.00%

B、大型 B2C 平台

公司近年来抓住电子商务爆发式增长的契机，先后与唯品会、京东、聚美优品等国内知名大型 B2C 购物网站建立了密切的合作关系，公司通过与其签订购销协议确定合作细节。报告期内发行人与主要 B2C 平台具体合作模式如下：

大型 B2C 平台名称	合作模式	最终销售情况
唯品会	报告期内均采用代销模式进行合作。	唯品会、聚美优品、京东通过其自营平台直接销售给最终消费者。
聚美优品	报告期内均采用买断式经销模式进行合作。	
京东	2014 年、2017 年 1-6 月采用代销模式进行合作；2015 年度、2016 年度采用买断式经销模式进行合作。	

C、与连锁商超合作

与连锁商超合作主要系公司直接与沃尔玛、屈臣氏、大润发等连锁商超签订产品购销协议进行合作。报告期内各期，公司“珀莱雅”品牌与沃尔玛、“猫语玫瑰”品牌与屈臣氏、“优资莱”品牌与大润发等连锁商超开展合作。具体合作模式如下：

连锁商超名称	合作模式	最终销售情况
沃尔玛	报告期内均采用代销模式进行合作。	沃尔玛、屈臣氏、大润发等通过其终端门店直接销售给最终消费者。
屈臣氏	报告期内均采用代销模式进行合作。	
大润发等	报告期内均采用买断式经销模式进行合作。	

2014年，公司“珀莱雅”品牌主要通过经销商与沃尔玛开展合作，公司将产品销售给经销商，沃尔玛连锁超市终端网点由经销商负责销售、管理；2015年，公司调整销售策略，通过与沃尔玛（中国）投资有限公司直接签订产品购销协议开展合作，进入沃尔玛系统销售“珀莱雅”品牌。为提供更及时、全面的服务，2017年开始公司不再直接向沃尔玛供应“珀莱雅”品牌产品，合作形式调整为公司将“珀莱雅”品牌产品销售给经销商，沃尔玛连锁超市终端网点由所在地周边经销商负责销售、管理。

D、其他

a、电视购物

公司自2016年8月开始与优品惠（优购物）、宜和购物等电视购物平台建立合作关系，尝试以电视购物的形式拓展产品销售，电视购物平台采用代销形式销售公司产品。

b、与加盟店合作模式

报告期内，公司“悦芙媞”品牌采用加盟店合作模式与加盟商进行合作。公司与加盟商签订《加盟商购销合同》，授权加盟商在经由公司指定或确认的地点使用“悦芙媞”品牌商标，以统一形象、统一销售政策销售“悦芙媞”相关产品。公司通过门店业务管理系统对加盟店的销售、存货、库存进行管理；

公司对加盟商及其销售人员不具有控制权，加盟商拥有对加盟店的所有权和收益权，实行独立核算，自负盈亏。

截至报告期末，悦芙媞单品牌加盟店情况如下：

门店名称	门店地址	开店时间	面积（平方米）
杭州下沙福雷德广场店	杭州下沙经济技术开发区文泽路99号福雷德广场 F1 层 141-1 单元室	2016 年 7 月	120
宿迁宝龙城市广场店	江苏省宿迁市西湖路36号宝龙城市广场一楼中庭	2016 年 11 月	57
宁波巴丽新地店	浙江省宁波市鄞州区钱湖北路555号巴丽新地广场一楼	2017 年 2 月	75
宁海太平洋国购广场店	浙江省宁波市宁海县中山中路1号宁海太平洋国购一楼	2017 年 1 月	73
沭阳乐之地购物广场店	江苏省沭阳县台州南路68号了之地商业广场 B 栋一层 66 号	2017 年 1 月	74
合肥百大店	安徽省合肥市徽州大道与紫云路交口 1 楼	2017 年 5 月	50
西溪印象城店	浙江省杭州市余杭区五常大道街（路）1 号 B1M-K04 号	2017 年 6 月	14

除上述加盟店外，公司秘镜思语化妆品集合店加盟店情况如下：

门店名称	门店地址	开店时间	面积（平方米）
秘镜思语苏州枫桥店	江苏省苏州市虎丘区枫桥街道林枫苑商业街	2017 年 5 月	60

公司制定了加盟商管理制度对加盟店管理的各个方面进行了规范，包括对加盟商的选择标准、加盟店的选址、加盟店形象、店员的培训、店员礼仪、产品陈列、资金结算等方面进行了详细规定。

②渠道分销模式下分销商数量及网点情况

A、报告期内各期末，公司渠道分销模式下分销商数量及网点情况如下：

销售类型	销售渠道	2017 年 1-6 月			2016 年			2015 年			2014 年		
		金额 (万元)	期末分销 商数量 (家)	期末网点 数量(家) [注 1]	金额 (万元)	期末分销 商数量 (家)	期末网 点数量 (家)	金额 (万元)	期末分 销商数 量(家)	期末网 点数量 (家)	金额 (万元)	期末分 销商数 量(家)	期末网 点数量 (家)
与经销商 合作	日化专营店	46,230.49	230[注 2]	19,173	93,386.59	267	19,569	102,738.53	306	20,475	116,143.27	284	23,769
	商场超市	8,524.17	145[注 2]	2,803	16,395.62	214	2,911	21,308.88	201	1,476	28,867.48	195	1,614
	电子商务	5,009.77	77	-	8,848.40	67	-	7,658.14	45	-	8,069.52	51	-
大型 B2C 平台	京东、聚美优 品、唯品会等	11,570.07	10	-	23,826.53	10	-	18,191.02	12	-	12,353.55	10	-
与连锁商 超合作	沃尔玛、屈臣氏 等	558.71	1	206	1,817.23	3	251	983.00	4	164	1,100.30	4	286
其他 [注 3]	电视购物、悦芙 媞单品牌加盟 店及其他	917.31	7	8	897.18	1	2	789.34	-	-	290.87	-	-
合计		72,810.52	470	22,190	145,171.55	562	22,733	151,668.91	568	22,115	166,824.99	544	25,669

注 1：与经销商合作类型中的电子商务及大型 B2C 平台均系网络销售，不存在终端网点。

注 2：报告期内各期，与经销商合作类型中日化专营店渠道、商场超市渠道经销商存在重叠的情况，即经销商同时系日化专营店渠道及商场超市渠道经销商。

注 3：其他销售类型中期末分销商数量主要系电视购物分销商，期末网点数量主要系悦芙媞单品牌加盟店。

报告期内各期，公司与经销商合作类型中日化专营店渠道、商场超市渠道经销商数量有所下降，其主要原因系化妆品行业传统线下销售模式受到电子商务模式的冲击，公司主动终止与规模较小、经营状况不佳的线下经销商合作。报告期内各期，公司终端销售网点数量基本保持稳定。

B、报告期内各期末，发行人经销商及日化专营店和商超渠道终端网点的分布情况如下：

单位：家

区域	2017年6月30日				2016年12月31日				2015年12月31日				2014年12月31日			
	日化专营店渠道		商超渠道		日化专营店渠道		商超渠道		日化专营店渠道		商超渠道		日化专营店渠道		商超渠道	
	网点数量	经销商数量	网点数量	经销商数量	网点数量	经销商数量	网点数量	经销商数量	网点数量	经销商数量	网点数量	经销商数量	网点数量	经销商数量	网点数量	经销商数量
华中区	5,579	65	908	42	5799	72	883	53	5877	80	407	61	7031	78	456	61
华东区	3,121	38	658	27	3048	43	668	36	3268	43	368	33	3668	38	382	38
华南区	3,020	32	311	12	3045	37	308	25	3033	45	199	20	3412	41	262	19
华北区	2,433	35	449	26	2506	42	460	32	2573	52	231	36	2844	48	229	34
西南区	2,406	23	293	16	2458	30	324	26	2663	35	78	15	3071	32	94	13
西北区	1,415	18	147	17	1391	20	193	22	1422	24	129	17	1880	22	124	13
东北区	1,199	19	37	5	1322	23	75	20	1639	27	64	19	1863	25	67	17
合计	19,173	230	2,803	145	19,569	267	2,911	214	20,475	306	1,476	201	23,769	284	1,614	195

注：报告期内各期，日化专营店渠道、商超渠道经销商存在重叠的情况，即部分经销商同时系日化专营店渠道及商超渠道经销商。

报告期内，发行人日化专营店及商超销售终端网点主要分布在经济相对发达的华中、华东、华南及华北地区，西南、西北、东北地区销售终端网点数量相对较少。报告期内，发行人日化专营店及商超渠道销售终端网点数量与该地区经销商数量基本匹配。

截至本《招股意向书》出具日，同行业可比上市公司 L'OCCITANE《2017 财政年度报告》显示截至 2017 年 3 月 31 日其中国地区自营零售店数量为 202 家，较上年同期净增加 15 家。L'OCCITANE 直营零售店主要开设在商业综合体、百货公司、机场等场所，与发行人日化专营店网点和商超网点分布存在明显差异。其他同行业可比上市公司上海家化、拉芳家化等未披露其终端销售网点分布、网点单点销售额等相关数据。

C、报告期内各期，发行人渠道分销模式下分销商数量变动情况如下：

单位：家

销售类型	销售渠道	品牌	2017 年 1-6 月			2016 年			2015 年			2014 年
			当期新增	当期减少	期末数量	当期新增	当期减少	期末数量	当期新增	当期减少	期末数量	期末数量
与经销商合作	日化专营店[注 1]	珀莱雅品牌	8	18	101	17	29	111	12	9	123	120
		其他品牌	11	38	129	30	57	156	46	27	183	164
	商场超市[注 1]	珀莱雅品牌	8	29	68	19	35	89	14	14	105	105
		其他品牌	7	55	77	76	47	125	24	18	96	90
	电子商务	珀莱雅品牌	13	5	58	21	5	50	14	14	34	34
		其他品牌	5	3	19	11	5	17	3	9	11	17
	小计			52	148	452	174	178	548	113	91	552
大型 B2C 平台	京东、聚美优品、唯品会等	珀莱雅品牌	-	-	5	-	2	5	2	1	7	6
		其他品牌	-	-	5	-	-	5	1	-	5	4
	小计			-	-	10	-	2	10	3	1	12
与连锁商超合作	沃尔玛、屈臣氏等	珀莱雅品牌	-	1	-	-	-	1	1	-	1	-
		其他品牌	-	1	1	-	1	2	-	1	3	4
	小计			-	2	1	-	1	3	1	1	4
其他[注 2]	电视购物、悦芙媿单品牌加盟店及其他		6	-	7	1	-	1	-	-	-	-
合计			58	150	470	175	181	562	117	93	568	544

注 1：报告期内各期，与经销商合作类型中日化专营店渠道、商场超市渠道经销商存在重叠的情况，即部分经销商同时系日化专营店渠道及商超渠道经销商。

注 2：其他销售类型中分销商数量主要系电视购物分销商。

渠道分销模式下，报告期内各期，发行人与经销商合作类型中日化专营店渠道、商场超市渠道经销商数量有所下降，其主要原因系近年来化妆品行业传统线下销售模式受到电子商务模式的冲击较大，根据 Euromonitor 的统计，化妆品行业电子商务渠道销售额占比由 2012 年的 10.2% 上升至 2016 年的 20.6%。在此行业发展背景下，发行人主动终止与规模较小、经营状况不佳的线下经销商合作。珀莱雅品牌日化专营店渠道虽然经销商数量略有下降，但通过更换新经销商或将原经销区域合并给周边有实力的经销商，发行人珀莱雅品牌经销区域并未出现空缺。由于“珀莱雅”品牌为发行人主品牌，发行人投入资源较多，报告期内经销商数量变动幅度相对较小；其他品牌由于发行人投入相对有限，且自 2015 年下半年起“优资莱”品牌进行销售策略调整，经销商调整幅度较大，因此报告期内其他品牌经销商数量变动幅度相对较大。

渠道分销模式下，报告期内各期，大型 B2C 平台、连锁商超等其他分销商数量较为稳定，变动不大。

D、报告期内各期，发行人渠道分销模式下终端网点变动情况如下：

单位：家

销售类型	销售渠道	品牌	2017 年 1-6 月			2016 年			2015 年			2014 年
			当期新增	当期减少	期末数量	当期新增	当期减少	期末数量	当期新增	当期减少	期末数量	期末数量
与经销商合作	日化专营店	珀莱雅品牌	1,096	562	12,969	2,080	4,023	12,435	2,063	3,684	14,378	15,999
		其他品牌	522	1,452	6,204	2,101	1,064	7,134	3,122	4,795	6,097	7,770
	商场超市	珀莱雅品牌	58	115	853	63	310	910	187	341	1,157	1,311
		其他品牌	91	142	1,950	1,823	141	2,001	319	303	319	303
	电子商务[注 1]	珀莱雅品牌	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		其他品牌	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	小计			1,767	2,271	21,976	6,067	5,538	22,480	5,691	9,123	21,951
大型 B2C 平台 [注 1]	京东、聚美优品、 唯品会等	珀莱雅品牌	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		其他品牌	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	小计			-	-	-	-	-	-	-	-	-
与连锁商超合作	沃尔玛、屈臣氏等	珀莱雅品牌	-	47	-	3	24	47	76	8	68	-
		其他品牌	59	57	206	127	19	204	26	216	96	286
	小计			59	104	206	130	43	251	102	224	164
其他[注 2]	电视购物、悦芙媿单品牌加盟店 及其他		6	-	8	2	-	2	-	-	-	-
合计			1,832	2,375	22,190	6,199	5,581	22,733	5,793	9,347	22,115	25,669

注 1：与经销商合作类型中的电子商务及大型 B2C 平台均系网络销售，不存在终端网点。

注 2：其他销售类型中网点数量主要系悦芙媿单品牌加盟店。

a、“珀莱雅”品牌终端网点

报告期内，传统日化专营店渠道受电子商务等新兴业态冲击较大，2014-2016年发行人“珀莱雅”品牌日化专营店渠道终端网点数量有小幅下降；根据国家统计局统计，2017年1-6月国内生产总值（GDP）同比增长6.90%，社会消费品零售总额同比增长10.40%，其中日用品零售总额同比增长9.0%，化妆品零售总额同比增长11.3%，较2016年度加快3个百分点，化妆品市场回升态势明显。在此行业发展背景之下，2017年上半年发行人“珀莱雅”品牌日化专营店终端网点数量相应增加。

2014年发行人“珀莱雅”品牌主要通过商超渠道经销商与沃尔玛开展合作，发行人将产品销售给经销商，经销商负责销售、管理沃尔玛连锁超市终端网点，故在2014年同沃尔玛开展合作的商超网点在与经销商合作类型下商场超市渠道中统计；由于经营策略调整，2015年发行人直接与沃尔玛（中国）投资有限公司签订产品购销协议，并在其连锁超市终端实现产品最终销售，因此2015年“珀莱雅”品牌与经销商合作类型下商超渠道终端网点数量有所下降；2015年起，化妆品传统商超渠道越来越受到蓬勃发展的电子商务的冲击，销售下滑，经销商主动关闭部分单店零售额较低的零售网点，因此2015年及2017年1-6月“珀莱雅”品牌商超渠道终端网点数量有一定程度下降。

b、其他品牌终端网点

报告期内各期，发行人其他品牌日化专营店及商超终端网点数量变动较大。主要原因系，报告期内传统线下渠道受电子商务冲击较大，发行人将有限的资源投入到主品牌“珀莱雅”品牌，其他品牌投入相对较少，2015年下半年起“优资莱”品牌进行销售策略调整，经销商更换较多，发行人在选择区域新经销商时，优先选择在当地实力较强、终端网点较多的经销商，因此公司“优资莱”品牌商场超市渠道网点在2016年增加较多。

综上所述，经核查，保荐机构、申报会计师认为，报告期内各期，发行人的主品牌“珀莱雅”品牌分销商数量及终端网点数量变动幅度相对较小，其他品牌分销商数量及终端网点数量发生较大变动主要系近年来化妆品行业传统线下销售

模式受到电子商务模式的冲击；报告期内各期发行人分销商及终端网点数量变动原因合理。

L'OCCITANE（HK00973）《2017 财政年度报告》显示截至 2017 年 3 月 31 日其中国地区自营零售店数量为 202 家，较上年同期净增加 15 家。L'OCCITANE 直营零售店主要开设在商业综合体、百货公司、机场等场所，与日化专营店网点分布存在明显差异。

拉芳家化（SH603630）《招股意向书》未披露其终端网点及其变化情况，仅披露其 2014-2016 年经销渠道营业收入分别为 76,732.53 万元、76,674.12 万元和 74,156.50 万元，营业收入略有下降，拉芳家化主要以生产和销售洗护类产品为主，产品线与公司存在一定差异。

上海家化（SH600315）《2016 年年度报告》未披露其终端网点及其变化情况，仅披露其 2016 年营业收入同比下降 8.98%，其中护肤类产品营业收入下降 6.88%，线下渠道营业收入下降 15.13%。上海家化主推佰草集、美加净、高夫等护肤类产品，产品线与发行人较为接近。

综上所述，经核查，保荐机构、申报会计师认为，报告期内发行人日化专营店数量下降的原因符合公司实际生产经营情况，与同行业可比上市公司相比不存在异常情形。

经核查，保荐机构、申报会计师认为，发行人所处的经营环境未发生重大变动，对发行人的持续盈利能力未产生受到重大不利影响。

③渠道分销模式下的业务流程

结算方式	业务流程
买断式经销	买断式经销方式下，发行人与客户签订年度框架协议，客户根据实际需要向发行人下达采购订单，发行人根据客户的采购订单向客户发货，客户到货验收后，发行人据此确认收入。
代销	代销方式下，发行人与受托方签订销售框架合同，受托方根据需向发行人下达采购订单，发行人根据采购订单交付货物给受托方，待受托方对外实现销售后向发行人开出代销清单，发行人据此确认收入。

④渠道分销模式下主要分销商的收款政策及信用政策

销售类型	收款政策	信用政策
与经销商合作	根据与经销商签订的合同，一般采用先款后货的模式。	经经销商申请，发行人审批后给予部分优质经销商一定的信用额度，信用期一般为 1-3 个月。信用额度和信用期由发行人根据申请情况进行审批，金额和期限均不固定。
大型 B2C 平台	根据与大型 B2C 平台签订的合同，一般采用赊销的模式。	发行人给予客户赊销账期，一般为 2-3 个月，未规定信用额度。
与连锁商超合作	根据与连锁商超签订的合同，一般采用赊销的模式。	发行人给予客户赊销账期，一般为 2-3 个月，未规定信用额度。

⑤报告期各期末，发行人前十大经销商的期末库存情况如下：

	前十大经销商各期向公司的采购金额（万元）	前十大经销商各期末库存占前十大经销商当期采购金额比例[注 1]	库存可周转月数[注 2]
2017 年 6 月 30 日	6,410.61	21.57%	2.59 个月
2016 年 12 月 31 日	7,925.98	25.73%	3.09 个月
2015 年 12 月 31 日	8,319.20	28.42%	3.41 个月
2014 年 12 月 31 日	5,156.92	16.44%	1.97 个月

注 1：前十大经销商各期末库存占前十大经销商当期采购金额比例=前十大经销商向公司采购的产品当期期末库存金额/当期前十大经销商向珀莱雅公司的采购金额。为保证对比口径的一致性，将前十大经销商 2017 年 1-6 月的采购额乘以 2 作为 2017 年度前十大经销商向珀莱雅公司的采购金额。

注 2：库存可周转月数=前十大经销商各期末库存占前十大经销商当期采购金额比例*12 个月。

从上表得知，报告期内各期末，发行人前十大经销商期末库存合计约占其对发行人当期采购金额比例不高，一般保留三个月左右的库存，期末库存情况合理。

截至本《招股意向书》签署日，同行业可比上市公司上海家化（SH600315）、拉芳家化（SH603630）、L'OCCITANE（HK00973）未公开披露其经销商库存相关数据。

⑥发行人经销商与各终端网点间的关系

A、发行人经销商与日化专营店网点的合作关系

报告期内各期，发行人经销商与日化专营店签订《终端加盟守约合同》及《加盟店销售指标确认书》，确定年度销售目标。

发行人经销商与日化专营店主要以先款后货的方式进行合作，即日化专营店在下订单前需先打款至经销商账户，日化专营店再通过微信、QQ、邮件等方式下达订单，经销商接收销售订单后，开具销售出库单并通过第三方物流或快递公司向日化专营店发货。日化专营店收到发行人产品入库后，将产品销售给最终消费者，消费者付款给日化专营店，发行人产品实现最终销售。如无产品质量问题，日化专营店原则上不得向经销商提出退换货。

经核查，报告期内各期，发行人经销商与日化专营店网点不存在承包、包销产品的情形。

B、发行人经销商与商超网点的合作关系

报告期内各期，在选择、确定合适的商超终端网点后，经销商团队在发行人销售团队的协助下与商超采购部进行商务谈判，在明确商超柜台位置、进场流程、费用、合作方式、结算方式等条款后，由经销商与商超签订合作协议，并负责商超网点的管理和运营。

商超网点由商场促销人员向经销商发出要货清单，经销商收到要货清单后向仓库开具出库单，仓库与商超预约送货时间，物流公司将产品送至商超网点，商超促销人员登记入库。商超促销人员将产品销售给最终消费者，消费者向商超付款。商场超市收款后根据双方合作协议扣除相应费用后与经销商进行结算、付款。

经核查，保荐机构、申报会计师认为，报告期内各期，发行人经销商与商超网点不存在承包、包销产品的情形。

⑦渠道分销模式下各期末分销商库存情况

报告期内各期，发行人渠道分销模式分为经销和代销两种结算方式，代销方式不涉及客户库存，以经销方式结算的销售类型主要分为与经销商合作、大

型 B2C 平台。

报告期内各期末，发行人对珀莱雅品牌主要客户库存情况进行了统计，发行人其他品牌收入占比较低，客户数量较多且报告期内波动较大，发行人统计客户库存情况难度较大。

报告期内各期末，“珀莱雅”品牌主要客户向发行人采购产品的期末库存金额、已统计库存客户向发行人采购情况及占比情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
与经销商合作客户库存金额（万元）[注 1]	29,787.94	30,322.99	29,757.72	25,293.84
大型 B2C 平台客户库存金额（万元）	847.38	2,517.60	1,329.30	879.94
合计	30,635.32	32,840.59	31,087.02	26,173.78
已统计库存客户向公司的采购金额（万元）	53,947.89	110,030.35	118,386.04	124,527.26
采购占比（%）[注 2]	97.14	93.39	95.17	92.74
涉及库存的渠道分销收入[注 3]	62,265.82	129,477.48	141,969.18	160,160.30
已统计客户收入占涉及库存的渠道分销收入比例	89.54%	88.74%	87.64%	81.00%

注 1：与经销商合作客户库存金额系发行人根据经销商提供的各渠道向发行人采购产品的年末存货名称及数量，并结合该经销商当期实际进货单价计算所得；报告期内各期，发行人“珀莱雅”品牌均有少量经销商终止合作的情况，故发行人无法对该部分经销商库存情况进行统计。

注 2：采购占比=已统计库存的客户当期向发行人的采购金额/（珀莱雅品牌与经销商合作类型客户收入+珀莱雅品牌大型 B2C 平台客户经销收入）。

经核查，保荐机构、申报会计师认为，发行人渠道分销收入真实、准确、完整，客户存货不存在大量积压情况。

⑧日化专营店渠道终端网点单店零售额情况

发行人日化专营店渠道的终端网点均同时经营若干品牌，“珀莱雅”品牌的销售占其当年零售额的一定比例，正常经营情况下，扣除店面租金和人员费用后，日化专营店渠道的终端网点有一定的盈利能力。

拉芳家化（SH603630）、上海家化（SH600315）、丸美股份等同行业可比公司均未披露相关数据，因此，未能比较。

综上所述，经核查，保荐机构、申报会计师认为，发行人日化专营店渠道的终端网点单店零售额合理，有一定的盈利能力。

⑨2016年发行人与经销商合作模式下商场超市终端网点及销售收入与2015年比较如下：

项目	2016年度/2016年 12月31日	2015年度/2015年 12月31日	差额
期末网点家数（家）	2,911	1,476	1,435.00
其中：珀莱雅品牌期末网点（家）	910	1,157	-247
其他品牌期末网点（家）	2,001	319	1,682
销售收入（万元）	16,395.62	21,308.88	-4,913.26

2016年末，发行人与经销商合作模式下商超网点家数大幅增加主要系2015年下半年开始，发行人对优资莱品牌商超渠道进行销售策略调整，该品牌经销商及终端网点变动较大，2016年末较2015年末优资莱品牌新增终端网点1,682家。但由于该品牌新经销商开拓的终端网点尚未形成一定的销售规模，同时发行人对优资莱品牌投入相对较少，导致优资莱品牌商超网点销售收入增加的幅度远小于网点数量的增幅。另外发行人珀莱雅品牌商超渠道受电子商务发展的冲击，商超渠道的销售情况不及预期，故自2016年四季度开始，经销商主动关闭了部分单店零售额较低的商超网点，从而导致销售收入有所下降。上述因素使得2016年发行人商场超市网点大幅增加而实现的销售额有所下降。

综上所述，经核查，保荐机构、申报会计师认为，2016年发行人商场超市网点大幅增加而实现的销售额有所下降的原因符合公司实际生产经营情况。

⑩2017年6月末与2016年末发行人与经销商合作模式下日化专营店渠道经销商家数与商场超市渠道经销商家数情况如下：

销售渠道	品牌	2017年6月末经销商家数（家）	2017年1-6月销售收入（万元）	2016年末经销商家数（家）	2016年销售收入（万元）
日化专营店[注]	珀莱雅品牌	101	40,415.30	111	81,731.42
	其他品牌	129	5,815.19	156	11,655.17
	合计	230	46,230.49	267	93,386.59
商场超市	珀莱雅品牌	68	8,071.79	89	14,331.10

[注]	其他品牌	77	452.38	125	2,064.52
	合计	145	8,524.17	214	16,395.62

注：报告期内各期，与经销商合作类型中日化专营店渠道、商场超市渠道经销商存在重叠的情况，即部分经销商同时系日化专营店渠道及商场超市渠道经销商。

2017年6月末，发行人“珀莱雅”品牌日化专营店、商场超市渠道经销商数量下降的原因系化妆品传统渠道受到蓬勃发展的电子商务的冲击，发行人主动终止与规模较小、经营状况不佳的线下经销商合作。“珀莱雅”品牌日化专营店渠道虽然经销商数量略有下降，但通过更换新经销商或将原经销区域合并给周边有实力的经销商，发行人珀莱雅品牌经销区域并未出现空缺，日化专营店终端网点数量也未下降，因此，发行人“珀莱雅”品牌日化专营店渠道的销售收入并未受到影响；“珀莱雅”品牌商场超市渠道因经销商主动关闭部分终端网点，导致销售收入有所下降。

2017年6月末，发行人其他品牌日化专营店、商场超市经销商数量下降的原因系化妆品传统渠道受到蓬勃发展的电子商务的冲击，发行人在资源有限的情况下投入其他品牌的销售资源相对有限，且2015年下半年起对“优资莱”品牌进行销售策略调整，2017年上半年调整尚未完全到位，导致2017年1-6月经销商减少相对较多，但由于其主要销售区域未出现空缺，因此，发行人其他品牌的销售收入并未受到明显影响。

综上所述，经核查，保荐机构、申报会计师认为，发行人2017年6月末日化专营店渠道及商场超市渠道经销商数量大幅下降的原因符合公司实际生产经营情况，对发行人生产经营成果的影响较小。

⑪渠道分销模式返利和补贴政策

A、渠道分销模式下的返利和补贴政策

报告期内各期，发行人对渠道分销模式下与经销商合作类型和与大型B2C平台合作制定了不同的返利和补贴政策。具体如下：

a、与经销商合作类型返利、补贴政策及会计处理

1、根据行业惯例，发行人对各品牌经销商制定了返利政策。返利政策一般具有政策稳定、针对普遍客户等特点，发行人的返利政策有年度返利、月度及季度返利和大客户返利等，具体列示如下：

返利名称	返利说明
年度返利	发行人与经销商在签订年度销售合同时确定年度销售目标，包括回款指标和提货指标，期末根据经销商年度任务指标完成情况给予相应的年度返利。以珀莱雅品牌日化专营店渠道为例，年度返利比例一般为提货金额的 2%-4%。
月度或季度返利	根据年度销售合同和订货会政策，发行人依据经销商每月或每季度的提货量任务完成情况给予相应的月返或季返，以及发行人在举行订货会期间配套的返利政策，包括春夏秋冬订货会等。以珀莱雅品牌经销商为例，月返或季返比例一般为提货量 3%-6%。
大客户返利	针对珀莱雅品牌日化专营店终端网点，单店提货指标达到一定金额以上的终端网点，发行人按月度提货额每月给予 2%-6%的返利比例，该返利直接给予相应的经销商，再由经销商给予终端网点。

11、发行人针对各年经营情况和不同的市场环境，对各品牌经销商制定了相应补贴政策。相比返利政策，补贴政策一般具有临时性、针对性强、兑现方式灵活等特点。报告期内发行人的补贴政策主要有赠品补贴、贴花补贴、费用支持补贴、新品上市补贴等。主要补贴类型列示如下：

补贴类型	补贴名称	补贴说明
抵货款方式的补贴	赠品及试用装等促销物料补贴	经销商购买正常产品时给予一定比例和金额的赠品物料。经销商在对正常产品提货时，即可享受政策规定的补贴。根据补贴金额可以领用相关赠品和试用装等。一般情况下正常产品同可享受的赠品和试用装一并发货。
	贴花补贴	为调动终端网点销售人员对具体产品销售的积极性，发行人指定某一类或某几类产品，在网点销售人员对该类产品销售后，发行人给予经销商固定金额或一定比例的产品支持。发行人在经销商提货时，计提贴花补贴。
	活动支持补贴	为支持经销商促销活动，根据经销商销售情况，经发行人审批后，对经销商部分促销活动产品给予一定折扣等的支持。
	双 11 补贴	在“双 11”期间，电子商务经销商提货即可享受政策规定的产品补贴。
	新品上市政策补贴	系发行人为了促进新品销售制定的补贴政策，经销商提货即可享受政策规定的货物补贴。

其他方式 补贴	商超促销人员奖励	为加强珀莱雅等品牌商超渠道经销商促销人员的稳定性和积极性，发行人对达到一定业绩条件的经销商商超促销人员，给予一定金额的补贴奖励。

b、大型 B2C 平台客户返利、补贴政策

大型 B2C 平台客户主要有唯品会、聚美优品、京东商城等，发行人与 B2C 平台客户签订销售合同，不同的客户约定的返利或补贴类型不同，主要的返利及补贴政策见下：

名称	返利和补贴类型	返利和补贴说明
返利政策	商业折扣	签订年度销售合同时，发行人与大型 B2C 平台约定给予提货额一定比例的折扣，直接在当次销售时抵减货款。
净额结算货款方式兑现补贴政策	活动支持	根据客户销售完成情况，单独就每笔发生的活动支持进行补贴申请，经发行人审批同意，给予产品一定折扣额度。
	客户毛利补贴	根据双方合同约定，客户毛利率低于一定比例时，发行人给予一定的补贴。
其他形式的补贴	宣传推广补贴	根据双方约定，发行人给予客户一定的业务推广费支持。

B、返利和补贴金额及其计提、支付的标准和依据

a、与经销商合作类型下，返利和补贴金额及其计提、支付的标准和依据

1、与经销商合作类型下，报告期内各期发行人的返利和补贴发生额如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
抵货款形式的返利和补贴	25,917.84	50,921.44	53,502.03	60,487.00
占收入比例[注]	30.25%	30.03%	28.89%	28.32%
商超促销人员奖励	700.66	1,025.77	1,297.62	3,725.58

注：占收入比例=返利和补贴金额/（与经销商合作类型主营业务收入+返利和补贴金额）

由上表可知，报告期内各期，发行人返利和补贴发生额占收入比例较为稳定。

2014 年至 2016 年商超促销人员奖励逐年下降，主要系从 2015 年开始，为

加强珀莱雅商超渠道管理，鼓励经销商商超促销人员与发行人直接签订劳动合同并纳入公司员工范围，故 2015 年开始大部分商超促销人员转为发行人员工，薪酬由发行人承担，导致 2015 年相关的商超促销人员奖励大幅下降。

2017 年 1-6 月发行人商超促销人员奖励较上年同期有所增加，主要系发行人优化了珀莱雅品牌商超终端网点的管理政策，对部分在册商超促销人员改由经销商聘用，同时将上述商超渠道经销商的供货价格由 6.5 折降为 5.1 折，对经销商聘用商超促销人员的奖励相应增加。

11、与经销商合作类型下，报告期内各期发行人的返利和补贴计提、支付的标准和依据

i、返利和主要补贴的计提标准和依据

与经销合作类型下，发行人在与经销商签署年度销售目标时，会制定并公布贯穿全年的返利和补贴政策，例如年度返利、大客户返利、赠品及试用装等；对于季节性较强的返利和补贴政策例如季度返利、新品上市补贴等在具体活动推出之前 1-2 个月前制定并公布。发行人的返利和补贴政策均系在发行人促销活动开始之前已明确相关标准和比例。

发行人每期期末根据相关的返利和补贴政策，计算并预提与该期交付产品相关的返利和补贴金额；另外针对活动支持补贴，经销商需向发行人提供申请补贴所需的相关资料，经发行人审核通过后，发行人对经销商给予一定的促销活动补贴支持并进行预提。

ii、返利和主要补贴的兑现标准及依据

发行人每月月末计算出返利和补贴金额后，会与经销商核对并确认返利和补贴的类型及金额。双方确认一致后，返利和补贴金额作为预收账款可在经销商次月下达订单时抵作货款。

b、大型 B2C 平台客户返利和补贴金额及其计提、支付的标准和依据

1、报告期内各期，大型 B2C 平台的返利和补贴发生额具体如下：

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度

	金额(万元)	占比[注1]	金额(万元)	占比	金额(万元)	占比	金额(万元)	占比
净额结算货款方式兑现返利及补贴	3,578.89	27.96%	6,396.49	35.71%	3,180.25	29.52%	1,708.09	21.59%
宣传推广补贴[注2]	526.32	18.32%	1,141.72	10.08%	1,084.84	9.87%	655.12	9.63%
合计	4,105.21	26.19%	7,538.21	24.03%	4,265.09	18.99%	2,363.21	16.06%

注1：占比=返利和补贴金额/（该类型结算方式下的主营业务收入+返利和补贴金额）（下同）。

注2：宣传推广补贴主要系大型B2C平台为公司提供品牌推广服务，双方按照大型B2C平台对外销售的零售额乘以一定比例（一般在10%-15%左右）计算补贴金额。

报告期内各期，大型B2C平台的返利和补贴金额增长较快，主要系①该渠道下的客户销售收入在报告期内增长较快；②因电子商务渠道销售竞争激烈，发行人为支持该渠道建设，增加了对该渠道促销的投入力度。

11、大型B2C平台报告期内各期发行人的返利和主要补贴计提、支付的标准和依据

与大型B2C平台合作类型下，发行人与大型B2C平台客户签订合同时具体约定了相关返利和补贴的标准和比例。根据相关合同约定，大型B2C平台客户在当月计算其可享受的返利和补贴金额，同发行人核对无误后，当月或下月初向发行人发出结算清单，结算清单中包含了当月其应享受的返利和补贴金额。发行人以当月可确认的销售收入扣除客户当月可享受的返利和补贴金额后的净额确认销售收入。因此与大型B2C平台合作类型下，发行人无需在期末对大型B2C平台客户计提返利和补贴。

C、返利和补贴金额的计提及会计处理

a、返利和补贴金额计提的合理情况

报告期各内期，发行人期末预提的返利和补贴及其期后实际使用额列示如下：

单位：万元

期间	期末预提的返利和补贴	期后实际使用的返利和补贴	差异
2017年1-6月	5,136.08	3,979.50[注]	1,156.58
2016年	3,485.12	3,461.00	24.12

2015 年	4,952.15	4,871.65	80.51
2014 年	7,355.97	7,338.16	17.80

注：系截至 2017 年 7 月 31 日发行人实际使用的返利和补贴。

由上表可知，2014 年至 2016 年各年末，发行人预提的返利和补贴与期后实际发生的返利和补贴差异较小。2017 年 6 月末发行人预提的返利和补贴与期后实际使用的返利和补贴差异较大主要系①2017 年 6 月末发行人根据经销商半年度完成情况计提年度返利，该年度返利在年终统计结算后才可使用；②因期后统计至 2017 年 7 月末，间隔时间较短，部分经销商尚未使用完毕相关返利及补贴。

b、返利和主要补贴会计处理是否符合相关企业会计准则的规定

根据《企业会计准则讲解》相关规定：“商业折扣，是指企业为促进商品销售而在商品标价上给予的价格扣除。企业销售商品涉及商业折扣的，应当按照扣除商业折扣后的金额确定销售商品收入金额。”发行人与经销商约定的返利和补贴政策实质上也是为了促进销售给予的价格扣除，所以在会计处理上作为商业折扣处理。

当期销售产品时，发行人根据经销商的提货等情况，计算其可享受的返利和补贴，并对返利和补贴通过商业折扣方式执行，抵减当期的销售收入。发行人对预提返利和补贴的会计处理为：

当期确认销售收入并对当期经销商可享受的返利和补贴进行预提，按照净价确认收入：

借：预收账款 / 应收账款

贷：主营业务收入（订单约定的标准价格总额）

应交税费-增值税销项税

借：主营业务收入（该笔订单货物可享受的返利和补贴金额）

贷：预收账款-预提返利和补贴

结转成本：

借：主营业务成本（订单约定的产品的成本）

贷：库存商品

待该笔订单的返利和补贴金额同经销商核对确认无误后，经销商可以在后续下订单提货时作为预付发行人的货款。

综上所述，经核查，保荐机构、申报会计师认为，（1）报告期内，发行人返利和补贴计提充分、合理；（2）发行人对返利和补贴的会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

（2）直销模式

直销模式包括电子商务、悦芙媿单品牌直营店、秘镜思语化妆品集合店及其他零星销售。

①电子商务

电子商务主要包括公司旗下各品牌天猫旗舰店、淘宝直营店，其主要情况如下：

店铺名称	主营品牌	网址链接
珀莱雅官方旗舰店	珀莱雅	https://proya.tmall.com/
韩雅旗舰店	韩雅	https://anya.tmall.com/
优资莱化妆品旗舰店	优资莱	https://youzilai.tmall.com/
悠雅化妆品旗舰店	悠雅	https://yoyahzp.tmall.com/
猫语玫瑰旗舰店	猫语玫瑰	https://maoyumeigui.tmall.com/
珀莱雅官方企业店	珀莱雅、韩雅、优资莱、悠雅	https://shop104347348.taobao.com/
美丽谷化妆品专营店	珀莱雅、韩雅、优资莱、悠雅	https://mlghzp.tmall.com/
晶纯美集旗舰店	珀莱雅旗下鲜果护肤系列	https://jcmj.tmall.com/
悦芙媿旗舰店	悦芙媿	https://hapsode.tmall.com
珀莱雅京东旗舰店	珀莱雅	http://bolaiya.jd.com/
优资莱化妆品旗舰店	优资莱	http://mall.jd.com/index-598092.html
珀莱雅官方旗舰店	珀莱雅	https://mall.jd.com/index-687865.html

A、按直营网店客户人均消费、次均消费分析

报告期内各期，公司直营网店客户人均消费及次均消费金额分别如下：

单位：元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
人均消费（不含税）	123.37	124.81	133.37	127.47
次均消费（不含税）	99.20	93.32	100.43	97.75

由上表可以看出，报告期内各期，公司直营网店人均消费与次均消费金额较为稳定。

B、按电商客户发货地区分析

报告期内各期，公司电商客户发货地区分布如下：

单位：万元

地区	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
浙江省	1,010.39	10.69	1,828.46	11.11	1,453.81	11.54	820.53	12.05
江苏省	831.23	8.80	1,403.92	8.53	1,090.45	8.66	592.38	8.70
广东省	772.65	8.18	1,331.56	8.09	954.81	7.58	519.95	7.63
河南省	595.00	6.30	1,055.77	6.41	800.34	6.35	397.44	5.84
山东省	490.00	5.19	861.12	5.23	654.87	5.20	349.06	5.13
安徽省	488.72	5.17	840.31	5.10	657.69	5.22	333.05	4.89
四川省	476.19	5.04	804.93	4.89	614.23	4.88	333.66	4.90
湖北省	444.42	4.70	769.28	4.67	579.59	4.60	298.51	4.38
河北省	377.31	3.99	710.26	4.31	556.56	4.42	292.57	4.30
福建省	375.17	3.97	682.68	4.15	540.92	4.29	315.18	4.63
其他	3,587.83	37.97	6,176.02	37.51	4,692.23	37.25	2,558.12	37.56
合 计	9,448.90	100.00	16,464.32	100.00	12,595.51	100.00	6,810.45	100.00

报告期内各期，发行人直营网店对上述地区的收入占比较为分散，直营网点分地区收入与主营业务收入的地区分布基本一致。

报告期内各期，直营网店的客户主要分布于浙江、江苏、广东、河南、山东、安徽、四川、河北、福建等省份，主要系：a、公司位于浙江省，在浙江卫视等电视平台投入宣传费用较多、力度较大，在长三角地区知名度较高，故浙江省、江苏省收入占比较高；b、上述省份销售公司产品的线下终端网点较多，公司产

品在上述省份具有一定的市场基础；c、上述省份主要系东部及中部省份，人均可支配收入较高，居民消费水平相对高于其他中西部省份，对化妆品的日常消费需求相对旺盛。

C、按直营网店客户消费金额分析

a、报告期内各期，公司直营网店客户数量按消费金额分类如下：

单位：人

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	客户数	比例	客户数	比例	客户数	比例	客户数	比例
$0 < x < 100$ 元	363,583	47.47%	663,865	50.32%	446,591	47.29%	259,170	48.51%
$100 \leq x < 500$ 元	382,007	49.88%	603,019	45.71%	459,480	48.65%	257,419	48.18%
$500 \leq x < 1000$ 元	18,379	2.40%	43,631	3.31%	31,726	3.36%	14,987	2.80%
$1000 \leq x < 5000$ 元	1,916	0.25%	8,652	0.66%	6,549	0.69%	2,718	0.51%
5000 元以上	4	-	35	-	23	-	17	-
合计	765,889	100.00%	1,319,202	100.00%	944,369	100.00%	534,311	100.00%

报告期内各期，公司直营网店客户单次消费金额在 500 元以下的次数占比分别为 96.69%、95.94%、96.03%、97.35%。客户数量集中在单次消费金额 500 元以下，符合消费者网络购物的特点。

b、报告期内各期，公司直营网店客户按消费金额区间汇总的消费金额如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
$0 < x < 100$ 元	2,078.68	18.80%	3,343.13	17.35%	2,454.52	16.66%	1,457.86	18.30%
$100 \leq x < 500$ 元	7,530.86	68.12%	11,895.59	61.75%	9,263.79	62.86%	5,120.94	64.27%
$500 \leq x < 1000$ 元	1,185.63	10.72%	2,801.57	14.54%	2,074.62	14.08%	983.41	12.34%
$1000 \leq x < 5000$ 元	251.69	2.28%	1,188.03	6.17%	921.92	6.26%	390.55	4.90%
5000 元以上	8.34	0.08%	34.93	0.18%	21.90	0.15%	15.47	0.19%
合 计	11,055.20	100.00%	19,263.25	100.00%	14,736.75	100.00%	7,968.23	100.00%

注：上述金额为含税的销售金额。

报告期内各期，公司直营网店收入来源主要集中于 500 元以内的购买行为，500 元以内购买金额占直营网店收入的比重分别为 82.57%、79.52%、79.10%、86.92%，占比较高且较为稳定，与公司主导产品的零售价基本吻合。

报告期内各期，公司直营网店客户消费金额 1,000 元以上客户数量较少，合计消费金额占直营网店销售收入的比重较低。1,000 元以上的消费主要系“双 11”等促销活动期间消费者为追求满减等优惠活动拼单导致，故 2014 年至 2016 年购买次数和合计消费占比基本稳定。2017 年 1-6 月收入仅为半年数据，考虑到下半年“双 11”、“双 12”等大型活动较多，故 2017 年上半年购买次数和收入金额与其他年度相比占比较低。

D、按直营网店客户购买次数分析

报告期内各期，公司直营网店客户按购买次数分类如下：

单位：万元

项 目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	客户数	比例	客户数	比例	客户数	比例	客户数	比例
1 次	643,132	83.97%	1,053,531	79.86%	756,501	80.11%	455,322	85.22%
2-4 次	117,981	15.40%	246,065	18.65%	175,279	18.56%	74,826	14.00%
5 次以上	4,776	0.62%	19,606	1.49%	12,589	1.34%	4,163	0.78%
合 计	765,889	100.00%	1,319,202	100.00%	944,369	100.00%	534,311	100.00%

报告期内各期，公司直营网店客户购买次数以 4 次以下为主，4 次以下购买次数占直营网店客户报告期各期购买次数的比例分别为 99.22%、98.67%、98.51%、99.37%，消费者购买次数较为合理。

报告期内各期，公司直营网店客户按购买次数汇总的消费金额如下：

单位：万元

项 目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 次	7,308.48	66.11%	10,713.45	55.62%	8,450.62	57.34%	5,279.93	66.26%
2-4 次	3,405.74	30.81%	6,915.99	35.90%	5,196.00	35.26%	2,308.79	28.97%
5 次以上	340.99	3.08%	1,633.80	8.48%	1,090.13	7.40%	379.50	4.76%

项 目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
合 计	11,055.21	100.00%	19,263.24	100.00%	14,736.75	100.00%	7,968.22	100.00%

注：上述金额为含税的销售金额。

报告期内各期，公司直营网店客户 5 次以上购买金额较小，占各期直营网店的销售比例较低。

E、按直营网店客户购买间隔时间分析

报告期内各期，公司直营网店客户平均购买次数如下：

单位：次

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
人均消费次数[注]	1.24	1.34	1.33	1.30

注：人均消费次数=报告期内各期总购买次数/该期总客户数

报告期内各期，公司直营网店客户平均购买次数较为稳定。

经核查，保荐机构、申报会计师认为，报告期内各期，发行人直营网店客户人均消费金额、次均消费金额、地区分布、客户消费金额、客户购买次数、平均购买次数等具有合理性，不存在大额、异常的消费情形。

②悦芙媿单品牌直营店

悦芙媿单品牌直营店主要包括商场店中店和街边店两类，直营店一般开设在城市群的核心城市和次中心城市。公司通过“悦芙媿”单品牌直营店直接将产品销售给消费者。截至报告期末，悦芙媿单品牌直营店情况如下：

门店名称	门店地址	开店时间	面积 (平方米)
悦芙媿旗舰店	杭州市上城区延安路 292 号一层 111 室	2016 年 6 月	116
杭州湖滨银泰店	杭州市上城区延安路 245 号地下 214 室	2016 年 6 月	64
杭州嘉里中心店	杭州市下城区延安路 385 号杭州嘉里中心 3 幢 B108 号单元	2016 年 11 月	87.35
丹阳八佰伴店	江苏省丹阳市丹阳华地百货新民中路 2 号	2016 年 12 月	101
柯桥万达店	绍兴市柯桥区钱陶公路 799 号柯桥万达一层 1100A	2016 年 12 月	51.2

下沙龙湖天街店	杭州下沙金沙湖龙湖天街 B2-026 号	2016 年 12 月	90.94
上海虹桥天街店	上海闵行区申长路 869 号 132 室	2016 年 12 月	125.14
杭州城西银泰城 店	杭州市丰潭路 380 号城西银泰城 B1 层 B1-DZ-23 区域	2016 年 12 月	26
溧阳八佰伴	江苏省溧阳市燕山路 2 号溧阳八佰伴 1F	2016 年 12 月	50
湖州万达店	湖州市吴兴区大升路 899 号万达广场 1032	2016 年 12 月	93.64
台州银泰城店	台州市椒江区中心大道西（洪家北环线） 台州银泰城一楼 1052	2016 年 12 月	56
金华永盛广场店	金华市新华街 67 号永盛购物广场一楼	2016 年 12 月	81
台州万达广场店	台州市椒江区开发大道与白云山南路交 叉口经开万达一楼	2016 年 12 月	81
七宝宝龙店	上海市漕宝路 3299 号七宝宝龙城市广 场一层 1015 商铺	2017 年 1 月	47.68
绍兴世茂广场店	绍兴市胜利东路 360 号世茂广场一层 B-15 商铺	2017 年 1 月	75
南通捌佰伴	江苏南通市人民中路 47 号八佰伴一楼	2017 年 1 月	40
盐城解放南路店	江苏省盐城解放南路 268 号	2017 年 1 月	70
盐城建军中路店	江苏省盐城建军中路 169 号	2017 年 1 月	40
丹阳金鹰店	江苏省丹阳市新民东路 99 号	2017 年 1 月	38.46
常州吾悦国际广 场店	常州市钟楼区延陵西路 123 号常州吾悦 国际广场一层 5-118A 商铺	2017 年 2 月	58
无锡万象城店	无锡市滨湖区金石路 88 号无锡万象城 B1 层 12 号商铺	2017 年 1 月	60
嵊州街边店	嵊州市北直街 99-1 号店铺	2017 年 4 月	60
诸暨印象城店	浙江省诸暨市西施大街 77 号 1 层 01-34	2017 年 4 月	44.87
长宁来福士店	上海市长宁路 1123 号长宁福士广场(E) B1 层 24 号	2017 年 6 月	110.43

③秘镜思语化妆品集合店

公司通过秘镜思语化妆品集合店直接将产品销售给消费者。截至报告期末，秘镜思语化妆品集合店情况如下：

门店名称	门店地址	开店时间	面积 (平方米)
秘镜思语金华永盛店	浙江省金华市新华街 67 号永盛购 物中心 01 铺-B 号	2017 年 1 月	150
秘镜思语丹阳吾悦店	江苏省丹阳市开发区金陵西路 88 号丹阳新城吾悦广场第一层 【1F-055-1】店铺	2017 年 4 月	84.54

④其他零星销售

其他零星销售主要为公司零星销售化妆品。

4、经销商管理

发行人充分认识到对经销商渠道进行严格的管理，有利于渠道的健康、品牌的健康。而品牌和渠道的健康是发行人和经销商长期合作的基础。发行人对经销商进行有效的管理，符合其长期发展的战略。因此，发行人自设立以来非常重视经销商管理，经过长期积累形成了较为完善的经销商管理体系。目前发行人经销商管理主要由珀莱雅事业部、优资莱事业部、韩雅事业部、电子商务事业部等部门负责，通过 CRM 系统对经销商进行统一管理，主要包括人员管理、客户管理、订单管理、柜台管理和基础数据等几大模块。

（1）经销商的甄选

①资格：具备合法经营资格，要求提供合法的营业执照副本、税务登记证、法定代表人或负责人身份证复印件等资料；

②经销商信誉：具有较强的资金实力和良好的商业信誉；

③销售网络：与当地市场主导的零售客户有良好的商业合作关系，对当地市场具有较强的分销与控制能力；

④管理能力：拥有勤奋、团结的专业销售队伍，具有较强的市场客户服务能力，各项管理制度较为健全；

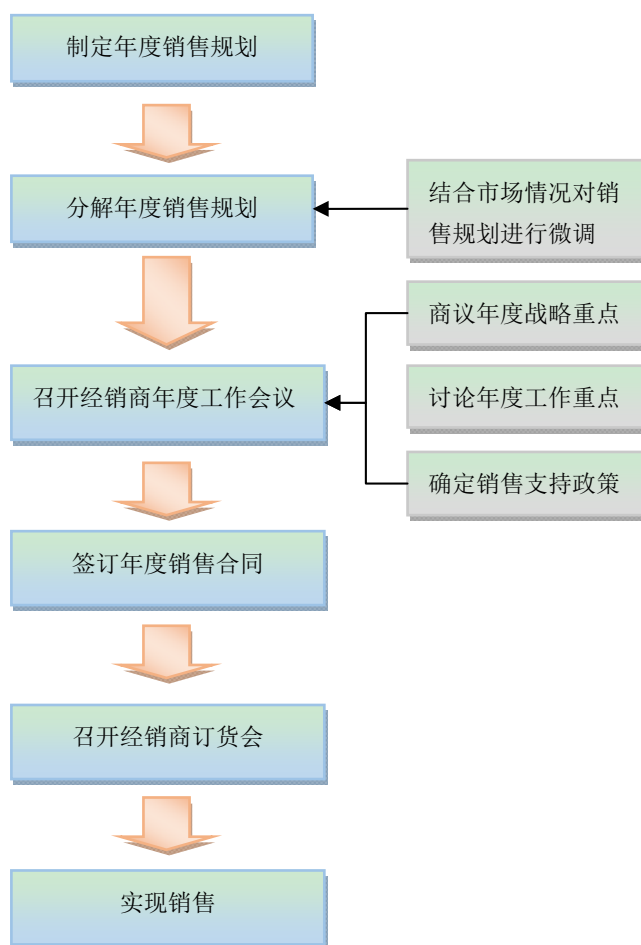
⑤行业经验：具有丰富的化妆品经销经验，具有品牌运作经验，在当地同行业中位居前列；

⑥储运能力：仓库规模与管理能力较强；

⑦合作意愿：愿意与公司共同发展，并保持长期战略合作伙伴关系。

（2）签订年度经销合同

公司与经销商的合作从销售规划制定到实现销售的过程如下图所示：



(3) 对经销商的日常管理与服务

①经销商的日常管理

发行人各大品牌事业部负责准确、及时地传达发行人销售政策、策划方案及产品信息等，做好政策及方案的解释工作，确保经销商准确理解，履行与发行人签订的各项合同；同时对经销商业务人员进行业务培训，对经销商合作过程中的合同执行情况、年度销售目标执行进度及营运状况进行定期评价，并将评价结果反馈至各品牌销售部。

②定期和不定期沟通、拜访

发行人各品牌都拥有一定数量的销售区域经理。发行人各品牌销售区域经理定期对经销商进行拜访，就该区域消费者的消费偏好、消费习惯、竞品销售动向等市场信息与经销商交流、沟通，对经销商采购发行人产品、经销区域内促销计划的制定提出具体建议，跟踪经销商年度销售目标的执行进度，协助经销商各项

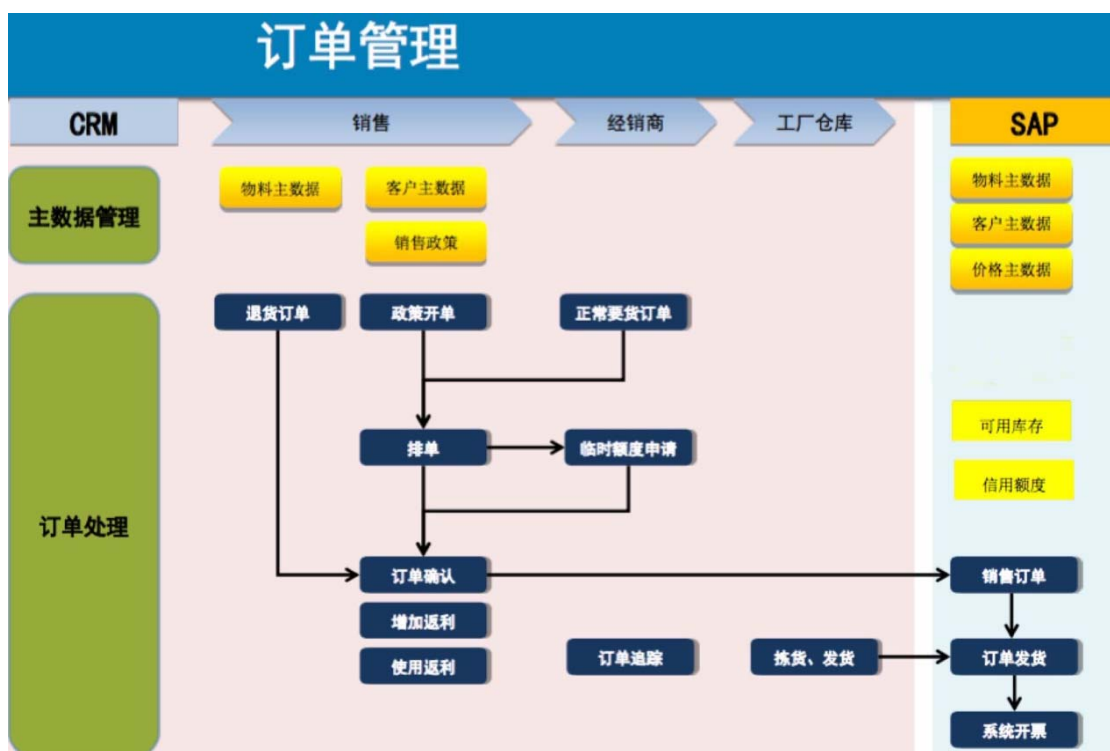
业务的开展，并对拜访情况进行总结，确定是否需要调整销售政策；各品牌销售部总经理、总监与经销商相关人员进行不定期沟通和拜访，全面收集信息与意见，了解经销商的运营情况、市场开发情况和产品销售情况。

③培训指导

发行人为经销商配备专职的区域培训师，针对美容、化妆技能、产品功能介绍、新品上市、订货政策、策划销售终端活动方案等事项，在完成相关培训教案的制作及区域培训师的培训后，由区域培训师负责对经销商培训师进行培训，帮助其准确掌握发行人新产品特点及功效、订货政策、活动支持等信息。

（4）信息系统管理

发行人通过 CRM 系统对经销商销售进行订单管理并且与发行人财务 SAP 系统进行对接。其主要功能及与 SAP 系统的衔接如下图所示：



此外，发行人要求经销商通过 CRM 系统报送库存数据以及销售终端网点情况，以便于发行人及时了解经销商的库存情况和销售终端网点的变化情况。

（5）库存管理

发行人要求经销商配备专用仓库用于发行人产品、物料的存放。同时经销日化专营店和商场超市渠道的经销商，不同渠道库存需分库位管理。

发行人各品牌销售区域经理定期拜访经销商了解其库存情况，每季度对经销商库存进行盘点或监盘，全面收集库存信息，督促将经销商库存数据录入 CRM 系统以便及时了解经销商是否存在库存积压、产品滞销等情况，并协助经销商做好库存消化分析及后期采购计划。发行人渠道策略部及销售支持部结合 CRM 系统中经销商库存情况、发行人现有库存及包材情况适时调整生产计划。

对于日化专营店渠道经销商，其库存通常为年销售额的 25-30%；对于商超渠道经销商，其库存通常为区域内商超网点 3 个月的销售额。对于存在库存不合理（产品品种或数量）情形的，发行人销售区域经理将根据产品系列结构进行补货或通过促销活动等手段处理多余单品、季度性产品，协助经销商优化库存。

（6）经销商考核、激励

根据发行人与经销商签订的年度合同，发行人对经销商年度渠道销售目标完成情况进行考核。经销商完成年度渠道销售目标后，发行人给予一定奖励；对于销售目标完成优异的经销商，发行人在给予奖励的同时还将在年度经销商大会上进行表彰。

对于连续 1-2 年未完成年度销售目标，业务团队不能满足发行人业务发展要求且经营状况预计无法在下一年度明显改善的经销商，发行人将不再与其签订下一年度合同。发行人将在该经销区域重新选择符合公司经销商甄选条件的新经销商。在发行人与原经销商签订终止合作协议书并完成账务交接后，发行人将协助新经销商与原经销商完成经销区域及库存的交接工作。

（7）与经销商之间的广告费分担机制

根据发行人的宣传推广策略，发行人负责统一对外形象宣传，经销商不承担相关广告费用。

（8）经销商到终端网点的销售流程和最终销售价格情况

发行人与经销合作模式下的终端销售网点包括日化专营店和商场超市，一般情况下，在上述终端网点发行人产品的最终销售价格发行人建议按零售价销售。具体销售流程如下：

①经销商与日化专营店主要以先款后货的方式进行合作，即日化专营店在下订单前需先打款至经销商账户，日化专营店再通过微信、QQ、邮件等方式下达订单，经销商接收销售订单后，开具销售出库单并通过第三方物流或快递公司向日化专营店发货。日化专营店收到发行人产品入库后，将产品销售给最终消费者，消费者付款给日化专营店，发行人产品实现最终销售。

②商超网点由商场促销人员向经销商发出要货清单，经销商收到要货清单后向仓库开具出库单，仓库与商超预约送货时间，物流公司将产品送至商超网点，商超促销人员登记入库。商超促销人员将产品销售给最终消费者，消费者向商超付款。商超收款后根据双方合作协议扣除相应费用后与经销商进行结算、付款。

（9）报告期内各期，发行人不存在为经销商提供担保、资金融通或其他利益安排的情形。

（三）公司主要产品的销售情况

1、报告期内，公司主要产品的产能、产量及销量

报告期内，公司主要产品的产能、产量及销量情况如下：

期间	产品类别	产能（万支）	产量（万支）	产能利用率（%）	销量（万支）	产销率（%）
2017年 1-6月	护肤	6,890.00	5,697.83	82.70	5,670.08	99.51
	彩妆	375.00	13.65	3.64	53.10	389.12
	小计	7,265.00	5,711.48	78.62	5,723.19	100.21
2016年	护肤	13,653.00	12,690.29	92.95	11,619.75	91.56
	彩妆	750.00	57.39	7.65	107.95	188.09
	小计	14,403.00	12,747.68	88.51	11,727.70	92.00
2015年	护肤	13,510.00	11,119.13	82.30	11,400.41	102.53
	彩妆	750.00	113.45	15.13	185.60	163.60
	小计	14,260.00	11,232.58	78.77	11,586.01	103.15
2014年	护肤	13,400.00	12,192.42	90.99	11,373.97	92.50

	彩妆	750.00	288.84	38.51	294.64	102.01
	小计	14,150.00	12,481.26	88.21	11,668.62	92.72

注：上表中所述产量、销量均包括赠品、小样等；产品销量包括 OEM 厂商生产产品，因此产销率存在超过 100%的情况；

2、主要产品销售价格

报告期内，公司主要产品销售价格情况如下表所示：

产品类别 (元/支、盒)	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度
	单价	变化率 (%)	单价	变化率 (%)	单价	变化率 (%)	单价
护肤	27.64	1.54	27.22	-6.59	29.14	1.50	28.71
彩妆	30.47	30.88	23.28	16.26	20.02	-17.02	24.13

注：计算产品销售单价时不包括赠品、小样等。

3、报告期内，公司前五大客户的销售情况

报告期内，公司前五大客户的销售额及占当期主营业务收入的情况如下：

期间	序号	客户名称（全称）	金额（万元）	占当期主营业务 收入的比例（%）
2017 年 1-6 月	1	唯品会（中国）有限公司[注 1]	7,670.26	9.21
	2	天津聚美优品科技有限公司[注 2]	2,346.32	2.82
	3	深圳市怡亚通供应链股份有限公司 [注 3]	2,141.29	2.57
	4	济南优雅商贸有限责任公司[注 4]	2,029.05	2.44
	5	武汉利标日化有限公司[注 5]	1,831.45	2.20
	合计		16,018.37	19.23
2016 年度	1	唯品会（中国）有限公司	12,621.59	7.78
	2	天津聚美优品科技有限公司	6,593.93	4.07
	3	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	5,074.54	3.13
	4	济南优雅商贸有限责任公司	4,258.63	2.63
	5	杭州恒浩贸易有限公司[注 6]	4,219.89	2.60
	合计		32,768.58	20.20
2015 年度	1	唯品会（中国）有限公司	8,052.27	4.90

	2	天津聚美优品科技有限公司	5,535.38	3.37
	3	北京京东世纪贸易有限公司[注 7]	4,119.19	2.51
	4	济南优雅商贸有限责任公司	3,443.05	2.09
	5	杭州恒浩贸易有限公司	3,364.53	2.05
	合计		24,514.42	14.91
2014 年度	1	天津聚美优品科技有限公司	4,568.87	2.63
	2	唯品会（中国）有限公司	4,412.57	2.54
	3	苏州爱尚化妆品有限责任公司[注 8]	3,893.29	2.24
	4	长沙炫美化妆品贸易有限公司[注 9]	3,638.18	2.09
	5	杭州艾珀莉电子商务有限公司[注 10]	3,538.96	2.04
	合计		20,051.87	11.54

注 1：对唯品会（中国）有限公司的销售包括唯品会（中国）有限公司及其子公司唯品会（珠海）电子商务有限公司、重庆唯品会电子商务有限公司等公司（下同）。

注 2：对天津聚美优品科技有限公司的销售包括同受成都聚美优品科技有限公司控制的天津聚美优品科技有限公司、上海聚美优品科技有限公司等公司（下同）。

注 3：对深圳市怡亚通供应链股份有限公司（002183）的销售包括同受其控制的长沙新燎原供应链有限公司、广西科桂贸易有限责任公司、广西怡亚通大泽深度供应链管理有限公司、珠海市怡亚通顺潮深度供应链管理有限公司、哈尔滨怡亚通三星深度供应链管理有限公司、郑州怡亚通翔隆供应链管理有限公司、福州兴联汇都贸易有限公司、沈阳怡亚通泽庆供应链管理有限公司、新疆怡亚通嘉乐供应链管理有限公司和福州鸿瑞达贸易有限公司等公司（下同）。

注 4：对济南优雅商贸有限责任公司的销售包括受同一控制人控制的济南优雅商贸有限责任公司、济南海宸化妆品有限公司等公司（下同）。

注 5：对武汉利标日化有限公司的销售包括受同一控制人控制的武汉利标日化有限公司、南昌兆琪商贸有限公司等公司（下同）。

注 6：对杭州恒浩贸易有限公司的销售包括受同一经营团队经营的杭州恒浩贸易有限公司、杭州尚珀逸贸易有限公司等公司（下同）。

注 7：对北京京东世纪贸易有限公司的销售包括北京京东世纪贸易有限公司及其子公司江苏京东信息技术有限公司等公司（下同）。

注 8：对苏州爱尚化妆品有限责任公司的销售包括受同一控制人控制的苏州爱尚化妆品有限责任公司、苏州硕桐商贸有限公司等公司（下同）。

注 9：对长沙炫美化妆品贸易有限公司的销售包括受同一控制人控制的长沙炫美化妆品贸易有限公司、长沙炫姿化妆品贸易有限公司等公司（下同）。

注 10：对杭州艾珀莉电子商务有限公司的销售包括受同一控制人控制的杭州艾珀莉电子商务有限公司（原名杭州艾珀莉贸易有限公司）、杭州尚若水网络科技有限公司、杭州艾珀莉网络科技有限公司、成都庭萱网络科技有限公司（已注销）和成都小资情调电子商务有限公司（已注销）等公司（下同）。

报告期内,公司不存在向单个客户的销售超过总额的 50%或严重依赖于少数客户的情况。

发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及主要关联方或持有发行人 5%以上股份的股东均未在前五名销售客户中拥有权益。

(四) 不同销售渠道下的主要客户情况

1、与经销商合作

(1) 2017 年 1-6 月

单位：万元

序号	经销商名称	销售金额	占与经销商合作收入比例 (%)
1	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	2,141.29	3.58
2	济南优雅商贸有限责任公司	2,029.05	3.40
3	武汉利标日化有限公司	1,831.45	3.06
4	杭州恒浩贸易有限公司	1,558.97	2.61
5	陕西丽妍商贸有限公司[注 1]	1,532.16	2.56
6	苏州爱尚化妆品有限责任公司	1,347.45	2.25
7	成都爱妆化妆品有限公司	1,209.80	2.02
8	重庆千子健商贸有限公司	1,106.26	1.85
9	郑州欣欢容商贸有限公司[注 2]	1,069.14	1.79
10	深圳市国涵贸易有限公司	1,032.61	1.73
小 计		14,858.18	24.86

注 1：对陕西丽妍商贸有限公司的销售包括受同一控制人控制的陕西丽妍商贸有限公司、西安雪涛商贸有限公司等公司（下同）；

注 2：对郑州欣欢容商贸有限公司的销售包括受同一控制人控制的郑州欣欢容商贸有限公司、郑州瑞慧堂商贸有限公司等公司（下同）。

(2) 2016 年度

单位：万元

序号	经销商名称	销售金额	占与经销商合作收入比例

			(%)
1	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	5,074.54	4.28
2	济南优雅商贸有限责任公司	4,258.63	3.59
3	杭州恒浩贸易有限公司	4,219.89	3.56
4	苏州爱尚化妆品有限责任公司	2,753.78	2.32
5	陕西丽妍商贸有限公司	2,695.00	2.27
6	杭州爱尚赛雅贸易有限公司	2,562.88	2.16
7	成都爱妆化妆品有限公司	2,516.45	2.12
8	武汉利标日化有限公司	2,473.17	2.08
9	昆明南浙经贸有限公司	2,163.88	1.82
10	阜阳春之梦化妆品有限公司	2,082.02	1.75
小 计		30,800.23	25.96

(3) 2015 年度

单位：万元

序号	经销商名称	销售金额	占与经销商合作收入比例 (%)
1	济南优雅商贸有限责任公司	3,443.05	2.61
2	杭州恒浩贸易有限公司	3,364.53	2.55
3	苏州爱尚化妆品有限责任公司	3,185.62	2.42
4	陕西丽妍商贸有限公司	3,107.91	2.36
5	深圳市国涵贸易有限公司	3,043.73	2.31
6	成都爱妆化妆品有限公司	3,004.81	2.28
7	长沙炫美化妆品贸易有限公司	2,974.26	2.26
8	武汉利标日化有限公司	2,430.94	1.85
9	深圳市怡亚通供应链股份有限公司	2,427.12	1.84
10	郑州瑞慧堂商贸有限公司	2,286.98	1.74
小 计		29,268.95	22.22

(4) 2014 年度

单位：万元

序号	经销商名称	销售金额	占与经销商合作收入比例 (%)
1	苏州爱尚化妆品有限责任公司	3,893.29	2.54
2	长沙炫美化妆品贸易有限公司	3,638.18	2.38
3	杭州艾珀莉电子商务有限公司	3,538.96	2.31
4	杭州恒浩贸易有限公司	3,458.66	2.26
5	济南优雅商贸有限责任公司	3,347.55	2.19
6	成都爱妆化妆品有限公司	3,047.84	1.99
7	陕西丽妍商贸有限公司	3,046.83	1.99
8	郑州瑞慧堂商贸有限公司	2,605.68	1.70
9	杭州爱尚赛雅贸易有限公司	2,424.14	1.58
10	昆明南浙经贸有限公司	2,373.28	1.55
小 计		31,374.41	20.50

由上表可看出，报告期内发行人与经销商合作模式下，各期前十大客户较为稳定。

2、大型 B2C 平台

报告期内，发行人与唯品会、京东及聚美优品等国内知名大型 B2C 购物平台建立了紧密的合作关系，该渠道下主要客户情况如下：

(1) 2017 年 1-6 月

单位：万元

序号	大型 B2C 平台	结算方式	销售金额	占大型 B2C 营业收入比例 (%)
1	唯品会（中国）有限公司	代销	7,670.26	66.29
2	天津聚美优品科技有限公司	经销	2,346.32	20.28
3	北京京东世纪贸易有限公司	代销	1,064.14	9.20
4	上海天翌电子商务有限公司	代销	394.33	3.41

5	苏宁云商集团股份有限公司[注]	代销	94.55	0.82
小 计			11,569.60	100.00

注：苏宁云商集团股份有限公司 2015 年结算方式为经销，2016 年结算方式调整为代销方式（下同）；

（2）2016 年度

单位：万元

序号	大型 B2C 平台	结算方式	销售金额	占大型 B2C 营业收入比例（%）
1	唯品会（中国）有限公司	代销	12,621.59	52.97
2	天津聚美优品科技有限公司	经销	6,593.93	27.67
3	北京京东世纪贸易有限公司	经销	3,643.57	15.29
4	上海天翌电子商务有限公司	代销	891.90	3.74
5	苏宁云商集团股份有限公司	代销	67.01	0.28
小 计			23,818.00	99.96

（3）2015 年度

单位：万元

序号	大型 B2C 平台	结算方式	销售金额	占大型 B2C 营业收入比例（%）
1	唯品会（中国）有限公司	代销	8,052.27	44.27
2	天津聚美优品科技有限公司	经销	5,535.38	30.43
3	北京京东世纪贸易有限公司	经销	4,119.19	22.64
4	乐蜂（上海）信息技术有限公司[注]	经销	205.12	1.13
		代销	181.41	1.00
5	苏宁云商集团股份有限公司	经销	86.98	0.48
小 计			18,180.35	99.94

注：乐蜂（上海）信息技术有限公司 2015 年经与发行人协商，对销售的新产品系列采用代销方式结算（下同）。

（4）2014 年度

单位：万元

序号	大型 B2C 平台	结算方式	销售金额	占大型 B2C 营业收入比例 (%)
1	天津聚美优品科技有限公司	经销	4,568.87	36.98
2	唯品会(中国)有限公司	代销	4,412.57	35.72
3	北京京东世纪贸易有限公司	代销	1,774.71	14.37
4	乐蜂(上海)信息技术有限公司	经销	1,328.27	10.75
5	亚马逊卓越有限公司	经销	112.50	0.91
小 计			12,196.92	98.73

由上表可以看出,报告期内各期,发行人的主要大型 B2C 客户较为稳定,该渠道收入逐年上升。

3、与连锁商超合作

报告期内,发行人与沃尔玛、屈臣氏等连锁商超建立了良好的合作关系,具体情况如下:

(1) 2017 年 1-6 月

单位: 万元

连锁商超	连锁商超名称	结算方式	销售金额	占该渠道营业收入比例 (%)
屈臣氏	格渥(香港)投资有限公司 [注 1]	代销	431.79	77.28
沃尔玛	沃尔玛(中国)投资有限公司	代销	177.91	31.84
小 计			609.69	109.13[注 2]

注 1: 对格渥(香港)投资有限公司的销售包括同受其控制的各地屈臣氏连锁超市(下同);

注 2: 占比超过 100%系大润发超市等与发行人终止合作时将货物退回所致(下同)。

(2) 2016 年度

单位: 万元

连锁商超	连锁商超名称	结算方式	销售金额	占该渠道营业收入比例 (%)
屈臣氏	格渥(香港)投资有限公司 [注 1]	代销	995.54	54.78
沃尔玛	沃尔玛(中国)投资有限公司	代销	886.04	48.76

小 计	1,881.58	103.54

(3) 2015 年度

单位：万元

连锁商超	连锁商超名称	结算方式	销售金额	占该渠道营业收入比例（%）
屈臣氏	格渥(香港)投资有限公司	代销	881.53	89.68
沃尔玛	沃尔玛(中国)投资有限公司	代销	528.55	53.77
小 计			1,410.08	143.45

(4) 2014 年度

单位：万元

连锁商超	连锁商超名称	结算方式	销售金额	占该渠道营业收入比例（%）
屈臣氏	格渥(香港)投资有限公司	代销	462.38	42.02
大润发	康成投资（中国）有限公司	经销	318.70	28.96
小 计			781.08	70.99

(五) 渠道分销模式下各主要客户的基本情况

截至报告期末，上述主要客户的基本情况如下：

客户名称	设立时间	注册资本(万元)	主营业务	现有股东	过往股东	现任董、监、高	过往董、监、高	合作年限	经营规模/期末网点数量
深圳市怡亚通供应链股份有限公司	1997.11.10	209,903.1424	国内商业	实际控制人为周国辉	--	周国辉、陈伟民、冯均鸿、张翔、张顺和、李正、李罗力、张少忠、黄伟群、张玉明、梁欣、李倩仪、丰伟、曾繁礼、欧君明	--	3 年以上	国内上市公司，“珀莱雅”品牌终端网点 732 家
长沙新燎原供应链有限公司[注 1]	2015.10.26	2,200	化妆品销售	长沙怡亚通供应链有限公司、湖南鑫梧桐供应链有限公司、彭宏伟	--	陈小蛟、陈有为、彭宏伟、车癸龙	严俊	1 年以上	“珀莱雅”品牌终端网点 233 家
长沙炫美化妆品贸易有限公司	2011.01.11	50	化妆品销售	彭宏伟、王云霞	--	彭宏伟、王云霞	--	3 年以上	
长沙炫姿化妆品贸易有限公司	2011.12.07	500	化妆品销售	王哲锋、陈彩华	--	王哲锋、陈彩华	--	3 年以上	
济南优雅商贸有限责任公司	2010.08.16	105	化妆品销售	冯彦霞、傅锴、冯朝峰	--	傅锴、冯彦霞、冯朝峰	--	3 年以上	“珀莱雅”品牌终端网点 722 家
济南海宸化妆品有限公司	2012.12.03	10	化妆品销售	冯彦霞、傅锴、冯朝峰	--	傅锴、冯彦霞、冯朝峰	--	3 年以上	
杭州恒浩贸易有限公司	2011.08.30	150	化妆品销售	章林、周桂君	叶海斌	章林、周桂君、金勇勇	叶海斌、陈伟红	3 年以上	“珀莱雅”品牌终端网点 505 家
杭州尚珀逸贸易有限公司	2013.07.12	50	化妆品销售	金勇勇	--	金勇勇、陈伟红、杨杰	--	3 年以上	
陕西丽妍商贸有限公司	2007.10.26	100	化妆品销售	何建松、苏先国	赵春霞、张海龙	苏先国、何建松	赵春霞、张海龙	3 年以上	“珀莱雅”品牌终端网点 309 家
西安雪涛商贸有限公司	2011.04.14	100	化妆品	何建松、缪长寿	阮桂球	何建松、缪长寿	阮桂球	3 年以上	

			销售						
武汉利标日化有限公司	1997.11.10	1,000	化妆品 销售	陈云标、陈锦云	路春云	陈云标、路春云、陈锦云	--	3 年以上	“珀莱雅” 品牌终端网 点 241 家
杭州爱尚赛雅贸易有限公司	2013.01.31	50	化妆品 销售	楼竹芳、俞萍萍	--	楼竹芳、俞萍萍	--	3 年以上	“珀莱雅” 品牌终端网 点 201 家
成都爱妆化妆品有限公司	2009.04.16	300	化妆品 销售	刘昌琴、马先洪	刘昌必	刘昌琴、马先洪	刘昌必	3 年以上	负责管理 “珀莱雅” 品牌终端零 售网点 312 家
苏州爱尚化妆品有限责任公司	2010.11.19	100	化妆品 销售	郑小萍、郑朝晖	徐继辛	郑小萍、郑朝晖	徐继辛	3 年以上	“珀莱雅” 品牌终端网 点 307 家
苏州硕桐商贸有限公司	2011.04.11	50	化妆品销售	郑朝晖	徐继辛、林涛	郑朝晖、赵益萍	--	3 年以上	
昆明南浙经贸有限公司	2010.12.28	50	化妆品 销售	卢海华、章人岳	--	卢海华、章人岳	--	3 年以上	“珀莱雅” 品牌终端网 点 372 家
阜阳春之梦化妆品有限公司	2011.03.14	50	化妆品 销售	高秀岳、金芳	---	高秀岳、金芳	--	3 年以上	“珀莱雅” 品牌终端网 点 315 家
深圳市国涵贸易有限公司	2010.06.30	300	化妆品 销售	林晓丽、林泽志	--	林晓丽、唐国师	林泽志、林惜贞	3 年以上	“珀莱雅” 品牌终端网 点 303 家
厦门三岩商贸有限公司	2005.07.19	500	化妆品	林发生、林小凤	--	林发生、林小凤	--	3 年以上	珀莱雅品牌

			销售						终端网点 242 家
郑州瑞慧堂商贸有限公司	2009.10.21	50	化妆品 销售	唐玮、唐珂	--	唐玮、唐珂	--	3 年以上	“珀莱雅”品 牌终端网点 221 家
郑州欣欢容商贸有限公司	2017.01.16	50	化妆品 销售	唐玮、唐珂	唐玮、唐珂	--	--	1 年以下	
重庆千子健商贸有限公司	2014.04.30	200	化妆品 销售	汤洪、赖德琼	喻新亮、郭晓 明	汤洪、赖德琼	喻新亮	3 年以上	负责管理 “珀莱雅” 品牌终端零 售网点 221 个
杭州艾珀莉电子商务有限公司	2011.04.25	730	化妆品电 子商务	杭州艾珀莉实 业有限公司、杭 州河图投资合 伙企业（有限 合伙）	方加峰、方加 志、叶洪波	方爱飞、方加 峰	卢贤雷	3 年以上	系发行人电 子商务经销 商
杭州尚若水网络科技有限公司	2012.03.20	50	化妆品网 上销售	盛久利	方加峰、方爱 飞、卢贤雷、杭 州艾珀莉实 业有限公司	盛久利、方爱 飞	方加峰、卢贤 雷	2 年以上	系发行人电 子商务经销 商
杭州艾珀莉网络科技有限公司	2012.06.20	500	化妆品网 上销售	杭州艾珀莉实 业有限公司	方加峰、方爱 飞、卢贤雷	方加峰、卢贤 雷	--	3 年以上	系发行人电 子商务经销 商
唯品会（中国）有限公司	2011.01.20	18,000 万美 元	电子商务	VIPSHOP INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED	--	沈亚、洪晓波	--	3 年以上	上市公司子 公司，国内 知名网购平 台
天津聚美优品科技有限公司	2013.12.30	12,255.40	电子商务	成都聚美优品科技有	--	戴雨森、陈欧	--	3 年以上	上市公司子

				限公司					公司，国内知名网购平台
上海聚美优品信息科技有限公司	2012.06.19	633.47	电子商务	成都聚美优品科技有限公司	JUMEI HONGKONG LIMITED	陈欧、张晓音、戴雨森	刘辉、郑云生	3 年以上	上市公司子公司，国内知名网购平台
北京京东世纪贸易有限公司	2007.04.20	139798.5564 万美元	电子商务	京东香港国际有限公司	京东商城集团有限公司、银涛投资控股有限公司	刘强东、李娅云	孙家明、吕外科、张奇	3 年以上	上市公司子公司，国内知名网购平台
上海天翌电子商务有限公司	2010.04.15	100	电子商务	广西蓝火翼软件技术有限公司	--	游建、陶国谦	--	2 年以上	即天猫超市，国内知名网购平台
乐蜂（上海）信息技术有限公司	2013.08.30	99.0844 万美元	电子商务	Lefeng.com E-commerce Co., Limited	--	沈亚、李静、张婧、杨东皓、洪晓波、赵惠莉	徐弘弢、于志辉、陈十游、沈南鹏、王立成、李媛、田溯宁	2 年以上	国内知名网购平台
格渥(香港)投资有限公司[注 2]									国内知名连锁商超
沃尔玛（中国）投资有限公司	2003.04.18	27,760 万美元	零售	沃尔玛中国有限公司	--	ANDREW PETER MILES、DAWN MARIE PTAK、DIRK JOZEF S. VAN DEN BERGHE	--	2 年以上	国内知名连锁商超

注 1：长沙新燎原供应链有限公司系 2015 年 10 月由长沙怡亚通供应链有限公司、湖南鑫梧桐供应链有限公司和彭宏伟出资设立，其中控股股东长沙怡亚通供应链有限公司系深圳市怡亚通供应链股份有限公司控股子公司，彭宏伟系发行人主要经销商长沙炫美化妆品贸易有限公司、长沙炫姿化

妆品贸易有限公司的实际控制人。长沙新燎原供应链有限公司设立后，彭宏伟及其经营团队将长沙炫美化妆品贸易有限公司、长沙炫姿化妆品贸易有限公司的业务逐步转移至长沙新燎原供应链有限公司。2016 年起，长沙炫美化妆品贸易有限公司、长沙炫姿化妆品贸易有限公司与发行人终止合作，改由长沙新燎原供应链有限公司与发行人签署经销商合作协议；

注 2：格渥(香港)投资有限公司系屈臣氏连锁超市的大股东，因其为境外非上市公司，无法从公开渠道获得其基本情况。

从上表可以看出，报告期内发行人上述主要客户主营业务均为化妆品销售或零售业务，其采购和销售发行人产品具有合理性和必要性。上述主要客户中，发行人的主要经销商均与发行人合作 3 年以上，且网点数量较多，与其销售规模相匹配；大型 B2C 平台客户和连锁商超客户均为国内知名网购平台和连锁超市，且大多为上市公司子公司，实力雄厚，销售规模较大，与其采购规模相匹配。

经核查，保荐机构及申报会计师认为，报告期内发行人主要客户采购发行人产品是必要和合理的，采购规模与销售规模相匹配。

（六）原材料采购和能源采购情况

1、报告期内，公司主要供应商采购情况

报告期内各期，发行人主要向供应商采购活性物、保湿剂、油酯蜡、乳化剂、防晒剂等原料、包装材料以及直接用于产品促销的各种物料。发行人原料、包装材料、促销物料的品类较多，选用的供应商也较多，因此发行人的供应商较为分散。

报告期内，公司主要供应商的采购情况如下：

期间	序号	供应商名称	采购内容	金额 (万元)	占当期采购总额比例 (%)
2017 年 1-6 月	1	杭州三星工艺玻璃有限公司	包材	2,394.45	8.09
	2	深圳市升达瑞丰塑料制品有限公司[注 1]	包材	1,595.27	5.39
	3	阿蓓亚塑料实业（上海）有限公司[注 2]	包材	1,433.45	4.84
	4	杭州翰泽实业有限公司[注 3]	包材	1,168.93	3.95
	5	浙江华丽达包装有限公司	包材	836.81	2.83
	6	上海湘宜塑料制品有限公司[注 4]	包材	769.64	2.60
	7	湖州华田包装材料有限公司	包材	737.59	2.49
	8	楚成塑胶制品（江门）有限公司[注 5]	包材	627.36	2.12
	9	上海百好博化工有限公司	原料	589.63	1.99
	10	上海砧恩恺实业有限公司	原料	589.37	1.99
	前 10 名供应商采购额合计			10,742.50	36.29

2016 年度	1	杭州三星工艺玻璃有限公司	包材	5,953.06	9.52
	2	阿蓓亚塑料实业（上海）有限公司	包材	4,093.98	6.55
	3	深圳市升达瑞丰塑料制品有限公司	包材	2,683.81	4.29
	4	楚成塑胶制品（江门）有限公司	包材	1,629.13	2.61
	5	浙江华丽达包装有限公司	包材	1,497.81	2.40
	6	湖州华田包装材料有限公司	包材	1,495.42	2.39
	7	浙江新华彩色印刷有限公司	包材	1,190.38	1.90
	8	上海百好博化工有限公司	原料	1,150.71	1.84
	9	诺斯贝尔化妆品股份有限公司	面膜半成品	1,194.73	1.91
	10	杭州翰泽实业有限公司	原料	1,128.41	1.80
	前 10 名供应商采购额合计			22,017.44	35.21
2015 年度	1	杭州三星工艺玻璃有限公司	包材	6,915.03	11.93
	2	阿蓓亚塑料实业（上海）有限公司	包材	6,213.92	10.72
	3	浙江华丽达包装有限公司	包材	1,745.84	3.01
	4	楚成塑胶制品（江门）有限公司	包材	1,701.20	2.94
	5	深圳市升达瑞丰塑料制品有限公司	包材	1,604.47	2.77
	6	浙江新华彩色印刷有限公司	包材	1,552.98	2.68
	7	湖州华田包装材料有限公司	包材	1,361.04	2.35
	8	浙江三荣塑胶有限公司	包材	1,236.31	2.13
	9	上海百好博化工有限公司	原料	1,184.88	2.04
	10	上海赛福化工发展有限公司	原料	1,175.40	2.03
	前 10 名供应商采购额合计			24,691.07	42.61
2014 年度	1	杭州三星工艺玻璃有限公司	包材	5,251.93	9.22
	2	阿蓓亚塑料实业（上海）有限公司	包材	4,177.57	7.33
	3	楚成塑胶制品（江门）有限公司	包材	3,157.55	5.54
	4	浙江新华彩色印刷有限公司	包材	1,800.77	3.16
	5	浙江华丽达包装有限公司	包材	1,753.97	3.08
	6	上海赛福化工发展有限公司	原料	1,560.19	2.74

7	浙江三荣塑胶有限公司	包材	1,332.92	2.34
8	上海欧金展示用品有限公司	物料	1,227.51	2.15
9	湖州华田包装材料有限公司	包材	1,210.35	2.12
10	上海百好博化工有限公司	原料	1,145.90	2.01
前 10 名供应商采购额合计			22,618.66	39.70

注 1：对深圳市升达瑞丰塑料制品有限公司的采购包括向受同一控制方控制的深圳市升达瑞丰塑料制品有限公司和浙江合盛塑料制品有限公司（下同）。

注 2：对阿蓓亚塑料实业（上海）有限公司的采购包括向受同一控制方控制的阿蓓亚塑料实业（上海）有限公司、阿蓓亚包装（苏州）有限公司、雷盛塑料实业（上海）有限公司和雷盛化妆品喷雾器（上海）有限公司（下同）。

注 3：对杭州翰泽实业有限公司的采购包括向受同一控制方控制的杭州三星化妆品包装有限公司和杭州翰泽实业有限公司采购（下同）。

注 4：对上海湘宜塑料制品有限公司的采购包括向受同一控制方控制的上海湘宜塑料制品有限公司和湖州湘宜塑料制品有限公司采购（下同）。

注 5：对楚成塑胶制品（江门）有限公司的采购包括向受同一控制方控制的楚成塑胶制品（江门）有限公司和楚成塑胶制品（湖州）有限公司（下同）。

报告期内，本公司不存在向单个供应商的采购比例超过总额的 50%或严重依赖于少数供应商的情况。

发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及主要关联方或持有发行人 5%以上股份的股东均未在前五名供应商中拥有权益。

2、报告期内，公司主要包装材料供应商采购情况

（1）主要包装材料供应商采购金额及占比情况

报告期内各期，公司前十大包装材料供应商采购金额及占比情况：

期间	序号	供应商名称	金额[注] (万元)	占当期包材采购 总额比例 (%)
2017 年 1-6 月	1	杭州三星工艺玻璃有限公司	2,394.45	12.75
	2	深圳市升达瑞丰塑料制品有限公司	1,595.27	8.50
	3	阿蓓亚塑料实业（上海）有限公司	1,433.45	7.63
	4	杭州翰泽实业有限公司	1,168.93	6.23
	5	浙江华丽达包装有限公司	833.81	4.44
	6	上海湘宜塑料制品有限公司	769.64	4.10
	7	湖州华田包装材料有限公司	737.59	3.93
	8	楚成塑胶制品（江门）有限公司	627.36	3.34
	9	余姚市精艺塑业有限公司	560.38	2.98

	10	余姚市银雾塑料有限公司	520.24	2.77
	前 10 名包材供应商采购额合计		10,641.12	56.67
2016 年度	1	杭州三星工艺玻璃有限公司	5,953.06	16.18
	2	阿蓓亚塑料实业（上海）有限公司	4,093.98	11.13
	3	深圳市升达瑞丰塑料制品有限公司	2,683.81	7.29
	4	楚成塑胶制品（江门）有限公司	1,629.13	4.43
	5	湖州华田包装材料有限公司	1,489.97	4.05
	6	浙江华丽达包装有限公司	1,482.17	4.03
	7	杭州翰泽实业有限公司	1,128.41	3.07
	8	浙江新华彩色印刷有限公司	1,051.89	2.86
	9	浙江三荣塑胶有限公司	896.71	2.44
	10	杭州迅美塑料制品有限公司	877.18	2.38
	前 10 名包材供应商采购额合计		21,286.30	57.86
2015 年度	1	杭州三星工艺玻璃有限公司	6,915.03	19.02
	2	阿蓓亚塑料实业（上海）有限公司	6,213.92	17.09
	3	浙江华丽达包装有限公司	1,741.93	4.79
	4	楚成塑胶制品（江门）有限公司	1,701.20	4.68
	5	深圳市升达瑞丰塑料制品有限公司	1,604.47	4.41
	6	湖州华田包装材料有限公司	1,360.80	3.74
	7	浙江新华彩色印刷有限公司	1,312.40	3.61
	8	浙江三荣塑胶有限公司	1,236.31	3.40
	9	浙江深汇印业有限公司	847.07	2.33
	10	江门敬记塑胶厂有限公司	794.26	2.18
	前 10 名包材供应商采购额合计		23,727.39	65.25
2014 年度	1	杭州三星工艺玻璃有限公司	5,251.93	16.72
	2	阿蓓亚塑料实业（上海）有限公司	4,177.57	13.30
	3	楚成塑胶制品（江门）有限公司	3,157.55	10.05
	4	浙江新华彩色印刷有限公司	1,535.13	4.89
	5	浙江华丽达包装有限公司	1,502.45	4.78
	6	浙江三荣塑胶有限公司	1,332.92	4.24
	7	湖州华田包装材料有限公司	1,210.35	3.85
	8	江门敬记塑胶厂有限公司	1,102.10	3.51
	9	御田二工业(深圳)有限公司	860.69	2.74
	10	杭州迅美塑料制品有限公司	604.76	1.93
	前 10 名包材供应商采购额合计		20,735.45	66.01

注：上述金额为发行人向主要供应商采购包装材料的金额，不含物料采购金额。

（2）主要包装材料供应商变动情况

①2017 年 1-6 月

变动	主要包材供应商	主要采购内容	2017 年 1-6 月采购额 (万元)	2016 年采购额 (万元)	变化原因
较 2016 年新增前十大包材供应商	上海湘宜塑料制品有限公司	吸塑包装	769.64	652.06	该公司在湖州设立生产工厂于 2016 年初投产, 其距离公司较近, 对公司的需求反应及时, 因此, 公司对其采购增加。
	余姚市精艺塑业有限公司	塑料瓶、盖子等	560.38	205.80	公司向其采购用于素颜霜的塑料瓶、盖子等, 2017 年春季促销产品素颜霜较多, 故向该公司的采购额相应增加。
	余姚市银雾塑料有限公司	泵、塑料瓶等	520.24	772.10	2017 年上半年芯肌系列产品及韩雅神经酰系列产品销售增长, 向该公司的采购额相应增加。
较 2016 年跌出前十大包材供应商	浙江新华彩色印刷有限公司	彩盒、内衬	432.01	1,051.89	受其他供应商采购量增加影响, 及芯肌系列包材主要向其他供应商采购。
	浙江三荣塑胶有限公司	软管、盖子、塞	375.29	896.71	
	杭州迅美塑料制品有限责任公司	软管	329.45	877.18	

②2016 年

变动	主要包材供应商	主要采购内容	2016 年采购额 (万元)	2015 年采购额 (万元)	变化原因
较 2015 年新增前十大包材供应商	杭州迅美塑料制品有限责任公司	软管	877.18	662.47	2016 年推出芯肌系列新品, 芯肌系列赠品所需软管增加, 故对该公司的采购额相应增加。
	杭州翰泽实业有限公司	盖子、塞	1,128.41	285.45	因 2016 年芯肌系列新产品推出, 向该公司的采购额相应增加。
较 2015 年跌出前十大包材供应商	浙江深汇印业有限公司	包装盒	701.58	847.07	2016 年珀莱雅肌密系列产品销量减少, 故向该公司采购的肌密系列包装盒减少。
	江门敬记塑胶厂有限公司	盖子、塑料瓶、塞等	311.62	794.26	因市场需求变化发行人对产品结构进行调整, 导致早晚水产品减少, 故向该

					公司采购的早晚水塑料瓶包材减少。

③2015 年

变动	主要包材供应商	主要采购内容	2015 年采购额 (万元)	2014 年采购额 (万元)	变化原因
较 2014 年新增前十大包材供应商	深圳市升达瑞丰塑料制品有限公司	塑料瓶、盖子、塞	1,604.47	326.44	深圳市升达瑞丰塑料制品有限公司在湖州设立生产工厂于 2015 年初投产，其距离公司较近供货及时，因此，发行人对其采购增加。
	浙江深汇印业有限公司	包装盒	847.07	408.61	2015 年发行人肌密系列产品销售情况较好，故向其采购的肌密系列包装盒增多。
较 2014 年跌出前十大包材供应商	杭州迅美塑料制品有限责任公司	软管	662.47	604.76	采购额相对稳定，受总体采购额增长影响，对该公司采购额略有上升
	御田二工业(深圳)有限公司	泵、塑料瓶等	516.39	860.69	2014 年防晒骄阳动感等产品产销量大，2015 年上述产品市场需求下降，因此对其包材的采购减少。

(3) 包装材料单位价格波动情况及主要原因

报告期内各期，发行人包装材料单位价格波动情况及主要原因如下：

项目	2017 年 1-6 月			2016 年			2015 年			2014 年			单价变动原因
	采购额 (万元)	采购量 (万 PC)	单价(元 /PC)	采购额 (万元)	采购量 (万 PC)	单价 (元 /PC)	采购额 (万元)	采购量 (万 PC)	单价 (元 /PC)	采购额 (万元)	采购量 (万 PC)	单价 (元 /PC)	
玻璃瓶	2,832.85	1,346.71	2.10	6,519.35	3,157.97	2.06	7,368.18	3,680.56	2.00	5,631.01	2,928.57	1.92	采购单价较为稳定。
盖子	3,228.55	3,013.29	1.07	5,866.65	7,106.13	0.83	5,467.12	6,466.09	0.85	5,003.75	6,292.45	0.80	2017 年上半年采购单价较高主要系芯肌系列新产品所需盖子为三件套，且采用电镀工艺，单价较高。
彩盒	2,542.09	3,080.25	0.83	4,676.28	6,387.37	0.73	4,662.15	6,119.63	0.76	3,837.54	5,916.06	0.65	2015 年、2016 年较 2014 年采购单价较高主要系 2015 年、2016 年套盒促销力度大，套盒使用的外包装彩盒采购单价较高。2017 年上半年采购单价较高主要系 2017 年上半年芯肌系列套盒使用的外包装彩盒采购单价较高。

泵	2,028.43	1,142.79	1.77	3,803.46	1,581.24	2.41	4,858.15	1,621.40	3.00	3,611.88	1,291.18	2.80	2016 年采购单价下降主要系 2016 年逐步下线的靓白肌密、晶萃、蕴活系列产品使用的泵采购量减少，上述产品使用的泵单价较高，2016 年推出的新品使用的泵不含电镀工艺，单价相对较低。2017 年上半年采购单价较低主要系 2017 年上半年向阿蓓亚塑料实业（上海）有限公司采购结构有变化，单价较高的泵采购量下降，且 2017 年上半年推出的新品使用的泵不含电镀工艺，单价相对较低。
软管	1,696.81	1,360.14	1.25	3,467.60	3,491.33	0.99	2,816.22	2,978.34	0.95	2,701.08	3,313.51	0.82	2014 年采购单价较低主要系 2014 年促销赠品小样较多，促销赠品的软管单价较低。2017 年上半年采购单价较高主要系 2017 年上半年芯肌系列产品赠品占比低，标准产品占比高，标准产品采购单价较高，因此平均单价较高。
塑料瓶	1,841.48	2,228.65	0.83	3,427.53	5,198.47	0.66	3,052.90	4,181.93	0.73	3,972.27	4,496.45	0.88	2014 年采购单价较高，主要系 2014 年男士系列、早晚水系列产品生产销售较多，该部分产品使用的塑料瓶单价较高，2015 年和 2016 年早晚水系列产品销售逐年下降，故平均单价有所下降，同时 2016 年中小样促销力度大，单价较低。2017 年上半年单价较高主要系部分促销产品使用的塑料瓶单价较高。

面膜袋布	932.15	6,745.48	0.14	2,377.78	10,424.55	0.23	950.25	3,399.53	0.28	1,182.32	4,363.24	0.27	该类产品主要包括面膜袋和无无纺布等，2016 年面膜生产量较多，且大部分面膜使用单层无纺布，其单价相对较 2014 年和 2015 年低。2017 年上半年单价较低主要系单价较高的黑顶藻、墨角藻等藻类面膜的膜布采购量下降。
其他	3,673.49	9,192.59	0.40	6,653.06	17,401.52	0.38	7,176.98	16,470.53	0.44	5,467.21	18,012.15	0.30	其他主要包括吸塑、卷膜、外箱、中盒、内衬、包装袋等，2015 年、2016 年、2017 年上半年，单价相对较高主要系芯肌系列套盒的包装物单价较高。
合计	18,775.85	-	-	36,791.71	-	-	36,351.95	-	-	31,407.06	-	-	

3、报告期内，公司主要原料供应商采购情况

(1) 主要原料供应商采购金额及占比情况

报告期内各期，公司前十大原料供应商采购金额及占比情况：

期间	序号	供应商名称	金额 (万元)	占当期原料采购 总额比例 (%)
2017 年 1-6 月	1	上海百好博化工有限公司	589.63	7.47
	2	上海砒恩恺实业有限公司	589.37	7.47
	3	上海淼森生物科技有限公司	487.98	6.18
	4	上海熠诚生物科技有限公司	477.87	6.05
	5	上海言臻贸易有限公司	436.10	5.53
	6	上海秋彦商贸有限公司	398.35	5.05
	7	科丝发国际贸易（上海）有限公司	384.83	4.88
	8	不二精细化工（上海）有限公司	367.95	4.66
	9	华熙福瑞达生物医药有限公司	332.95	4.22
	10	上海赛福化工发展有限公司	295.02	3.74
	前 10 名原料供应商采购额合计		4,360.05	55.24
2016 年度	1	上海百好博化工有限公司	1,150.71	7.65
	2	上海砒恩恺实业有限公司	1,014.62	6.75
	3	上海淼森生物科技有限公司	1,012.31	6.73
	4	上海赛福化工发展有限公司	778.18	5.18
	5	上海秋彦商贸有限公司	715.47	4.76
	6	上海言臻贸易有限公司	693.93	4.62
	7	科丝发国际贸易（上海）有限公司	609.78	4.06
	8	上海协瑞实业发展有限公司	582.07	3.87
	9	华熙福瑞达生物医药有限公司	565.79	3.76
	10	不二精细化工（上海）有限公司	528.33	3.51
	前 10 名原料供应商采购额合计		7,651.17	50.89
2015 年度	1	上海百好博化工有限公司	1,184.88	8.34
	2	上海赛福化工发展有限公司	1,175.40	8.28
	3	上海帝科精细化工有限公司	768.18	5.41
	4	上海尤文化工有限公司	676.97	4.77
	5	上海协瑞实业发展有限公司	636.82	4.48
	6	科丝发国际贸易（上海）有限公司	596.55	4.20
	7	上海淼森生物科技有限公司	549.52	3.87
	8	上海砒恩恺实业有限公司	542.17	3.82
	9	上海秋彦商贸有限公司	493.07	3.47
	10	上海艾高日化有限公司	481.49	3.39

	前 10 名原料供应商采购额合计		7,105.05	50.03
2014 年度	1	上海赛福化工发展有限公司	1,560.19	10.98
	2	上海百好博化工有限公司	1,145.90	8.06
	3	上海帝科精细化工有限公司	703.87	4.95
	4	上海尤文化工有限公司	663.13	4.67
	5	上海协瑞实业发展有限公司	657.50	4.63
	6	上海言臻贸易有限公司	564.52	3.97
	7	上海砒恩恺实业有限公司	552.13	3.89
	8	苏州纳康生物科技有限公司	518.39	3.65
	9	科丝发国际贸易（上海）有限公司	502.40	3.54
	10	不二精细化工（上海）有限公司	481.17	3.39
	前 10 名原料供应商采购额合计		7,349.21	51.73

(2) 主要原料供应商变动情况

①2017 年 1-6 月

变动	主要原料供应商	主要采购内容	2017 年 1-6 月 采购额(万元)	2016 年采购 额(万元)	变化原因
较 2016 年 新增前十大 原料供 应商	上海熠诚生物科技 有限公司	活性物、油脂蜡 等	477.87	456.14	因价格、质量优势，公司使用的部分原料从进口转为国产后，选择上海熠诚生物科技有限公司为供应商，因此增加对其的采购量。
较 2016 年 跌出前十大 原料供 应商	上海协瑞实业发 展有限公司	防晒剂、活性物 等	192.68	582.07	该公司针对部分原料提供的价格无优势，转向其他供应商采购。

②2016 年

变动	主要原料供应商	主要采购内容	2016 年采购 额(万元)	2015 年采购 额(万元)	变化原因
较 2015 年 新增前十大 其他原 料供应商	上海言臻贸易有 限公司	保湿剂、油脂蜡、 活性物等	693.93	458.50	该公司针对部分原料提供的价格更有优势，因此发行人增加对其的采购量，向其他供应商的采购量相应减少。
	不二精细化工 （上海）有限公 司	油脂蜡、乳化剂 等	528.33	436.90	2016 年产品 BB 霜生产有所增加，故相应的原料采购量增加。
较 2015 年 跌出前十大 其他原 料供应商	上海帝科精细化 工有限公司	活性物、香精 油、乳化剂等	473.92	768.18	2016 年上海帝科精细化工有限公司部分原料代理权到期，发行人转向上海淼森生物科技有限公司采购。
	上海尤文化工有 限公司	保湿剂、油脂蜡 等	338.08	676.97	因泰柯棕化(张家港)有限公司提供的国产原料价格更有优势，发行人在满足产品功能需求的情况下减少了向上海尤文化工有限公司的采购量。
	上海艾高日化有 限公司	活性物等	432.25	481.49	采购比较稳定，受其他单位采购额增加影响跌出前十位。

③2015 年

变动	主要供应商	主要采购内容	2015 年采购额（万元）	2014 年采购额（万元）	变化原因
较 2014 年新增前十大其他原料供应商	上海淼森生物科技有限公司	活性物、保湿剂等	549.52	422.44	2015 年为水动力和靓白肌密等产品而采购的新原料增加。
	上海秋彦商贸有限公司	活性物、香精油等	493.07	208.28	2015 年上海赛福化工发展有限公司部分原料代理权到期，发行人转向上海秋彦商贸有限公司采购，同时该公司针对部分原料提供的价格更有优势，因此发行人增加采购量，减少向其他供应商的采购量。
	上海艾高日化有限公司	活性物等	481.49	284.69	2015 年水漾肌密洁面膏等产品生产较多，相应的原料采购量增加。
较 2014 年跌出前十大其他原料供应商	上海言臻贸易有限公司	保湿剂、油酯蜡、活性物等	458.50	564.52	主要系发行人向该公司采购的丁二醇原料下降，由于该原料市场供货不稳定，发行人选择了较多的供应商，2015 年发行人向其他公司采购的丁二醇有所增加。
	不二精细化工（上海）有限公司	油酯蜡、乳化剂等	436.90	481.17	采购比较稳定，受其他单位采购额增加影响跌出前十位。
	苏州纳康生物科技有限公司	活性物等	-	518.39	2015 年苏州纳康生物科技有限公司销售模式发生变更，由直销变为经销，发行人通过其经销商上海熠诚生物科技有限公司采购相关产品。

(3) 原料单位价格波动情况及主要原因

报告期内各期，发行人原料单位价格波动情况及主要原因如下：

项目	2017 年 1-6 月			2016 年			2015 年			2014 年			单价变动原因
	采购额 (万元)	采购量 (吨)	单价 (元 /KG)	采购额 (万元)	采购量 (吨)	单价 (元 /KG)	采购额 (万元)	采购量 (吨)	单价 (元 /KG)	采购额 (万元)	采购量 (吨)	单价 (元 /KG)	
保湿剂	1,817.30	43.91	41.39	3,996.41	901.21	44.35	3,167.22	855.91	37.00	3,351.37	851.19	39.37	2016 年采购单价较高主要系 2016 年公司主推面膜，面膜所需保湿剂的单价较高。
活性物	1,865.72	180.85	103.17	3,852.01	459.45	83.84	4,068.68	541.72	75.11	4,160.69	440.69	94.41	2015 年采购单价较低主要系 2015 年用于水漾肌密的活性物采购量较大，该产品的活性物价格较低。2017 年上半年采购单价较高主要系 2017 年上半年芯肌系列新品活性物中有新增原料，单价较高。
油脂蜡	1,513.95	325.71	46.48	2,663.52	639.92	41.62	2,586.65	658.14	39.30	2,339.79	607.87	38.49	采购单价较为稳定。
乳化剂	739.73	47.19	156.74	1,231.69	91.70	134.32	1,204.58	95.46	126.19	1,137.48	90.28	125.99	2017 年上半年采购单价较高主要系 2017 年上半年推出靓白芯肌新品，用于该系列产品的乳化剂单价较高。
香精油	268.98	5.76	466.90	585.58	13.09	447.42	627.74	13.07	480.33	560.89	12.79	438.54	2015 年采购较高主要系 2015 年水漾肌密产销量较大，该类产品使用的香精油单价较高。
其他	1,687.05	178.55	94.49	2,707.01	336.80	80.37	2,548.68	355.50	71.69	2,660.26	376.64	70.63	采购单价较为稳定。
合计	7,892.73	-	-	15,036.21	-	-	14,203.56	-	-	14,210.48	-	-	

4、水电等能源供应情况

报告期内，公司水费、电费金额及其占当期营业成本的比例如下表所示：

项目 期间	水费		电费	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
2017 年 1-6 月	5.68	0.02	111.15	0.36
2016 年度	13.13	0.02	241.39	0.39
2015 年度	10.92	0.02	219.34	0.36
2014 年度	14.43	0.02	254.89	0.39

（七）公司安全生产和环境保护情况

1、公司安全生产情况

公司为避免安全事故的发生和确保职工的人身安全，在安全管理方面始终坚持预防为主的原则，从培养职工安全意识入手，针对不同岗位的安全特点，采取岗位安全培训、配备劳动保护用品等安全防范措施，以保证职工的人身安全。

公司已取得 GB/T 28001-2011/OHSAS 18001:2007 职业健康安全管理体系认证证书（证书编号：CQM16S10352R1M）。

根据发行人及其生产子公司所在地安全生产监督管理局出具的证明，报告期内发行人及其生产子公司无因安全生产违法违规行为被行政处罚的记录。

保荐机构和发行人律师经核查后认为：报告期内，发行人未发生重大安全生产事故，未受到行政处罚，生产经营符合国家安全生产法律法规的有关规定。

2、公司环境保护情况

公司化妆品生产过程中不存在高危险或重污染的情况。公司针对产品生产过程中产生的废水、噪声等采取了有效的治理和预防措施，以减低其对周边环境的影响程度。

（1）公司生产经营中排放主要污染物名称及排放量情况、环保设施处理能力与实际运行情况

发行人主营业务为化妆品的研发、生产和销售，主要产品包括护肤品、彩妆等产品。根据国家环境保护总局环发[2003]101 号等文件，发行人所处行业不属于重污染行业。发行人化妆品生产过程中不存在高危险或重污染的情况，主要污染物种类包括：（1）废水：主要为发行人生产过程中设备的清洗废水和生活污水等；（2）废气：主要为制造车间异味和食堂油烟；（3）固体废物：主要为生产过程中产生的废弃包装材料、半成品包装袋、生活垃圾等；（4）噪声：主要来源于空压机和制冷压缩机组等设备运行产生的机械噪声。

截至报告期末，发行人及其子公司主要污染物的排放量、环保设施及处理能力等如下：

污染物类别	主要污染物名称	排放量(吨/年)	产生工序	环保设施	处理能力	实际运行情况
废水	废水	26,200	生产	200 吨污水处理装置	充足	正常
	CODCr	1.31				
	氨氮	0.131				
废气	制造车间异味	少量	生产	集尘罩、除尘器	充足	正常
	食堂油烟	0.32	厨房	油烟净化器	充足	正常
固体废物	包装材料	200.00	生产	增设专门收集场所	充足	正常
	半成品包装袋	5.00	生产	固废综合利用处置公司进行无害化处理	充足	正常
	生活垃圾	180.00	生活	环卫部门统一收集处置	充足	正常
噪声	噪声	低于 65dB(A)	空压机和制冷压缩机	隔声装置、防噪耳塞	充足	正常

（2）报告期内公司排污监测达标情况和环保部门现场检查情况

公司已取得 GB/T 24001-2004/ISO 14001:2004 环境管理体系认证证书（证书编号：00216E20417R1M）。

韩雅（杭州）已取得 GB/T 24001-2016 idt ISO 14001:2015 环境管理体系认证证书（证书编号：25117E0017R0S）。

湖州市环境保护局吴兴分局于 2014 年 10 月 15 日出具了“吴环污函（2014）106 号”《关于珀莱雅化妆品股份有限公司湖州分公司申报上市核查的环保情况证明》，其结论性意见为“珀莱雅化妆品股份有限公司湖州分公司自 2012 年 11

月 29 日（成立日）至今的生产经营符合环保相关法律、法规，未发生过环境污染事故，无环境违法行为。”

杭州市余杭区环境保护局于 2014 年 5 月出具了“余环证[2014]131 号”《关于韩雅（杭州）化妆品有限公司环境保护守法证明》，其结论性意见为“韩雅（杭州）化妆品有限公司能遵守国家 and 地方有关环保法律法规的规定，近三年来没有污染事故和环境纠纷事件发生，未因环境违法行为而受环保行政处罚的情况。”

湖州市环境保护监测中心站于 2015 年 5 月出具“湖环监（2015）监字 187 号”《监测报告》，其监测结果显示湖州分公司废水处理、废气排放、噪音控制等均符合国家相关标准。

湖州中一检测研究院有限公司于 2016 年 3 月出具“HJ16-03-0073”号《检测报告》，其检测结果显示湖州分公司废水处理、废气排放、噪音控制等均符合国家相关标准。

杭州格临检测股份有限公司于 2016 年 5 月出具“格临检测（2016）检字第 2016050070 号”《检测报告》，其检测结果显示韩雅（杭州）废水处理、废气排放、噪音控制等均符合国家相关标准。

湖州中一检测研究院有限公司于 2016 年 8 月出具“HJ16-08-0387”号《检测报告》，其检测结果显示湖州分公司废水处理、废气排放、噪音控制等均符合国家相关标准。

湖州中一检测研究院有限公司于 2017 年 1 月出具“HJ17-01-0027”号《检测报告》，其检测结果显示湖州分公司废水处理、废气排放、噪音控制等均符合国家相关标准。

杭州格临检测股份有限公司于 2017 年 2 月出具“格临检测（2017）检字第 170050S001 号、170050Q002 号、170050Z003 号”《检测报告》，其检测结果显示韩雅（杭州）废水处理、无组织废气排放、噪声控制等均符合国家相关标准。

湖州中一检测研究院有限公司于 2017 年 7 月出具“HJ17-07-0606”号《检测报告》，其检测结果显示湖州分公司废水处理、废气排放、噪音控制等均符合国家相关标准。

杭州格临检测股份有限公司于 2017 年 7 月出具“格临检测（2017）检字第 170671S001 号、170671Q002 号、170671Z003 号”《检测报告》，其检测结果显示韩雅（杭州）废水处理、无组织废气排放、噪声控制等均符合国家相关标准。

报告期内，湖州市吴兴区环保局不定期对公司环保设施是否正常运转进行现场检查，检查记录显示公司环保设施均正常运转。

（3）报告期各年环保投入和相关费用支出情况

报告期内，发行人环保投入和相关费用支出如下：

年度	环保投入项目	环保投入、费用（万元）	备注
2017 年 1-6 月	环保设施运行及维护	16.04	污水处理用药剂、渗透膜更换及清理、污水处理人工费用等
	危险废物、垃圾处置费	25.18	过期产品及废弃包装物无害化处理、生活垃圾处置等
	环保检测及技术服务费	1.05	环保检测相关费用
	合计	42.27	
2016 年度	环保设施运行及维护	56.84	污水处理用药剂、渗透膜更换及清理、污水处理人工费用等
	危险废物、垃圾处置费	46.73	过期产品及废弃包装物无害化处理、生活垃圾处置等
	环保检测及技术服务费	7.05	环保检测相关费用
	合计	110.61	
2015 年度	环保设施运行及维护	60.26	污水处理用药剂、渗透膜更换及清理、污水处理人工费用等
	危险废物、垃圾处置费	43.28	过期产品及废弃包装物无害化处理、生活垃圾处置等
	环保检测及技术服务费	5.00	环保检测相关费用
	合计	108.54	
2014 年	环保设施运行及维护	63.76	污水处理用药剂、渗透膜更换及清理、污水处理人工费用等
	危险废物、垃圾处置费	28.33	过期产品及废弃包装物无害化处理、生活垃圾处置等
	环保检测及技术服务费	6.31	环保检测相关费用
	合计	98.40	

报告期内，公司主要产品护肤品、彩妆的产量分别为 12,481.26 万支、11,232.58 万支、12,747.68 万支和 5,711.48 万支，与公司环保设施运行及维护费、危险废物、垃圾处置费等基本匹配，且报告期内发行人环保监测均达标。报告期内公司环保投入与排污量相匹配。

（4）在建和拟建项目是否已通过环境影响评价

①在建项目

截至报告期末，发行人在建项目为杭政储出[2013]53 号地块商业商务用房项目（珀莱雅大厦）。该项目已于 2015 年 7 月取得杭州市环保局西湖环保分局出具的杭西环评批[2015]0222 号《建设项目环境影响评价文件审批意见》。

②拟建项目

发行人本次发行募集资金投资项目的项目核准备案、环评审批及用地情况如下：

募投项目	项目备案文件	环评文件	用地
营销网络建设项目	杭州市西湖区发展和改革委员会西发改技备案（2016）5 号《杭州市西湖区企业投资项目备案通知书（技术改造）》	--	--
产品中心建设项目	杭州市西湖区发展和改革委员会西发改技备案（2016）3 号《杭州市西湖区企业投资项目备案通知书（技术改造）》	--	未新征用土地，使用已有土地（杭西国用（2014）第 100053 号）
化妆品生产线技术改造项目	湖州市吴兴区发展和改革委员会吴发改经投备（2016）32 号《浙江省工业企业“零土地”技术改造项目备案通知书》	湖州市吴兴区环境保护局 2016004 号《浙江省工业企业“零土地”技术改造项目环境影响评价文件承诺备案受理书》	未新征用土地，使用已有土地（吴土国用（2014）第 001361 号）

根据浙江省环保厅《关于印发<浙江省第一批不纳入建设项目环境影响评价审批的目录（试行）>的通知》（浙环发（2012）90号）、《关于印发<浙江省第二批不纳入建设项目环境影响评价审批的目录（试行）>的通知》（浙环发（2013）34号），科研设计、软件开发、办公信息化系统开发及建设、零售商店等不涉及土建及生产的项目，无需申请环境影响评价审批。公司本次发行募集资金投资项目中的营销网络建设项目、产品中心建设项目不新增土建及生产，无需申请环境影响评价审批。

保荐机构和发行人律师经核查后认为：报告期内，发行人未发生重大环保违法违规行，未受到行政处罚，发行人的生产经营符合国家环境保护的有关规定。

十、发行人的主要固定资产及无形资产

（一）发行人的主要固定资产

截至报告期末，公司主要固定资产情况如下：

固定资产构成	原值（万元）	账面价值（万元）	财务成新率
房屋及建筑物	23,902.00	19,409.97	82.21%
通用设备	1,959.18	774.80	39.55%
专用设备	11,811.08	5,887.67	49.85%
运输工具	1,186.43	491.09	41.39%
合计	38,858.70	26,563.53	68.36%

1、发行人拥有的房屋及建筑物

截至报告期末，公司所拥有的房屋均为合法取得，并拥有房屋所有权证书，具体情况如下：

序号	房产证号	坐落地	所属城市	面积（m²）	是否设定抵押
1	杭房权证西更字第 13083659 号	世贸丽晶城欧美中心 1 号楼（D 区）1601 室	杭州	275.85	是
2	杭房权证西更字第 13083658 号	世贸丽晶城欧美中心 1 号楼（D 区）1602 室	杭州	155.95	是
3	杭房权证西更字第 13083657 号	世贸丽晶城欧美中心 1 号楼（D 区）1603 室	杭州	404.87	是
4	杭房权证西更字第 13083656 号	世贸丽晶城欧美中心 1 号楼（D 区）1605 室	杭州	286.47	是

5	湖房权证湖州市字第 130021286 号	埭溪国道北路 12 号	湖州	772.46	是
6	湖房权证湖州市字第 130021285 号	埭溪国道北路 12 号	湖州	1,243.82	是
7	湖房权证湖州市字第 130021284 号	埭溪国道北路 12 号	湖州	5,245.98	是
8	湖房权证湖州市字第 130021283 号	湖州市上强工业园国道北路 16 号	湖州	41.85	是
9	湖房权证湖州市字第 130021274 号	湖州市上强工业园国道北路 16 号	湖州	63.55	是
10	湖房权证湖州市字第 130021280 号	湖州市上强工业园国道北路 16 号	湖州	65.36	是
11	湖房权证湖州市字第 130021281 号	湖州市上强工业园国道北路 16 号	湖州	173.74	是
12	湖房权证湖州市字第 130021282 号	湖州市上强工业园国道北路 16 号	湖州	218.49	是
13	湖房权证湖州市字第 130021276 号	湖州市上强工业园国道北路 16 号	湖州	705.90	是
14	湖房权证湖州市字第 130021277 号	湖州市上强工业园国道北路 16 号	湖州	1,118.02	是
15	湖房权证湖州市字第 130021275 号	湖州市上强工业园国道北路 16 号	湖州	5,025.37	是
16	湖房权证湖州市字第 130021278 号	湖州市上强工业园国道北路 16 号	湖州	5,208.90	是
17	湖房权证湖州市字第 130021279 号	湖州市上强工业园国道北路 16 号	湖州	35,231.67	是
18	湖房权证湖州市字第 130036285 号	湖州市埭溪镇上强工业园国道北路 16 号	湖州	14,610.85	是
19	湖房权证湖州市字第 130036286 号	湖州市埭溪镇上强工业园国道北路 16 号	湖州	7,563.44	是
20	湖房权证湖州市字第 130036287 号	湖州市埭溪镇上强工业园国道北路 16 号	湖州	4,964.90	是
21	湖房权证湖州市字第 130036283 号	湖州市埭溪镇上强工业园国道北路 16 号	湖州	12,592.24	否
22	湖房权证湖州市字第 130036284 号	湖州市埭溪镇上强工业园国道北路 16 号	湖州	7,820.74	否
合计		-	-	103,790.42	-

2、发行人拥有的主要设备

截至报告期末，发行人对与公司业务及生产经营相关的主要设备均依法享有所有权，具体情况如下：

序号	设备名称	单位	数量	原值 (万元)	成新率 (%)	尚可使用 年限 (年)
1	暖通设备	套	1	838.00	14.50	1.45

2	2T 乳化锅-EKATO	套	1	711.42	81.79	8.18
3	空调净化设备	台	1	442.72	66.75	6.67
4	CAM 全自动塑封机	台	4	430.03	74.67	7.47
5	高压软启动成套设备	台	1	396.60	14.50	1.45
6	水乳灌装机	台	2	345.90	68.33	6.83
7	软管流水线	条	1	289.76	68.33	6.83
8	MFS 自动称配系统	套	1	269.41	74.67	7.47
9	EKATO 真空搅拌乳化机 1000L	台	2	470.88	45.38	4.54
10	仓库货架	套	1	207.12	63.58	6.36
11	CAM 装盒机	台	1	189.02	76.25	7.62
12	SAP 机房机器设备	台	1	182.39	45.37	4.54
13	KP600 装盒机	台	3	522.19	88.66	8.87
14	成品库货架	套	1	163.78	5.00	0.25
15	污水处理设备	套	1	152.99	64.37	6.44
16	赋码流水线	条	1	149.66	64.37	6.44
17	EKATO 搅拌乳化锅 60kg	台	1	108.58	49.33	4.93
18	Ultra Homo Mixer 搅拌乳化锅 500kg	台	1	105.17	16.08	1.61
19	变电设备	套	1	104.72	43.00	4.30
合计		-	26	6,080.34	-	-

（二）发行人的主要无形资产

截至报告期末，公司的主要无形资产为土地使用权、办公软件、专利权和技术转让费。报告期末，公司土地使用权、办公软件、专利权和技术转让费的账面原值分别为：37,592.37 万元、1,651.92 万元、42.00 万元和 53.26 万元，账面价值为 33,925.74 万元、575.99 万元、3.50 万元和 1.55 万元。其中土地使用权具体情况如下：

序号	证号	位置	面积 (M ²)	终止日期	是否设定抵押
1	杭西国用(2013)第 006829 号	西湖区世贸丽景城欧美中心 1 号楼(D 区) 1601 室	19.30	2052.09.28	是
2	杭西国用(2013)第 006823 号	西湖区世贸丽景城欧美中心 1 号楼(D 区) 1602 室	10.90	2052.09.28	是

3	杭西国用（2013） 第 006828 号	西湖区世贸丽景城欧 美中心 1 号楼（D 区） 1603 室	28.30	2052.09.28	是
4	杭西国用（2013） 第 006826 号	西湖区世贸丽景城欧 美中心 1 号楼（D 区） 1605 室	20.00	2052.09.28	是
5	杭西国用（2014） 第 100053 号	西湖区古墩路与西溪 路交叉口西北角	15,451.00	2053.10.11	是
6	吴土国用（2014） 第 001361 号	湖州市上强工业园国 道北路 16 号	50,149.40	2057.05.22	是
7	吴土国用（2014） 第 001362 号	湖州市埭溪镇国道北 路 12 号	18,432.00	2056.11.30	是
8	吴土国用（2014） 第 002440 号	湖州市埭溪镇上强工 业园国道北路 16 号	33,620.40	2061.07.20	是
9	吴土国用（2014） 第 002439 号	湖州市埭溪镇上强工 业园国道北路 16 号	29,794.20	2063.03.11	否
合计	—	—	147,525.50	—	—

（三）发行人拥有的商标、专利

1、商标

（1）发行人拥有的境内商标

截至报告期末，发行人对与公司业务及生产经营相关的 481 项境内商标均依法享有所有权，具体情况详见“附表 1-1 珀莱雅股份及其子公司现拥有的境内商标权”。

（2）发行人拥有的境外商标

截至报告期末，发行人拥有的境外商标情况如下：

序号	注册号	注册地	类别	商标	权利人	有效期	取得方式
1	4764157	美国	3	PROYA	珀莱雅股份	2025.6.29	原始取得
2	013439328	欧盟	3, 21, 44	PROYA	珀莱雅股份	2024.11.7	原始取得
3	301727253	香港	3	PROYA	珀莱雅股份	2020.9.29	受让取得
4	301727271	香港	3	珀莱雅	珀莱雅股份	2020.9.29	受让取得

序号	注册号	注册地	类别	商标	权利人	有效期	取得方式
5	301765413	香港	21, 44	珀莱雅	珀莱雅股份	2020.11.15	受让取得
6	301765431	香港	21, 44	PROYA	珀莱雅股份	2020.11.15	受让取得
7	303077505	香港	3	PROYA	珀莱雅股份	2024.7.22	原始取得
8	303077514	香港	3	PROYA 珀莱雅	珀莱雅股份	2024.7.22	原始取得
9	303077523	香港	3	PROYA 珀莱雅	珀莱雅股份	2024.7.22	原始取得
10	303077532	香港	3	!PROYA	珀莱雅股份	2024.7.22	原始取得
11	144132323	法国	3、21、 44	PROYA	珀莱雅股份	2024.11.7	原始取得
12	1269080	马德里	3	PROYA	珀莱雅股份	2025.5.1	原始取得
13	303571588	香港	3, 35	Hapsode	珀莱雅股份	2025 年 10 月 20 日	自主取得
14	01771349	台湾	3	Hapsode	珀莱雅股份	2026 年 5 月 31 日	自主取得
15	01772813	台湾	35	Hapsode	珀莱雅股份	2026 年 5 月 31 日	自主取得
16	5833585	日本	3	Hapsode	珀莱雅股份	2026 年 3 月 10 日	自主取得
17	5833586	日本	35	Hapsode	珀莱雅股份	2026 年 3 月 10 日	自主取得
18	41-036942 4	韩国	35	Hapsode	珀莱雅股份	2026 年 8 月 21 日	自主取得
19	40-119680 1	韩国	3	Hapsode	珀莱雅股份	2026 年 8 月 16 日	自主取得
20	53755	中国澳门	3	PROYA	珀莱雅股份	2018 年 5 月 20 日	受让取得
21	53754	中国澳门	44	珀莱雅	珀莱雅股份	2018 年 5 月 20 日	受让取得

序号	注册号	注册地	类别	商标	权利人	有效期	取得方式
22	53757	中国澳门	44	PROYA	珀莱雅股份	2018年5月20日	受让取得
23	53752	中国澳门	3	珀莱雅	珀莱雅股份	2018年5月20日	受让取得
24	5463623	日本	3	PROYA	珀莱雅股份	2022年1月19日	受让取得
25	5463623	日本	21	PROYA	珀莱雅股份	2022年1月19日	受让取得
26	5463623	日本	44	PROYA	珀莱雅股份	2022年1月19日	受让取得
27	T1304495B	新加坡	3	PROYA	珀莱雅股份	2023年5月19日	受让取得
28	T1304497I	新加坡	44	PROYA	珀莱雅股份	2023年5月19日	受让取得
29	T1306859B	新加坡	3	珀莱雅	珀莱雅股份	2023年4月19日	受让取得
30	T1306862B	新加坡	44	珀莱雅	珀莱雅股份	2023年4月19日	受让取得

2、专利

(1) 截至报告期末，公司已取得的境内专利情况如下：

序号	专利名称	专利权人	专利号	专利类型	专利截止日期	取得方式
1	DHA 脂质纳米粒的制备方法	珀莱雅股份	200810107303.8	发明专利	2028.10.23	受让取得
2	菊米中黄酮类物质的提取方法	珀莱雅股份	200810162423.8	发明专利	2028.11.23	受让取得
3	负载茶多酚的多重乳液及其制备方法	珀莱雅股份	201010151272.3	发明专利	2030.04.15	受让取得
4	一种油包水型乳状液及其制备方法	珀莱雅股份	200810203279.8	发明专利	2028.11.24	受让取得
5	一种发酵液中 γ -聚谷氨酸的提取方法	珀莱雅股份	201010184001.8	发明专利	2030.05.24	受让取得
6	一种高珠光高泡沫的皂基洁面膏及其制备	珀莱雅股份	201110101005.X	发明专利	2031.04.21	自主研发

	方法					
7	一种三层水类化妆品	珀莱雅股份	201110264247.0	发明专利	2031.09.04	自主研发
8	一种海绵笔芯的灌注方法及装置	珀莱雅股份	201110267788.9	发明专利	2031.09.08	自主研发
9	一种抗黑眼圈脂质纳米粒乳液及其制备方法	珀莱雅股份	201210295097.4	发明专利	2032.08.16	自主研发
10	一种复合美白脂质纳米粒乳液的制备方法	珀莱雅股份	201210295096.x	发明专利	2032.08.16	自主研发
11	化妆品用花瓣的制作方法	珀莱雅股份	201210172405.4	发明专利	2032.05.29	自主研发
12	皮肤抗老化脂质纳米粒乳液及其制备方法	珀莱雅股份	201210302608.0	发明专利	2032.08.22	自主研发
13	一种复合祛痘脂质纳米粒乳液及其制备方法	珀莱雅股份	201210302610.8	发明专利	2032.08.22	自主研发
14	一种含生物缓冲剂的护肤品	珀莱雅股份	201210302620.1	发明专利	2032.08.22	自主研发
15	一种能折射出霓虹光彩的透明防晒化妆品	珀莱雅股份	201210551769.3	发明专利	2032.12.19	自主研发
16	一种不产生皂垢的皂基洁面膏	珀莱雅股份	201310108234.3	发明专利	2033.04.01	自主研发
17	具有抗老化功效的深亚微米粒乳液的制备方法	珀莱雅股份	201310339088.5	发明专利	2033.08.06	自主研发
18	一种美白修复脂质纳米粒乳液的制备方法	珀莱雅股份	201310343565.5	发明专利	2033.08.08	自主研发
19	一种阿江榄仁树树皮提取物脂质纳米粒乳液的制备方法	珀莱雅股份	201310343596.0	发明专利	2033.08.08	自主研发
20	一种抑制美白化妆品变黄的方法	珀莱雅股份	201310343597.5	发明专利	2033.08.08	自主研发
21	一种富含多种水果提取物的纳米粒乳液及其制备方法	珀莱雅股份	201310532323.0	发明专利	2033.10.30	自主研发
22	一种制备具有固相内核的美白纳米粒乳液的方法	珀莱雅股份	201310673508.3	发明专利	2033.12.12	自主研发
23	一种能恢复皮肤微生物生态的非离子表面活性剂囊泡及其制备方法	珀莱雅股份	201410056185.8	发明专利	2034.02.19	自主研发
24	一种灵芝孢子油的制备方法	珀莱雅股份	201410164720.1	发明专利	2034.04.23	自主研发
25	一种化妆水用保湿纳米遮光剂及其制备方法	珀莱雅股份	201410088522.1	发明专利	2034.03.11	自主研发
26	一种同时具祛痘美白	珀莱雅股份	201310214654.X	发明专利	2033.05.30	自主研发

	及痘印消除功能的组合物					
27	一种保湿组合物颗粒及其制备方法	珀莱雅股份	201410589624.1	发明专利	2034.10.28	自主研发
28	一种具有皮肤紧致功效的组合物的制备方法	珀莱雅股份	201410611722.0	发明专利	2034.11.03	自主研发
29	表面具备立体印花的化妆粉块的制备方法 及制备装置	珀莱雅股份	201510089052.5	发明专利	2035.02.26	自主研发
30	一种具美白效果的环糊精包合物脂质体的制备方法	珀莱雅股份	201410613312.X	发明专利	2034.11.03	自主研发
31	一种海绵笔芯灌注装置	珀莱雅股份	201120341734.8	实用新型	2021.09.08	自主研发
32	用于化妆刷拔出力测试的柄筒固定装置	珀莱雅股份	201120242626.5	实用新型	2021.07.10	自主研发
33	用于测试化妆品塑胶盒后铰链扭断力的测力针	珀莱雅股份	201120242629.9	实用新型	2021.07.10	自主研发
34	一种制备含内芯的功能唇膏的装置	珀莱雅股份	201220375278.3	实用新型	2022.07.29	自主研发
35	一种用于测试头发卷曲保持性能的装置	珀莱雅股份	201220421402.5	实用新型	2022.08.21	自主研发
36	一种制备内外均具有不规则花纹的彩妆粉块的装置	珀莱雅股份	201220472941.1	实用新型	2022.09.13	自主研发
37	一种制备多色于一体的块状组合式口红唇膏的装置	珀莱雅股份	201320081811.X	实用新型	2023.02.22	自主研发
38	一种翻折式拉手内碗	珀莱雅股份	201320183462.2	实用新型	2023.04.12	自主研发
39	一种自动闭合式的喷头按钮	珀莱雅股份	201320264741.1	实用新型	2023.05.16	自主研发
40	一种双色口红唇膏的制备装置	珀莱雅股份	201320289697.X	实用新型	2023.05.24	自主研发
41	一种高气密性广口瓶	珀莱雅股份	201320598596.0	实用新型	2023.09.27	自主研发
42	一种新型化妆品瓶	珀莱雅股份	201320758421.1	实用新型	2023.11.27	自主研发
43	一种可后填充的便携式化妆品容器	珀莱雅股份	201420667287.9	实用新型	2024.11.11	自主研发
44	一种真空式自动睫毛	珀莱雅	201420369248.0	实用新型	2024.07.07	自主

	膏瓶	股份				研发
45	一种整体式双色唇彩包装瓶	珀莱雅股份	201420424270.0	实用新型	2024.07.30	自主研发
46	一种卡扣式化妆品容器	珀莱雅股份	201420423845.7	实用新型	2024.07.30	自主研发
47	一种湿法成型粉块类化妆品的装置	珀莱雅股份	201420735101.9	实用新型	2024.12.01	自主研发
48	一种在唇膏表面喷涂珠光颜料的装置	珀莱雅股份	201420577991.5	实用新型	2024.10.09	自主研发
49	一种一次性使用的粉类化妆品	珀莱雅股份	201420480595.0	实用新型	2024.08.25	自主研发
50	一种新型的清洁剂剂涂抹装置	珀莱雅股份	201420480612.0	实用新型	2024.08.25	自主研发
51	用于加工纳米乳液的高剪切装置	珀莱雅股份	201120473534.8	实用新型	2021.11.23	受让取得
52	用于加工纳米乳液的均质阀装置	珀莱雅股份	201120473548.x	实用新型	2021.11.23	受让取得
53	用于加工纳米乳液的过滤装置	珀莱雅股份	201120473539.0	实用新型	2021.11.23	受让取得
54	进料球阀装置	珀莱雅股份	201120473537.1	实用新型	2021.11.23	受让取得
55	用于加工纳米乳液的装置	珀莱雅股份	201120473552.6	实用新型	2021.11.23	受让取得
56	用于加工纳米乳液的多重过滤装置	珀莱雅股份	201120473550.7	实用新型	2021.11.23	受让取得
57	用于循环保温的加热装置	珀莱雅股份	201120473546.0	实用新型	2021.11.23	受让取得
58	用于加工纳米乳液的系统	珀莱雅股份	201120473555.x	实用新型	2021.11.23	受让取得
59	化妆品包装瓶	珀莱雅股份	200830083508.8	外观设计	2018.04.02	自主研发
60	化妆品包装盒(九色眼影)	珀莱雅股份	200930125560.X	外观设计	2019.08.26	自主研发
61	化妆品包装盒(四色眼影)	珀莱雅股份	200930125562.9	外观设计	2019.08.26	自主研发
62	化妆品包装盒(口红)	珀莱雅股份	200930125563.3	外观设计	2019.08.26	自主研发
63	化妆品包装盒(弹力粉饼)	珀莱雅股份	200930125564.8	外观设计	2019.08.26	自主研发
64	化妆品包装筒(腮红)	珀莱雅股份	200930125565.2	外观设计	2019.08.26	自主研发
65	化妆品包装筒(唇膏)	珀莱雅股份	200930125566.7	外观设计	2019.08.26	自主研发
66	化妆品包装瓶(眼霜)	珀莱雅股份	200930125777.0	外观设计	2019.09.24	自主研发
67	化妆品包装瓶(爽肤水)	珀莱雅股份	200930125778.5	外观设计	2019.09.24	自主研发

68	化妆品包装瓶(乳液)	珀莱雅股份	200930125779.X	外观设计	2019.9.24	自主研发
69	化妆品包装瓶(精华素)	珀莱雅股份	200930125780.2	外观设计	2019.09.24	自主研发
70	化妆品包装瓶(膏霜)	珀莱雅股份	200930125788.9	外观设计	2019.09.24	自主研发
71	化妆品包装瓶盖	珀莱雅股份	200930269652.5	外观设计	2019.12.02	自主研发
72	化妆瓶（海能量洁面霜）	珀莱雅股份	201130398443.8	外观设计	2021.10.27	自主研发
73	化妆瓶（活能水）	珀莱雅股份	201130398511.0	外观设计	2021.10.27	自主研发
74	化妆瓶(海洋水动力精华液)	珀莱雅股份	201130398488.5	外观设计	2021.10.27	自主研发
75	化妆瓶（海能量紧肤水）	珀莱雅股份	201130398512.5	外观设计	2021.10.27	自主研发
76	化妆瓶（海洋透析白霜）	珀莱雅股份	201130398498.9	外观设计	2021.10.27	自主研发
77	化妆瓶（海能量润护霜）	珀莱雅股份	201130398514.4	外观设计	2021.10.27	自主研发
78	化妆瓶（海能量润护乳）	珀莱雅股份	201130398496.x	外观设计	2021.10.27	自主研发
79	化妆品瓶（新晶蓝150）	珀莱雅股份	201330003282.7	外观设计	2023.01.06	自主研发
80	化妆品瓶（新晶蓝120）	珀莱雅股份	201330003309.2	外观设计	2023.01.06	自主研发
81	化妆品瓶（新晶蓝50）	珀莱雅股份	201330003293.5	外观设计	2023.01.06	自主研发
82	化妆瓶（炫亮唇彩）	珀莱雅股份	201330031999.2	外观设计	2023.01.31	自主研发
83	化妆盒（魅彩四色眼影）	珀莱雅股份	201330031997.3	外观设计	2023.01.31	自主研发
84	化妆瓶（琉光唇膏）	珀莱雅股份	201330031981.2	外观设计	2023.01.31	自主研发
85	化妆瓶（梦魅睫毛膏）	珀莱雅股份	201330031944.1	外观设计	2023.01.31	自主研发
86	化妆瓶（润活水粉霜）	珀莱雅股份	201330031961.5	外观设计	2023.01.31	自主研发
87	化妆瓶（瓷白粉底液）	珀莱雅股份	201330031963.4	外观设计	2023.01.31	自主研发
88	化妆盒（弹力粉饼）	珀莱雅股份	201330031989.9	外观设计	2023.01.31	自主研发
89	化妆盒（立体粉饼）	珀莱雅股份	201330031987.X	外观设计	2023.01.31	自主研发
90	化妆瓶（旋翘睫毛膏）	珀莱雅股份	201330031903.2	外观设计	2023.01.31	自主研发
91	化妆盒（星纱眼影）	珀莱雅股份	201330031998.8	外观设计	2023.01.31	自主研发

92	化妆品内碗（珀莱雅50g）	珀莱雅股份	201330095705.2	外观设计	2023.04.01	自主研发
93	化妆品瓶（男士均衡保湿露）	珀莱雅股份	201430156282.5	外观设计	2024.05.29	自主研发
94	化妆品瓶（新早晚水）	珀莱雅股份	201430134297.1	外观设计	2024.06.25	自主研发
95	化妆品瓶（男士爽肤水）	珀莱雅股份	201430211331.0	外观设计	2024.06.30	自主研发
96	化妆品瓶（新早晚霜）	珀莱雅股份	201430201541.1	外观设计	2024.06.25	自主研发
97	化妆品瓶（翡翠鱼子新生元液）	珀莱雅股份	201430427517.X	外观设计	2024.11.03	自主研发
98	化妆品瓶（翡翠鱼子新生精华）	珀莱雅股份	201430427514.6	外观设计	2024.11.03	自主研发
99	化妆品瓶（翡翠鱼子新生乳液）	珀莱雅股份	201430427516.5	外观设计	2024.11.03	自主研发
100	化妆品瓶（翡翠鱼子新生面霜）	珀莱雅股份	201430427513.1	外观设计	2024.11.03	自主研发
101	化妆品瓶（鱼子新生面霜彩）	珀莱雅股份	201430438775.8	外观设计	2024.11.10	自主研发
102	化妆品瓶（鱼子新生精华彩）	珀莱雅股份	201430438692.9	外观设计	2024.11.10	自主研发
103	化妆品瓶（鱼子新生元液彩）	珀莱雅股份	201430438788.5	外观设计	2024.11.10	自主研发
104	化妆品包装管（鱼子新生洁面乳彩）	珀莱雅股份	201430438787.0	外观设计	2024.11.10	自主研发
105	化妆品瓶（鱼子新生乳液彩）	珀莱雅股份	201430438807.4	外观设计	2024.11.10	自主研发
106	化妆品瓶（水动力霜）	珀莱雅股份	201530127554.3	外观设计	2025.05.04	自主研发
107	化妆品瓶（优资莱眼霜）	珀莱雅股份	201530127552.4	外观设计	2025.05.04	自主研发
108	化妆品瓶（优资莱水）	珀莱雅股份	201530127551.X	外观设计	2025.05.04	自主研发
109	化妆品瓶（水动力水）	珀莱雅股份	201530127818.5	外观设计	2025.05.04	自主研发
110	化妆品瓶（优资莱美人肩化妆水）	珀莱雅股份	201530299719.5	外观设计	2025.08.10	自主研发
111	化妆品瓶（优资莱美人肩霜）	珀莱雅股份	201530299677.5	外观设计	2025.08.10	自主研发
112	化妆品瓶（优资莱美人肩精华）	珀莱雅股份	201530299637.0	外观设计	2025.08.10	自主研发
113	化妆品瓶（优资莱美人肩乳液）	珀莱雅股份	201530299487.3	外观设计	2025.08.10	自主研发
114	化妆品容器（大溪地系列水）	珀莱雅股份	201630321343.8	外观设计	2026.07.13	自主研发
115	化妆品容器（大溪地系列精华40）	珀莱雅股份	201630322313.9	外观设计	2026.07.13	自主研发

116	化妆品容器(大溪地系列霜)	珀莱雅股份	201630321342.3	外观设计	2026.07.13	自主研发
117	化妆品瓶(低端120ml)	珀莱雅股份	201630440126.0	外观设计	2026.08.28	自主研发
118	化妆品包装瓶(雪肌瑾璨美肌面霜)	韩雅(杭州)	201130005951.5	外观设计	2021.01.13	自主研发
119	化妆品包装瓶(雪肌瑾璨美肌精华素)	韩雅(杭州)	201130005915.9	外观设计	2021.01.13	自主研发
120	化妆品包装瓶(早晚保湿水)	韩雅(杭州)	201130005982.0	外观设计	2021.01.13	自主研发
121	化妆品包装瓶(早晚霜)	韩雅(杭州)	201130006012.2	外观设计	2021.01.13	自主研发
122	化妆品包装瓶(眼部精华素)	韩雅(杭州)	201130005985.4	外观设计	2021.01.13	自主研发
123	化妆品包装瓶(皮肤护理膏)	韩雅(杭州)	201130006014.1	外观设计	2021.01.13	自主研发
124	化妆品包装瓶(雪肌瑾璨美肌乳)	韩雅(杭州)	201130005954.9	外观设计	2021.01.13	自主研发
125	化妆品包装瓶(雪肌瑾璨美肌水)	韩雅(杭州)	201130005968.0	外观设计	2021.01.13	自主研发
126	化妆品包装瓶(早晚乳液)	韩雅(杭州)	201130005981.6	外观设计	2021.01.13	自主研发
127	化妆瓶(蜗牛修复精华液)	韩雅(杭州)	201330205825.3	外观设计	2023.05.23	自主研发
128	包装盒(蜗牛修复洁面膏)	韩雅(杭州)	201330205609.9	外观设计	2023.05.23	自主研发
129	包装盒(蜗牛精华修复霜)	韩雅(杭州)	201330205627.7	外观设计	2023.05.23	自主研发
130	化妆瓶(蜗牛精华修复霜)	韩雅(杭州)	201330206030.4	外观设计	2023.05.23	自主研发
131	包装盒(蜗牛修复BB霜)	韩雅(杭州)	201330206218.9	外观设计	2023.05.23	自主研发
132	化妆瓶(蜗牛修复BB霜)	韩雅(杭州)	201330206148.7	外观设计	2023.05.23	自主研发
133	化妆瓶(蜗牛修复美肌水)	韩雅(杭州)	201330205888.9	外观设计	2023.05.23	自主研发
134	软管(蜗牛修复洁面乳)	韩雅(杭州)	201330206105.9	外观设计	2023.5.23	自主研发
135	包装盒(人参保湿润白露)	韩雅(杭州)	201330233128.9	外观设计	2023.06.04	自主研发
136	软管(人参洁面膏)	韩雅(杭州)	201330232150.1	外观设计	2023.06.04	自主研发
137	包装盒(人参保湿润白乳)	韩雅(杭州)	201330232142.7	外观设计	2023.06.04	自主研发
138	化妆瓶(人参眼精华)	韩雅(杭州)	201330232249.1	外观设计	2023.06.04	自主研发
139	化妆瓶(人参保湿润白乳)	韩雅(杭州)	201330232141.2	外观设计	2023.06.04	自主研发
140	化妆瓶(人参保湿润白	韩雅	201330232132.3	外观设计	2023.06.04	自主

	霜)	(杭州)				研发
141	化妆瓶 (明星致臻)	韩雅 (杭州)	201330460442.0	外观设计	2023.09.25	自主研发
142	化妆品瓶(沁漾肌底菁华液)	韩雅 (杭州)	201530172703.8	外观设计	2025.05.31	自主研发
143	化妆品瓶(悦芙媞霜容器)	悦芙媞 (杭州)	201630280927.5	外观设计	2026.06.26	自主研发
144	化妆品瓶(悦芙媞精华容器)	悦芙媞 (杭州)	201630281029.1	外观设计	2026.06.26	自主研发
145	化妆品瓶(悦芙媞护肤水容器)	悦芙媞 (杭州)	201630281028.7	外观设计	2026.06.26	自主研发
146	化妆品瓶 (P365 荟妍雪肌水)	悦芙媞 (杭州)	201630306953.0	外观设计	2026.07.06	自主研发
147	化妆品包装管 (P360 漾动感防晒霜)	悦芙媞 (杭州)	201630306947.5	外观设计	2026.07.06	自主研发
148	化妆品瓶 (P181 辣木护发乳)	悦芙媞 (杭州)	201630306949.4	外观设计	2026.07.06	自主研发
149	化妆品瓶 (P359 遮阳伞防晒霜)	悦芙媞 (杭州)	201630306948.X	外观设计	2026.07.06	自主研发
150	化妆品包装管 (P0184 辣木洗发露)	悦芙媞 (杭州)	201630309162.3	外观设计	2026.07.06	自主研发
151	化妆品瓶 (P140 花木净颜泡沫)	悦芙媞 (杭州)	201630308067.1	外观设计	2026.07.06	自主研发
152	化妆品瓶 (P0361 润色防晒霜)	悦芙媞 (杭州)	201630308963.8	外观设计	2026.07.06	自主研发
153	化妆品包装瓶 (P178 免洗护手)	悦芙媞 (杭州)	201630308029.6	外观设计	2026.07.06	自主研发
154	化妆品瓶 (P171 水感喷雾)	悦芙媞 (杭州)	201630308045.5	外观设计	2026.07.06	自主研发
155	化妆品包装管 (P0043 绿蜂胶)	悦芙媞 (杭州)	201630308958.7	外观设计	2026.07.06	自主研发
156	化妆品瓶 (P29 冰川喷雾)	悦芙媞 (杭州)	201630308126.5	外观设计	2026.07.06	自主研发
157	化妆品瓶 (P32 红酵肌底液)	悦芙媞 (杭州)	201630308120.8	外观设计	2026.07.06	自主研发
158	面膜包装瓶 (P118 海藻面膜)	悦芙媞 (杭州)	201630308092.X	外观设计	2026.07.06	自主研发
159	面膜包装瓶 (P111 玫瑰果面膜)	悦芙媞 (杭州)	201630308089.8	外观设计	2026.07.06	自主研发
160	面膜包装瓶 (P119 香橙面膜)	悦芙媞 (杭州)	201630308091.5	外观设计	2026.07.06	自主研发
161	化妆品包装瓶 (P126 酵素凝胶)	悦芙媞 (杭州)	201630308075.6	外观设计	2026.07.06	自主研发
162	化妆品瓶 (P172 平衡喷雾)	悦芙媞 (杭州)	201630308047.4	外观设计	2026.07.06	自主研发
163	化妆品包装管 (P0144 冰黑泥洁面乳)	悦芙媞 (杭州)	201630308956.8	外观设计	2026.07.06	自主研发
164	化妆品包装管 (P0175 森立护手霜)	悦芙媞 (杭州)	201630309171.2	外观设计	2026.07.06	自主研发

165	化妆品瓶（P0138 花木卸妆膏）	悦芙媞（杭州）	201630308957.2	外观设计	2026.07.06	自主研发
166	化妆品包装管（P0174 花瓣护手霜）	悦芙媞（杭州）	201630309172.7	外观设计	2026.07.06	自主研发
167	化妆品瓶（P37 红醇眼霜）	悦芙媞（杭州）	201630308284.0	外观设计	2026.07.06	自主研发
168	面膜包装瓶（P10 百合亮面膜）	悦芙媞（杭州）	201630308282.1	外观设计	2026.07.06	自主研发
169	面膜包装瓶（P123 红参面膜）	悦芙媞（杭州）	201630308070.3	外观设计	2026.07.06	自主研发
170	化妆品包装瓶（P130 花木净颜洁面乳）	悦芙媞（杭州）	201630308068.6	外观设计	2026.07.06	自主研发
171	化妆品瓶（P114 夏威夷）	悦芙媞（杭州）	201630308209.4	外观设计	2026.07.06	自主研发
172	化妆品瓶（P116 夏威夷热岩）	悦芙媞（杭州）	201630308263.9	外观设计	2026.07.06	自主研发
173	化妆品瓶（P121 黑糖面膜）	悦芙媞（杭州）	201630308208.X	外观设计	2026.07.06	自主研发
174	化妆品包装管（P0176 甜蜜护手霜）	悦芙媞（杭州）	201630309163.8	外观设计	2026.07.06	自主研发
175	化妆品瓶（P406 林木花镜）	悦芙媞（杭州）	201630306935.2	外观设计	2026.07.06	自主研发
176	面膜包装瓶（P117 大米面膜）	悦芙媞（杭州）	201630308129.9	外观设计	2026.07.06	自主研发
177	化妆品瓶（P173 透亮喷雾）	悦芙媞（杭州）	201630308163.6	外观设计	2026.07.06	自主研发
178	化妆品瓶（P143 冰黑泥啫喱）	悦芙媞（杭州）	201630308072.2	外观设计	2026.07.06	自主研发
179	化妆品包装管（P2 晨露草眼膜）	悦芙媞（杭州）	201630308128.4	外观设计	2026.07.06	自主研发
180	化妆品容器（P109 蓝睡莲面膜）	悦芙媞（杭州）	201630344906.5	外观设计	2026.07.25	自主研发
181	面膜包装袋（P86 蓝莓眼膜）	悦芙媞（杭州）	201630344908.4	外观设计	2026.07.25	自主研发
182	面膜包装袋（P87 苹果脸颊膜）	悦芙媞（杭州）	201630344985.X	外观设计	2026.07.25	自主研发
183	化妆品容器（P150 妙粘土面膜洁面膏）	悦芙媞（杭州）	201630344888.0	外观设计	2026.07.25	自主研发
184	面膜包装袋（P85 樱桃唇膜）	悦芙媞（杭州）	201630344996.8	外观设计	2026.07.25	自主研发
185	面膜包装袋（P88 大豆美颈膜）	悦芙媞（杭州）	201630344984.5	外观设计	2026.07.25	自主研发
186	面膜包装袋（P89 薄荷肘贴膜）	悦芙媞（杭州）	201630344983.0	外观设计	2026.07.25	自主研发
187	化妆品包装袋（P188 蒸气沙龙护发膜）	悦芙媞（杭州）	201630344981.1	外观设计	2026.07.25	自主研发
188	化妆品容器（P125 蜂蜜面膜）	悦芙媞（杭州）	201630344890.8	外观设计	2026.07.25	自主研发
189	化妆品包装盒（P188）	悦芙媞	201630307767.9	外观设计	2026.07.06	自主

	海藻面膜)	(杭州)				研发
190	化妆品包装盒 (P125 蜂蜜面膜)	悦芙媞 (杭州)	201630307733.X	外观设计	2026.07.06	自主研发
191	化妆品容器 (花木卸妆油)	悦芙媞 (杭州)	201630313331.0	外观设计	2026.07.10	自主研发
192	面膜包装袋 (P71 扁豆)	悦芙媞 (杭州)	201630307778.7	外观设计	2026.07.06	自主研发
193	面膜包装袋 (P67 芭蕉)	悦芙媞 (杭州)	201630307779.1	外观设计	2026.07.06	自主研发
194	面膜包装袋 (P66 芒果)	悦芙媞 (杭州)	201630307780.4	外观设计	2026.07.06	自主研发
195	化妆品包装盒 (P32 红酵肌底液)	悦芙媞 (杭州)	201630307723.6	外观设计	2026.07.06	自主研发
196	面膜包装袋 (P177 面膜)	悦芙媞 (杭州)	201630307724.0	外观设计	2026.07.06	自主研发
197	面膜包装袋 (P62 青柠)	悦芙媞 (杭州)	201630307812.0	外观设计	2026.07.06	自主研发
198	化妆品包装盒 (P22 红酒细致)	悦芙媞 (杭州)	201630308127.X	外观设计	2026.07.06	自主研发
199	化妆品包装盒 (P110 百合面膜)	悦芙媞 (杭州)	201630307738.2	外观设计	2026.07.06	自主研发
200	化妆品人容器 (桦木爽肤水)	悦芙媞 (杭州)	201630313327.4	外观设计	2026.07.10	自主研发
201	化妆品容器 (清竹喷雾)	悦芙媞 (杭州)	201630313328.9	外观设计	2026.07.10	自主研发
202	面膜包装袋 (P170 护足)	悦芙媞 (杭州)	201630307743.3	外观设计	2026.07.06	自主研发
203	化妆品包装盒 (P112 夏威夷热岩面膜)	悦芙媞 (杭州)	201630307748.6	外观设计	2026.07.06	自主研发
204	化妆品容器 (P0164 魔力盐身体霜)	悦芙媞 (杭州)	201630316790.4	外观设计	2026.07.11	自主研发
205	面膜包装袋 (P81 蜗牛)	悦芙媞 (杭州)	201630307783.8	外观设计	2026.07.06	自主研发
206	面膜包装袋 (P101 绿茶果冻)	悦芙媞 (杭州)	201630307766.4	外观设计	2026.07.06	自主研发
207	面膜包装袋 (P99 火龙果)	悦芙媞 (杭州)	201630307774.9	外观设计	2026.07.06	自主研发
208	化妆品包装盒 (P117 大米面膜)	悦芙媞 (杭州)	201630307729.3	外观设计	2026.07.06	自主研发
209	化妆品包装盒 (P111 玫瑰果面膜)	悦芙媞 (杭州)	201630307730.6	外观设计	2026.07.06	自主研发
210	化妆品包装盒 (P365 荟妍雪肌水)	悦芙媞 (杭州)	201630307685.4	外观设计	2026.07.06	自主研发
211	化妆品包装盒 (P198 女演员眼线膏)	悦芙媞 (杭州)	201630307704.3	外观设计	2026.07.06	自主研发
212	化妆品包装盒 (P351 圣诞莓柔肤水)	悦芙媞 (杭州)	201630307703.9	外观设计	2026.07.06	自主研发
213	面膜包装袋 (P79 大豆)	悦芙媞 (杭州)	201630307776.8	外观设计	2026.07.06	自主研发

214	面膜包装袋 (P64 西红柿)	悦芙媞 (杭州)	201630307793.1	外观设计	2026.07.06	自主研发
215	面膜包装袋 (P63 迷迭香盈)	悦芙媞 (杭州)	201630307794.6	外观设计	2026.07.06	自主研发
216	面膜包装袋 (P68 浆果)	悦芙媞 (杭州)	201630307791.2	外观设计	2026.07.06	自主研发
217	化妆品容器 (P145 冰黑泥洁面慕斯)	悦芙媞 (杭州)	201630365649.3	外观设计	2026.08.02	自主研发
218	化妆品容器 (P136 花木洁面慕斯)	悦芙媞 (杭州)	201630365909.7	外观设计	2026.08.02	自主研发
219	面膜包装袋 (P82 鸡蛋清氧)	悦芙媞 (杭州)	201630307786.1	外观设计	2026.07.06	自主研发
220	化妆品容器 (花木洁面啫喱)	悦芙媞 (杭州)	201630313315.1	外观设计	2026.07.10	自主研发
221	化妆品容器 (温泉卸妆水)	悦芙媞 (杭州)	201630313314.7	外观设计	2026.07.10	自主研发
222	面膜包装袋 (P69 甜菜)	悦芙媞 (杭州)	201630307784.2	外观设计	2026.07.06	自主研发
223	化妆品包装盒 (P121 黑糖面膜)	悦芙媞 (杭州)	201630307675.0	外观设计	2026.07.06	自主研发
224	化妆品包装盒 (P2 晨露草眼霜)	悦芙媞 (杭州)	201630307684.X	外观设计	2026.07.06	自主研发
225	面膜包装袋 (P104 蓝莓果冻)	悦芙媞 (杭州)	201630307749.0	外观设计	2026.07.06	自主研发
226	面膜包装袋 (P103 樱桃果冻)	悦芙媞 (杭州)	201630307771.5	外观设计	2026.07.06	自主研发
227	化妆品包装盒 (P40 绿蜂清肤水)	悦芙媞 (杭州)	201630308253.5	外观设计	2026.07.06	自主研发
228	面膜包装袋 (P72 海水深海)	悦芙媞 (杭州)	201630307777.2	外观设计	2026.07.06	自主研发
229	面膜包装袋 (P77 蓝睡莲)	悦芙媞 (杭州)	201630307785.7	外观设计	2026.07.06	自主研发
230	化妆品容器 (清竹啫喱)	悦芙媞 (杭州)	201630313329.3	外观设计	2026.07.10	自主研发
231	化妆品包装盒 (P190 桦木爽肤水)	悦芙媞 (杭州)	201630307705.8	外观设计	2026.07.06	自主研发
232	面膜包装袋 (P23 红酒面膜)	悦芙媞 (杭州)	201630307796.5	外观设计	2026.07.06	自主研发
233	面膜包装袋 (P65 胡萝卜)	悦芙媞 (杭州)	201630307804.6	外观设计	2026.07.06	自主研发
234	面膜包装袋 (P78 白茶)	悦芙媞 (杭州)	201630307787.6	外观设计	2026.07.06	自主研发
235	面膜包装袋 (P70 酪梨)	悦芙媞 (杭州)	201630307789.5	外观设计	2026.07.06	自主研发
236	面膜包装袋 (P80 金缕梅)	悦芙媞 (杭州)	201630307755.6	外观设计	2026.07.06	自主研发
237	面膜包装袋 (P102 柑橘果冻)	悦芙媞 (杭州)	201630307763.0	外观设计	2026.07.06	自主研发
238	化妆品包装盒 (P119)	悦芙媞	201630307764.5	外观设计	2026.07.06	自主

	香橙面膜)	(杭州)				研发
239	化妆品容器 (P0351 圣诞莓柔肤水)	悦芙媞 (杭州)	201630316746.3	外观设计	2026.07.11	自主研发
240	化妆品容器 (P169 魔力盐沐浴露)	悦芙媞 (杭州)	201630316788.7	外观设计	2026.07.11	自主研发
241	面膜包装袋 (P96 木瓜)	悦芙媞 (杭州)	201630307977.8	外观设计	2026.07.06	自主研发
242	面膜包装袋 (P98 葡萄)	悦芙媞 (杭州)	201630307985.2	外观设计	2026.07.06	自主研发
243	面膜包装袋 (P97 草莓)	悦芙媞 (杭州)	201630307957.0	外观设计	2026.07.06	自主研发
244	面膜包装袋 (P95 奇异果)	悦芙媞 (杭州)	201630307769.8	外观设计	2026.07.06	自主研发
245	化妆品包装盒 (P109 蓝睡莲)	悦芙媞 (杭州)	201630307739.7	外观设计	2026.07.06	自主研发
246	化妆品包装盒 (P123 红参面膜)	悦芙媞 (杭州)	201630307741.4	外观设计	2026.07.06	自主研发
247	化妆品容器 (P0040 绿蜂胶清肤水)	悦芙媞 (杭州)	201630316789.1	外观设计	2026.07.06	自主研发
248	化妆品瓶 (P3 晨露草水)	悦芙媞 (杭州)	201630308125.0	外观设计	2026.07.06	自主研发

(2) 截至报告期末，本公司拥有的境外专利情况如下：

序号	注册号	注册地	专利类型	权利人	有效期	取得方式
1	003338516-0002	欧盟	外观设计	珀莱雅股份	2021 年 8 月 10 日	原始取得
2	003338516-0001	欧盟	外观设计	珀莱雅股份	2021 年 8 月 10 日	原始取得

(四) 发行人拥有的著作权

截至报告期末，公司共拥有 24 项著作权，具体情况如下：

序号	登记号	名称	登记日期	著作权人	类型
1	2012SR114638	珀莱雅配方管理系统 V1.0	2012.09.20	珀莱雅股份	软件著作权
2	2012SR114643	珀莱雅原料信息数据库软件 V1.0	2012.09.13	珀莱雅股份	软件著作权
3	2012SR114880	珀莱雅研发项目管理软件 V1.0	2012.09.12	珀莱雅股份	软件著作权
4	浙作登字 11-2013-F-7719	ROSE	2013.06.23	珀莱雅股份	美术作品
5	浙作登字 11-2013-F-7720	波西米亚猫	2013.06.24	珀莱雅股份	美术作品

6	浙作登字 11-2013-F-7721	公主猫	2013.06.24	珀莱雅股份	美术作品
7	浙作登字 11-2013-F-7722	派对猫	2013.06.24	珀莱雅股份	美术作品
8	浙作登字 11-2013-F-7723	下午茶猫	2013.06.24	珀莱雅股份	美术作品
9	浙作登字 11-2013-F-7724	学院猫	2013.06.24	珀莱雅股份	美术作品
10	浙作登字 11-2013-F-7725	占卜猫	2013.06.24	珀莱雅股份	美术作品
11	浙作登字 11-2013-F-7726	主角猫	2013.06.24	珀莱雅股份	美术作品
12	浙作登字 11-2013-F-7727	主角猫闺蜜	2013.06.24	珀莱雅股份	美术作品
13	浙作登字 11-2014-F-3273	优萌	2014.04.11	珀莱雅股份	美术作品
14	浙作登字 11-2015-F-9610	DEEP PORE	2015.08.31	韩雅（杭州）	美术作品
15	浙作登字 11-2015-F-9611	人鱼公主在大溪地	2015.08.31	美丽谷	美术作品
16	浙作登字 11-2015-F-9612	人鱼公主在伦敦	2015.08.31	美丽谷	美术作品
17	浙作登字 11-2015-F-9613	人鱼公主在夏威夷	2015.08.31	美丽谷	美术作品
18	浙作登字 11-2015-F-9614	人鱼公主在济州岛	2015.08.31	美丽谷	美术作品
19	浙作登字 11-2015-F-9615	人鱼公主在哥本哈根	2015.08.31	美丽谷	美术作品
20	浙作登字 11-2015-F-9616	人鱼公主在上海	2015.08.31	美丽谷	美术作品
21	国作登字 -2016-L00330933	悦芙媿图标	2016.11.07	悦芙媿（杭州）	其他
22	浙作登字 11-2016-F-11370	HAPSODE 装修效果图-3	2016.09.20	悦芙媿（杭州）	美术作品
23	浙作登字 11-2016-F-11371	HAPSODE 装修效果图-2	2016.09.20	悦芙媿（杭州）	美术作品
24	浙作登字 11-2016-F-11372	HAPSODE 装修效果图-1	2016.09.20	悦芙媿（杭州）	美术作品

（五）发行人主要房屋及建筑物租赁情况

截至报告期末，发行人主要房屋租赁情况如下：

序号	承租人	出租人	租赁地	面积(M ²)	租赁期限	备案情况
1	珀莱雅贸易	浙江丽晶商业经营管理有限公司	西湖区世贸丽晶城欧美中心1号楼（A区）1601、1602、1603室	930.00	2015.06.05-2018.6.4	杭西房租证（2015）第1705号
2	珀莱雅贸易	傅广平、罗玉红	西湖区世贸丽晶城欧美中心1号楼（B区）1605室 1607室 1609	515.09	2016.07.05-2018.07.04	杭西房租证（2016）第0831号

			室 1611 室			
3	珀莱雅股份	史进、石建民、章明灿	西湖区世贸丽晶城欧美中心 1 号楼 (B 区) 1702、1706、1708	458.15	2017.01.01-2018.12.31	杭西房租证 (2017) 第 1237、1238、1239 号
4	美丽谷	浙江科华数码广场有限公司	灵溪北路 21 号 1 幢 3 层 A、B 室	238.76	2015.12.25-2017.12.24	杭西房租证 (2017) 第 1553 号
5	美丽谷	浙江科华数码广场有限公司	灵溪北路 21 号 1 幢 3 层 G、H 室	236.54	2016.10.10-2017.10.09	杭西房租证 (2017) 第 1532 号
6	美丽谷	浙江科华数码广场有限公司	灵溪北路 21 号 1 幢 6 层	950.6	2015.12.25-2017.12.24	杭西房租证 (2014) 第 0402 号
7	美丽谷	浙江科华数码广场有限公司	灵溪北路 21 号 1 幢 9 层	950.6	2015.12.15-2017.12.14	杭西房租证 (2016) 第 0029 号
8	美丽谷	浙江科华数码广场有限公司	灵溪北路 21 号 1 幢 10 层	950.6	2015.12.15-2017.12.14	杭西房租证 (2016) 第 0030 号
9	美丽谷	浙江科华数码广场有限公司	灵溪北路 21 号 1 幢 11 层	891.38	2015.12.15-2017.12.14	杭西房租证 (2016) 第 0031 号
10	韩雅 (杭州)	杭州万华实业有限公司	杭州钱江经济开发区顺风路 528 号 2 号楼东向 3 层	979.195	2016.08.15-2019.08.14	房租证 (余) 第 20170164 号
11	乐清莱雅	乐清市华宇工艺厂	乐清市大荆镇环城东路 100 号	20.00	2016.08.14-2027.08.13	大荆【2016】01 号
12	悦芙媿 (杭州)	杭州电机有限公司	杭州市西湖区西溪街道上宁巷 1 号 2 幢 410 室	10.00	2015.10.19-2017.10.18	杭西房租证 (2016) 第 0744 号
13	秘镜思语 (杭州)	杭州银泰购物中心有限公司	杭州市拱墅区丰潭路 380 号银泰城 5 幢 2101 室	1,198.66	2015.06.15-2018.08.14	杭拱房租证 (2016) 第 2538 号
14	悦芙媿 (杭州)	杭州龙翔商业发展有限公司湖滨分公司	杭州市上城区延安路 245 号地下 214 室	64.00	2017.04.11-2018.4.10	杭上房租证 (2017) 第 1344 号
15	悦芙媿贸易杭州延安路第二分公司	杭州工联大厦股份有限公司	杭州市上城区延安路 292 号一层 111 室	116.00	2016.06.01-2020.5.31	杭上房租证 (2016) 第 0486 号
16	悦芙媿 (韩国)	东远大厦	首尔特别市江南区德黑兰路 81 道 13 (三成洞) 2 楼	80 坪 (约 264.46 平方米)	2016.01.01-2017.12.31	-

17	悦芙媞 (杭州)	丹阳八佰伴 商贸有限公司	丹阳市新民中路2号 丹阳八佰伴购物中心 1层1F-15B号铺位	101.00	2016.12.1- 2018.11.30	尚未办理
18	悦芙媞 (杭州)	丹阳金鹰国 际购物中心 有限公司	丹阳市新民东路99号 金鹰购物中心F1层商 铺	38.46	2016.12.25- 2018.12.31	丹房租证 第 20170002 号
19	悦芙媞贸 易	嘉里置业(杭 州)有限公司	杭州市下城区延安路 385号杭州嘉里中心3 幢负一层108室	87.35	2016.10.15- 2018.10.14	杭下房租 证(2016) 第1057号
20	悦芙媞贸 易	绍兴柯桥万 达广场投资 有限公司	绍兴市柯桥区钱陶公 路799号一层1100A 号商铺	51.20	2016.11.1- 2018.10.31	尚未办理
21	悦芙媞贸 易	杭州龙湖房 地产开发有 限公司	杭州市下沙金沙湖龙 湖天街B2-026号商铺	90.94	2016.11.16- 2018.11.15	杭经房租 证(2016) 0540号
22	悦芙媞贸 易	台州银泰商 业有限公司	台州市椒江区洪家街 道中心大道3899号银 泰城1层150号商铺	56.00	2016.11.30- 2018.11.29	尚未办理
23	悦芙媞贸 易	台州经开万 达置业有限 公司	台州市经济开发区万 达广场	141.89	2016.12.10- 2019.3.16	台(2017) 房租证第 001号
24	悦芙媞贸 易	金华市景德 洪商贸有限 公司	金华市新华街67号永 盛购物广场一层	81.00	2016.12.20- 2018.12.19	尚未办理
25	悦芙媞贸 易	杭州银泰购 物中心有限 公司	杭州市拱墅区丰潭路 380-6A号银泰城(铺 位号:B1F-DZ-23)	26.00	2017.06.23- 2018.02.22	杭拱房租 证(2017) 第0077号
26	悦芙媞贸 易	绍兴世茂投 资发展有限 公司	绍兴市越城区胜利东 路360号世茂广场1 层1-B-15号商铺	75.00	2016.12.25- 2019.12.24	已办理
27	悦芙媞贸 易	湖州万达投 资有限公司	湖州市吴兴区大升路 899号万达广场1032 号商铺	93.64	2016.12.29- 2019.9.28	尚未办理
28	上海媞语	上海宝龙展 飞房地产开发 有限公司	上海市漕宝路3299号 七宝宝龙城市广场 1015商铺	47.68	2016.12.9- 2019.12.8	尚未办理
29	上海媞语	上海恒骏房 地产有限公 司	上海市闵行区申长路 869号132室 (A-1F-32)	125.14	2016.12.17- 2021.12.16	尚未办理
30	丹阳悦芙 媞	华润新鸿基 房地产(无 锡)有限公司	无锡市滨湖区金石路 88号无锡万象城 B1-12号	60.00	2016.12.23- 2019.2.5	20170217 0086
31	秘镜思语 贸易	金华市景德 洪商贸有限 公司	金华市新华街67号永 盛购物广场01铺-B号	150.00	2016.12.20- 2018.12.19	尚未办理
32	丹阳悦芙 媞	常州新城万 盛商业管理 有限公司	常州市钟楼区延陵西 路123号常州吾悦国 际广场壹层【5-118A】 房屋(5-101)商铺	58.00	2017.1.9- 2020.1.8	常房租备 (市)字 2017年第 0011016

						号
33	悦芙媿贸易	何旻煦、谢颖虹	嵊州市北直街 99-1 号店铺	58.59	2017.3.31-2019.3.30	尚未办理
34	悦芙媿贸易	诸暨市越都商业经营管理有限公司	诸暨市西施大街 77 号商业广场 01-34 商铺	89.74	2017.4.1-2020.4.30	尚未办理
35	上海媿语	上海东方海外凯旋房地产有限公司	上海市长宁路 1123 号长宁来福士广场 (E) B1 层 24 号	110.43	2017.4.1-2020.3.31	尚未办理
36	秘镜思语贸易	丹阳万博房产经营管理有限公司	丹阳市开发区金陵西路 88 号丹阳新城吾悦广场【1F-055-1】商铺	84.54	2017.4.1-2020.3.31	丹房租证第 2017005 号

十一、发行人生产许可情况及化妆品备案办理情况

(一) 生产准入资质的获取情况

截至报告期末，发行人已根据《化妆品卫生监督条例》及《化妆品卫生监督条例实施细则》，取得了以下生产准入资质：

序号	证书名称	证书编码或批准文号	发证单位	有效期限	许可项目	持证人
1	化妆品生产许可证	浙妆 20160007	浙江省食品药品监督管理局	2016.05.03~2021.05.02	一般液态单元（护发清洁类、护肤水类、啫喱类）；蜡基单元（蜡基类）；膏霜乳液单元（护发类、护肤清洁类）；粉单元（散粉类、块状粉类）	珀莱雅股份
2	化妆品生产许可证	浙妆 20160028	浙江省食品药品监督管理局	2016.06.23~2021.06.22	一般液态单元（护发清洁类、护肤水类、啫喱类）；膏霜乳液单元（护肤清洁类、护发类）	韩雅（杭州）

(二) 国产特殊用途化妆品卫生许可证的获取情况

截至报告期末，发行人自行生产的特殊用途化妆品取得国家食品药品监督管理局核发的《国产特殊用途化妆品卫生许可批件》情况如下：

序号	产品名称	产品类别	批准文号	批准有效期
1	韩雅明星防晒修颜霜 SPF50+/PA+++	防晒类	国妆特字 G20120712	截至 2020 年 9 月 20 日
2	韩雅水润轻透防晒乳 SPF28/PA++	防晒类	国妆特字 G20121482	截至 2016 年 11 月 11 日 [注 1]
3	优资莱绿茶悦然清润防晒乳 SPF35/PA+++	防晒类	国妆特字 G20121198	截至 2020 年 9 月 26 日
4	优资莱美白倍护防晒乳 SPF25/PA++	防晒类、祛斑类	国妆特字 G20121196	截至 2020 年 9 月 26 日

5	悠雅花妍悦色防晒控油粉饼 SPF15	防晒类	国妆特字 G20121197	截至 2020 年 9 月 26 日
6	珀莱雅海洋凝皙无瑕修颜霜 SPF25/PA++	防晒类	国妆特字 G20121522	截至 2016 年 11 月 11 日[注 1]
7	珀莱雅艳阳轻感润护防晒乳 SPF30+/PA++	防晒类	国妆特字 G20130002	截至 2017 年 1 月 3 日[注 1]
8	珀莱雅海洋倍护防晒隔离乳 SPF25/PA+++	防晒类	国妆特字 G20130347	截至 2017 年 5 月 1 日[注 1]
9	珀莱雅海洋修护防晒隔离乳 SPF30/PA+++	防晒类	国妆特字 G20130346	截至 2017 年 5 月 1 日[注 1]
10	珀莱雅海洋焕白润护隔离防晒乳 SPF42/PA+++	防晒类祛斑 类	国妆特字 G20131033	截至 2017 年 10 月 8 日
11	珀莱雅海洋水漾透白防晒露 SPF28/PA++	防晒类祛斑 类	国妆特字 G20131034	截至 2017 年 10 月 8 日
12	珀莱雅海洋骄阳动感润肤防晒乳 SPF40/PA+++	防晒类	国妆特字 G20131094	截至 2017 年 11 月 14 日
13	珀莱雅海洋莹灿透润防晒乳 SPF30/PA++	防晒类	国妆特字 G20131095	截至 2017 年 11 月 14 日
14	优资莱清润防晒修颜霜 SPF25/PA++	防晒类	国妆特字 G20131096	截至 2017 年 11 月 14 日
15	优资莱净白隔离防晒乳 SPF50+/PA+++	防晒类祛斑 类	国妆特字 G20131093	截至 2017 年 11 月 14 日
16	韩雅明星致臻修颜霜 SPF50+/PA+++	防晒类	国妆特字 G20131245	截至 2017 年 11 月 26 日
17	晶纯美集荔枝轻透倍护防晒乳 SPF45/PA+++	防晒类	国妆特字 G20131229	截至 2017 年 11 月 26 日
18	珀莱晶纯修颜防晒霜 SPF28/PA++[注 2]	防晒类	国妆特字 G20131228	截至 2017 年 11 月 26 日
19	猫语玫瑰小洋伞水感盈亮隔离防晒乳 SPF44/PA+++	防晒类	国妆特字 G20131232	截至 2017 年 11 月 26 日
20	珀莱晶纯水润防晒乳 SPF35/PA++[注 2]	防晒类	国妆特字 G20131290	截至 2017 年 12 月 26 日
21	晶纯美集芦荟水漾清爽防晒乳 SPF30/PA++	防晒类	国妆特字 G20131293	截至 2017 年 12 月 16 日
22	珀莱雅深海致臻御白亮肤精华液	祛斑类	国妆特字 G20140071	截至 2018 年 1 月 22 日
23	珀莱雅深海致臻御白亮肤乳	祛斑类	国妆特字 G20140073	截至 2018 年 1 月 22 日
24	珀莱雅深海致臻御白亮霜（均衡型）	祛斑类	国妆特字 G20140072	截至 2018 年 1 月 22 日
25	珀莱雅海洋臻润倍护隔离防晒乳 SPF35/PA+++	防晒类	国妆特字 G20140076	截至 2018 年 1 月 22 日
26	悠雅柔滑弹润防晒妆前乳 SPF30+/PA++	防晒类	国妆特字 G20140127	截至 2018 年 2 月 12 日
27	珀莱雅晶萃焕妍臻白亮肤精华液	祛斑类	国妆特字 G20140449	截至 2018 年 6 月 16 日
28	珀莱雅深海致臻御白亮肤霜(滋润型)	祛斑类	国妆特字 G20140450	截至 2018 年 6 月 16 日
29	珀莱雅晶萃焕妍臻白亮肤面霜(均衡 型)	祛斑类	国妆特字 G20140447	截至 2018 年 6 月 16 日
30	珀莱雅晶萃焕妍臻白亮肤面霜(滋润 型)	祛斑类	国妆特字 G20140448	截至 2018 年 6 月 16 日

31	珀莱雅晶萃焕妍臻白亮肤乳	祛斑类	国妆特字 G20140452	截至 2018 年 6 月 16 日
32	珀莱雅海洋清爽透润防晒喷雾 SPF24/PA++	防晒类	国妆特字 G20140582	截至 2018 年 7 月 21 日
33	珀莱雅瓷白光润粉底液（02 白皙粉）	祛斑类（仅 具物理遮盖 作用）	国妆特字 G20150050	截至 2019 年 1 月 3 日
34	珀莱雅瓷白光润粉底液（03 自然）	祛斑类（仅 具物理遮盖 作用）	国妆特字 G20150049	截至 2019 年 1 月 3 日
35	珀莱雅瓷白光润粉底液（05 象牙白）	祛斑类（仅 具物理遮盖 作用）	国妆特字 G20150051	截至 2019 年 1 月 3 日
36	珀莱雅瓷白光润粉底液（06 柔杏）	祛斑类（仅 具物理遮盖 作用）	国妆特字 G20150052	截至 2019 年 1 月 3 日
37	优资莱白茶水漾透白柔肤水	祛斑类	国妆特字 G20150176	截至 2019 年 1 月 22 日
38	优资莱白茶水漾透白精华液	祛斑类	国妆特字 G20150167	截至 2019 年 1 月 22 日
39	优资莱白茶水漾透白润肤乳	祛斑类	国妆特字 G20150166	截至 2019 年 1 月 22 日
40	优资莱白茶水漾透白滋养霜	祛斑类	国妆特字 G20150154	截至 2019 年 1 月 22 日
41	优资莱白兰花晶润透白柔肤水	祛斑类	国妆特字 G20150164	截至 2019 年 1 月 22 日
42	优资莱白兰花晶润透白精华液	祛斑类	国妆特字 G20150145	截至 2019 年 1 月 22 日
43	优资莱白兰花晶润透白嫩肤乳	祛斑类	国妆特字 G20150148	截至 2019 年 1 月 22 日
44	优资莱白兰花晶润透白嫩肤霜	祛斑类	国妆特字 G20150163	截至 2019 年 1 月 22 日
45	优资莱白兰花水润增白霜	祛斑类	国妆特字 G20150156	截至 2019 年 1 月 22 日
46	优资莱白兰花晶润透白修护眼霜	祛斑类	国妆特字 G20150178	截至 2019 年 1 月 22 日
47	悦芙媿荟研雪肌嫩白面贴膜[注 2]	祛斑类	国妆特字 G20150168	截至 2019 年 1 月 22 日
48	珀莱超越美白晶澈乳液	祛斑类	国妆特字 G20150175	截至 2019 年 1 月 22 日
49	珀莱超越美白晶澈柔皙水	祛斑类	国妆特字 G20150179	截至 2019 年 1 月 22 日
50	珀莱超越美白晶澈活妍霜	祛斑类	国妆特字 G20150177	截至 2019 年 1 月 22 日
51	珀莱晶纯晶纯美集蜂蜜牛奶莹润净白 柔肤水	祛斑类	国妆特字 G20150162	截至 2019 年 1 月 22 日
52	珀莱晶纯晶纯美集蜂蜜牛奶莹润净白 精华液	祛斑类	国妆特字 G20150165	截至 2019 年 1 月 22 日
53	珀莱晶纯晶纯美集蜂蜜牛奶莹润净白 柔肤乳	祛斑类	国妆特字 G20150172	截至 2019 年 1 月 22 日
54	珀莱晶纯晶纯美集蜂蜜牛奶莹润净白	祛斑类	国妆特字	截至 2019 年 1 月 22 日

	柔肤霜		G20150151	
55	珀莱晶纯晶纯美集蜂蜜牛奶莹润净白眼霜	祛斑类	国妆特字 G20150171	截至 2019 年 1 月 22 日
56	珀莱晶纯晶纯美集蜂蜜牛奶莹润净白睡眠面膜	祛斑类	国妆特字 G20150149	截至 2019 年 1 月 22 日
57	悦芙媿悦颜净透美白柔肤水[注 2]	祛斑类	国妆特字 G20150155	截至 2019 年 1 月 22 日
58	悦芙媿悦颜净透美白柔肤乳[注 2]	祛斑类	国妆特字 G20150153	截至 2019 年 1 月 22 日
59	悦芙媿悦颜净透美白柔肤凝霜[注 2]	祛斑类	国妆特字 G20150169	截至 2019 年 1 月 22 日
60	珀莱晶纯晶纯美集樱桃水润皙白修颜霜	祛斑类	国妆特字 G20150150	截至 2019 年 1 月 22 日
61	珀莱雅海洋透皙白藻萃柔肤水	祛斑类	国妆特字 G20150158	截至 2019 年 1 月 22 日
62	珀莱雅海洋透皙白藻萃莹亮乳	祛斑类	国妆特字 G20150157	截至 2019 年 1 月 22 日
63	珀莱雅海洋透皙白藻萃莹亮霜	祛斑类	国妆特字 G20150146	截至 2019 年 1 月 22 日
64	珀莱雅海洋透皙白藻萃莹亮眼霜	祛斑类	国妆特字 G20150161	截至 2019 年 1 月 22 日
65	珀莱雅深海致臻御白亮肤水	祛斑类	国妆特字 G20150567	截至 2019 年 4 月 8 日
66	珀莱雅晶萃焕妍臻白亮肤水	祛斑类	国妆特字 G20150571	截至 2019 年 4 月 8 日
67	珀莱雅晶萃焕妍臻白隔离霜（清新绿）	祛斑类	国妆特字 G20150577	截至 2019 年 4 月 8 日
68	珀莱雅晶萃焕妍臻白隔离霜（明净紫）	祛斑类	国妆特字 G20150576	截至 2019 年 4 月 8 日
69	珀莱雅海洋柔皙莹白造型修颜霜 SPF50+/PA+++	防晒类祛斑类	国妆特字 G20150566	截至 2019 年 4 月 8 日
70	珀莱雅海洋净透焕白眼霜	祛斑类	国妆特字 G20150572	截至 2019 年 4 月 8 日
71	珀莱雅海洋净透焕白霜	祛斑类	国妆特字 G20150574	截至 2019 年 4 月 8 日
72	珀莱雅海洋净透焕白雪肤水	祛斑类	国妆特字 G20150575	截至 2019 年 4 月 8 日
73	珀莱雅海洋净透焕白乳	祛斑类	国妆特字 G20150569	截至 2019 年 4 月 8 日
74	珀莱雅海洋净透焕白 BB 霜（自然色）	祛斑类	国妆特字 G20150570	截至 2019 年 4 月 8 日
75	珀莱雅海洋净透焕白 BB 霜（象牙白）	祛斑类	国妆特字 G20150568	截至 2019 年 4 月 8 日
76	悦芙媿悦颜净透美白柔肤精华液[注 2]	祛斑类	国妆特字 G20150573	截至 2019 年 4 月 8 日
77	珀莱雅海洋净透焕白精华液	祛斑类	国妆特字 G20150781	截至 2019 年 4 月 21 日
78	珀莱雅海洋透皙白柔肤水	祛斑类	国妆特字 G20150814	截至 2019 年 5 月 5 日
79	珀莱雅海洋透皙白莹亮霜	祛斑类	国妆特字	截至 2019 年 5 月 5 日

			G20150811	
80	珀莱雅海洋透皙白莹亮眼霜	祛斑类	国妆特字 G20150810	截至 2019 年 5 月 5 日
81	珀莱雅海洋透皙白精华液	祛斑类	国妆特字 G20150809	截至 2019 年 5 月 5 日
82	珀莱雅海洋透皙白莹亮乳	祛斑类	国妆特字 G20150808	截至 2019 年 5 月 5 日
83	优资莱无瑕净白柔肤水	祛斑类	国妆特字 G20150897	截至 2019 年 5 月 26 日
84	优资莱清润嫩白爽肤水	祛斑类	国妆特字 G20150898	截至 2019 年 5 月 26 日
85	优资莱清润嫩白润肤霜	祛斑类	国妆特字 G20150899	截至 2019 年 5 月 26 日
86	优资莱无瑕净白精华液	祛斑类	国妆特字 G20150900	截至 2019 年 5 月 26 日
87	优资莱无瑕净白润肤霜	祛斑类	国妆特字 G20150901	截至 2019 年 5 月 26 日
88	优资莱清润嫩白柔肤乳	祛斑类	国妆特字 G20150902	截至 2019 年 5 月 26 日
89	优资莱无瑕净白面膜	祛斑类	国妆特字 G20150903	截至 2019 年 5 月 26 日
90	优资莱清润嫩白多效眼霜	祛斑类	国妆特字 G20150904	截至 2019 年 5 月 26 日
91	优资莱无瑕净白柔肤乳	祛斑类	国妆特字 G20150905	截至 2019 年 5 月 26 日
92	优资莱清润嫩白面膜	祛斑类	国妆特字 G20150906	截至 2019 年 5 月 26 日
93	优资莱无瑕净白多效 BB 霜	祛斑类	国妆特字 G20150907	截至 2019 年 5 月 26 日
94	优资莱晶润透白修颜 BB 霜	祛斑类	国妆特字 G20150908	截至 2019 年 5 月 26 日
95	优资莱清润嫩白多效 BB 霜	祛斑类	国妆特字 G20150909	截至 2019 年 5 月 26 日
96	珀莱雅靓白芯肌晶采清透水	祛斑类	国妆特字 G20151298	截至 2019 年 7 月 5 日
97	珀莱雅靓白芯肌晶采乳液	祛斑类	国妆特字 G20151299	截至 2019 年 7 月 5 日
98	珀莱雅靓白芯肌晶采淡斑精华液	祛斑类	国妆特字 G20151300	截至 2019 年 7 月 5 日
99	珀莱雅靓白芯肌晶采面霜	祛斑类	国妆特字 G20151301	截至 2019 年 7 月 5 日
100	珀莱雅靓白芯肌晶采眼霜	祛斑类	国妆特字 G20151302	截至 2019 年 7 月 5 日
101	珀莱雅靓白芯肌晶采隔离霜（清新绿）	祛斑类	国妆特字 G20151303	截至 2019 年 7 月 5 日
102	珀莱雅靓白芯肌晶采隔离霜（柔光紫）	祛斑类	国妆特字 G20151306	截至 2019 年 7 月 5 日
103	珀莱雅靓白芯肌晶采 BB 霜（明亮色）	祛斑类	国妆特字 G20151304	截至 2019 年 7 月 5 日
104	珀莱雅靓白芯肌晶采 BB 霜（自然色）	祛斑类	国妆特字 G20151307	截至 2019 年 7 月 5 日

105	珀莱雅靓白芯肌晶采美肌水	祛斑类	国妆特字 G20151305	截至 2019 年 7 月 5 日
106	珀莱雅晶萃焕妍臻采莹白亮润眼霜	祛斑类	国妆特字 G20151188	截至 2019 年 7 月 5 日
107	珀莱雅海洋莹亮睡眠面膜	祛斑类	国妆特字 G20151643	截至 2019 年 8 月 11 日
108	珀莱雅长心卡帕藻精萃盈采焕亮面膜	祛斑类	国妆特字 G20151644	截至 2019 年 8 月 11 日
109	珀莱晶纯晶纯美集水润嫩白透润霜	祛斑类	国妆特字 G20151637	截至 2019 年 8 月 11 日
110	悦芙媿享白水感面贴膜[注 2]	祛斑类	国妆特字 G20151636	截至 2019 年 8 月 11 日
111	珀莱晶纯晶纯美集鲜活净白面贴膜	祛斑类	国妆特字 G20151635	截至 2019 年 8 月 11 日
112	悦芙媿享白保湿面贴膜[注 2]	祛斑类	国妆特字 G20151634	截至 2019 年 8 月 11 日
113	珀莱雅紫球藻精萃雪澈晶润面膜	祛斑类	国妆特字 G20151799	截至 2019 年 8 月 27 日
114	珀莱雅海洋透皙白莹亮滋润霜	祛斑类	国妆特字 G20151860	截至 2019 年 9 月 20 日
115	珀莱雅海洋臻白倍护隔离防晒乳 SPF35/PA+++	防晒类、祛 斑类	国妆特字 G20152423	截至 2019 年 12 月 8 日
116	优资莱无瑕净白透亮眼霜	祛斑类	国妆特字 G20152651	截至 2019 年 12 月 22 日
117	优资莱无瑕净白淡斑精华液	祛斑类	国妆特字 G20152655	截至 2019 年 12 月 22 日
118	悦芙媿荟研雪肌嫩白防晒霜 SPF41 PA+++[注 2]	防晒类、祛 斑类	国妆特字 G20152585	截至 2019 年 12 月 22 日
119	悦芙媿肌之源凝白焕妍精华露	祛斑类	国妆特字 G20160659	截至 2020 年 3 月 25 日
120	悦芙媿晒一晒水漾动感防晒霜 SPF37 PA++	防晒类	国妆特字 G20160660	截至 2020 年 3 月 25 日
121	优资莱水漾透白精华液	祛斑类	国妆特字 G20160359	截至 2020 年 2 月 1 日
122	韩雅防晒气垫 BB 霜 SPF30/PA+++ (象牙色)	防晒类	国妆特字 G20160456	截至 2020 年 2 月 25 日
123	韩雅防晒气垫 BB 霜 SPF30/PA+++ (自然色)	防晒类	国妆特字 G20160455	截至 2020 年 2 月 25 日
124	悦芙媿荟研雪肌嫩白柔肤水	祛斑类	国妆特字 G20161399	截至 2020 年 8 月 29 日
125	悦芙媿荟研雪肌嫩白乳液	祛斑类	国妆特字 G20161387	截至 2020 年 8 月 29 日
126	悦芙媿晒一晒润色清爽防晒霜 SPF37 PA++	防晒类	国妆特字 G20161388	截至 2020 年 8 月 29 日
127	悦芙媿轻柔倍护防晒霜	防晒类	国妆特字 G20161390	截至 2020 年 8 月 29 日

注 1：到期换发批件手续正在办理中；

注 2：该行政许可批件除产品名称发生变更外，其他事项未发生变化。

(三) 国产非特殊用途化妆品备案手续办理情况

截至报告期末，发行人已就其自行生产或委托生产的 1,503 件非特殊用途化妆品办理了备案手续，备案有效期四年。具体情况详见“附表 1-2 珀莱雅股份及其子公司现持有的《国产非特殊用途化妆品备案登记凭证》”。

（四）进口非特殊用途化妆品备案许可证的获取情况

截至报告期末，发行人持有的《进口非特殊用途化妆品备案凭证》情况如下：

序号	产品名称	批准文号	备案有效期
1	韩雅臻红凝时霜	国妆备进字 J20154265	2019.06.07
2	韩雅臻红凝时精华液	国妆备进字 J20154264	2019.06.07
3	韩雅臻红凝时乳	国妆备进字 J20154257	2019.06.07
4	韩雅臻红凝时眼霜	国妆备进字 J20154259	2019.06.07
5	韩雅臻红凝时水	国妆备进字 J20154263	2019.06.07

十二、发行人的特许经营权情况

截至报告期末，公司无特许经营权。

十三、发行人的技术与研发情况

（一）发行人的核心技术

自成立以来，公司的研发体系一直伴随业务的拓展而快速发展完善，技术研发始终处于核心地位。目前公司拥有的主要核心技术具体情况如下：

序号	技术名称	技术来源	关键工艺及技术	所处阶段	技术水平
1	一种抗黑眼圈脂质纳米粒乳液及其制备方法	自主研发	制备同时负载乳香树脂提取物、欧洲七叶树籽提取物和四氢胡椒碱三种活性物的脂质纳米乳液，活性物的含量高，乳液稳定性好，抗黑眼圈功效显著，方便冷配加入到化妆品配方中。	批量生产阶段	国内先进
2	一种复合美白脂质纳米粒乳液的制备方法	自主研发	制备包裹特定比例的四氢姜黄素、光果甘草根提取物和四氢胡椒碱的复合美白活性物，乳液稳定性好，美白功效显	批量生产阶段	国内先进

			著，基本不变色，方便冷配到化妆品配方中。		
3	皮肤抗衰老脂质纳米粒乳液及其制备方法	自主研发	制备同时负载白藜芦醇、二甲氧基甲基-4-丙基间苯二酚、水杨酰植物鞘胺醇的脂质纳米乳液，活性物含量高，乳液稳定性好，皮肤抗衰老效果显著，有效成分透皮吸收率高，方便冷配加入到化妆品配方中。	批量生产阶段	国内先进
4	一种复合祛痘脂质纳米粒乳液及其制备方法	自主研发	制备同时负载穗花牡荆提取物、积雪草提取物、四氢胡椒碱这三种活性物的复合祛痘脂质纳米粒乳液，稳定性好，祛痘功效显著，颜色浅，异味小，方便冷配加入到化妆品配方中。	批量生产阶段	国内先进
5	一种不产生皂垢的皂基洁面膏	自主研发	本技术制备一种不产生皂垢的皂基洁面膏，其具有使用后不产生皂垢的优点，及便利、清洁、环保节水等有益效果。	批量生产阶段	国内先进
6	一种美白修复脂质纳米粒乳液的制备方法	自主研发	同时负载花榈木树皮提取物、印度醋栗提取物、龙血提取物三种活性物的一种美白修复脂质纳米粒乳液的制备方法	批量生产阶段	国内先进
7	一种能恢复皮肤微生态的非离子表面活性剂囊泡及其制备方法	自主研发	一种能恢复皮肤微生态的非离子表面活性剂囊泡，同时包裹椰乳冻干粉、牛蒡子提取物、亚麻籽提取物三种活性物，能够恢复皮肤正常菌群微生态，同时提高了活性物的稳定性，透皮性好。	批量生产阶段	国内先进
8	一种同时具祛痘美白及痘印消除功能的组合物	自主研发	同时具有去角质和保湿的功能，相对于现有的祛痘类产品，祛痘效果持久，痘痕消除效果明显，且便于在配方中直	批量生产阶段	国内先进

			接使用。		
9	一种具有皮肤紧致功效的组合物的制备方法	自主研发	一种具有皮肤紧致功效的组合物的冻干粉，该技术制备所得的组合物具有功效显著，活性物间共存性好，质量稳定，保存期长等优点。	批量生产阶段	国内先进
10	表面具备立体印花的化妆粉块的制备方法及其制备装置	自主研发	一种表面具备立体印花的化妆粉块的制备方法及其制备装置，该方法可以降低模具制造成本，制备的化妆粉块，具有表面花纹精细度高，制造成本低等优点。	批量生产阶段	国内先进
11	一种保湿组合物颗粒及其制备方法	自主研发	同时负载软毛松藻提取物、草绿盐角草提取物、吾肯氏壶藻提取物、滨海刺芹愈伤组织提取物，实现肌肤的长效和深层保湿。	批量生产阶段	国内先进
12	一种具美白效果的环糊精包合物脂质体的制备方法	自主研发	一种具美白效果的环糊精包合物脂质体，负载多个美白功效成分，克服了多个活性物之间相容性差的技术缺陷，同时提高了活性物的透皮性和缓释性。	批量生产阶段	国内先进
13	一种从咸水卤虫卵中提取四磷酸二鸟苷的方法	自主研发	采用超临界萃取方法从咸水卤虫卵中提取四磷酸二鸟苷，本发明具有绿色环保、无三废排放、收率高、生产成本低，有利于工业化生产的优点。	专利技术转化阶段	国内先进

（二）发行人研发情况

1、发行人研发费用的投入情况

公司研发费用主要包括：研发人员的工资性支出、研发所耗用材料、研究开发设备折旧等。报告期内，研发经费及其占当期母公司营业收入比例情况如下：

项目	2017年1-6月	2016年	2015年	2014年

研发费用（万元）	2,012.80	4,746.13	3,504.51	3,572.46
营业收入（万元）	57,514.24	103,923.62	110,060.81	110,804.54
所占比例（%）	3.50	4.57	3.18	3.22

2、合作研发情况

报告期内，发行人分别与北京工商大学、宁波大学、浙江科技学院、上海香料香精及化妆品研究中心等高校及研究所开展科研协作，研究内容包括化妆品美白、抗敏性评价方法建立及植物干细胞实验室建立、海洋放线菌胞外多糖发酵制备及其生理活性的研究、强霉菌抑制型海洋微生物的筛选及其在化妆品中应用研究等。此外，发行人还与北京东方淼森生物科技有限公司、苏州纳康生物科技有限公司、上海龙懿生物科技有限公司等合作开展化妆品基础研究。

3、正在研发项目情况

序号	项目名称	所处研发阶段	技术水平
1	采用人参内生真菌发酵制备人参皂苷 RH2 的技术研究	基础研究	国内领先
2	曲霉发酵酱油过程中同步制备糖基神经酰胺的技术研究	基础研究	国内领先
3	毕赤酵母制备白藜芦醇二聚体葡萄糖素的技术研究	基础研究	国内领先
4	从黄芪中提取黄芪多糖用于提高皮肤免疫力的技术研究	基础研究	国内领先
5	柑橘籽中提取柠檬苦素用作化妆品替代防腐剂的技术研究	基础研究	国内领先

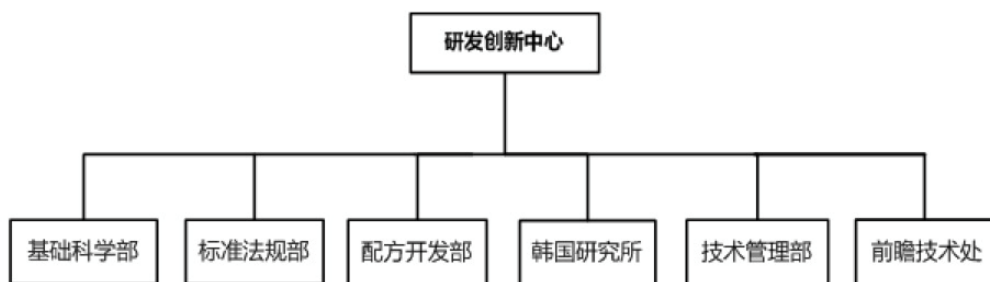
（三）发行人技术创新的保障

1、发行人的技术创新机制

公司始终坚持以自主研发为主的技术发展道路，不断完善公司鼓励技术创新的各项制度，并建立了技术创新的组织领导体系，全面协调、加强公司的技术创新工作。

2、发行人研发机构的设置

发行人建立了完整的研发体系，研发机构的设置情况如下图所示：



公司研发创新中心汇集了化学、物理、生物、植物学、香精香料、机械工程、包装工程和计算机等不同学科的各类专业人才，使公司在现代配方（乳化）技术、植物研究技术、包装设计、产品开发和评估技术等五个方面与国际全面接轨。

3、发行人技术创新的保障措施

（1）技术创新制度

公司先后制定了《技术创新奖励办法》、《研发中心管理制度》、《新产品开发管理制度》、《研发费用核算管理制度》等管理制度，规定了公司与创新人员之间的权利与义务、科技成果的归属、相关人员的奖励措施等，调动了员工参与科技创新、技术与工艺改进工作的积极性。

（2）人才的培养与研发费用的投入

公司制定了与其发展战略及发展阶段相匹配的科技人才规划，有计划、有步骤地构建结构合理、分工优化的技术团队，为科技人才创造良好的工作环境，最大限度地释放科技人才的能量，不断激发科技人员的创新潜力。

报告期内，公司总计研发费用为 13,835.90 万元。随着规模的不断扩张，公司将持续加大研发费用的投入，保障新技术应用、新产品开发的顺利实施，提高公司整体技术水平和研发实力。

（3）核心技术、工艺的法律保护

公司已经建立了符合自身实际情况的知识产权保护制度和措施，为技术创新营造有序和良性发展的环境。对于已经成熟的科技成果，公司主要通过申请相关知识产权加以保护；对于在研项目，公司通过定期开展保密工作检查以及保密教

育工作，加强技术人员和涉密人员的保密意识，与主要技术人员签订的劳动合同中均有保密条款，以上措施有效地避免了公司技术的外泄。

十四、发行人的质量控制情况

（一）发行人执行的质量控制标准

公司已通过 GB/T 19001-2008/ISO9001:2008 质量管理体系认证证书，在产品研发、生产过程中严格执行有关行业标准。

（二）发行人的质量纠纷解决措施

报告期内，发行人不存在因质量纠纷被处罚的情形。

根据发行人及其子公司所在地的市场监督管理局出具的证明，报告期内，发行人及其子公司无因违法违规被处罚的记录。

2016 年 8 月 9 日，国家食品药品监督管理总局网站公告《总局关于 84 批次防晒类化妆品实际检出防晒剂成分与产品批件及标识成分不符情况的通告（2016 年第 116 号）》，公告中指出在全国范围组织开展的化妆品监督抽检中，发现发行人生产的珀莱雅海洋焕白润护隔离防晒乳中，未检出批件及标签标识防晒剂亚甲基双-苯并三唑基四甲基丁基酚。针对上述情况，公司立即提请国家食品药品监督管理总局对封样进行复检；国家食品药品监督管理总局将密封后的样品，递交原检验机构深圳市药品检验研究院进行复核检验。同时，公司还向国家质检总局检测重点实验室苏州出入境检验检疫局检验检疫综合技术中心递交了同批次产品留样检验申请。

2016 年 8 月 12 日国家质检总局检测重点实验室苏州出入境检验检疫局检验检疫综合技术中心出具 HWS201605116《检验报告》，2016 年 9 月 6 日深圳市药品检验研究院出具 WB20163896《检验报告》。上述两份《检验报告》均显示珀莱雅海洋焕白润护隔离防晒乳样品含亚甲基双-苯并三唑基四甲基丁基酚成分，与标签相符。

2016 年 9 月，浙江省食品药品监督管理局已根据 116 号公告要求向国家食品药品监督管理总局反馈复验合格情况。

十五、发行人境外经营情况

截至报告期末，公司拥有韩国韩娜及悦芙媞（韩国）两家境外子公司，具体情况详见本《招股意向书》“第五节发行人基本情况”之“七、发行人控股子公司、分公司和参股公司简要情况”之“（一）发行人控股子公司简要情况”。

第七节 同业竞争与关联交易

一、发行人独立运营情况

（一）资产完整性

发行人由珀莱雅有限整体变更设立，珀莱雅有限的业务、资产、机构及相关债权、债务均已整体进入发行人。发行人合法拥有与生产经营有关的生产设备、辅助生产设备和配套设施；合法拥有与生产经营有关的土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或使用权；具有独立的产供销系统。

发行人与股东之间的资产产权界定清晰，生产经营场所独立，不存在依靠股东的生产经营场所进行生产经营的情况。目前公司没有以资产为各股东的债务提供担保，公司对所有资产拥有完全的控制支配权。

（二）人员独立性

发行人的董事、监事及高级管理人员，均以合法程序选举或聘任，不存在控股股东超越发行人股东大会和董事会作出人事任免决定的情况。

公司拥有独立、完整的人事管理体系，劳动、人事及薪酬管理完全独立。发行人的总经理及其他高级管理人员均专职在发行人处工作并领取薪酬，不存在在实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外其他职务的情形，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领取薪酬；公司的财务人员没有在股东单位及其控制的其他企业兼职，也无在与公司业务相同或相近的其他企业任职的情况。

（三）财务独立性

发行人设有独立的财务部门，并已按《中华人民共和国会计法》等有关法律法规的要求建立了独立的财务核算体系，能够独立地作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对控股子公司的管理制度。发行人独立在银行开立账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。发行人作为独立的纳税人，依法独立进行纳税申报并履行纳税义务。

（四）机构独立性

发行人设有股东大会、董事会、监事会、总经理负责的管理层等机构，相关机构及人员能够依法行使经营管理职权。发行人建立了较为完善的组织机构，拥有完整的业务系统及配套部门，各部门已构成一个有机整体，法人治理结构完善。

发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在混合经营、合署办公的情况。控股股东、实际控制人及其控制的其他企业及其职能部门与发行人各职能部门之间不存在上下级关系，不存在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业干预发行人经营活动的情形。

（五）业务独立性

发行人主要从事化妆品的研发、生产和销售，拥有独立的生产及辅助生产系统、采购和销售系统以及独立的研发体系，不依赖股东单位及其他关联方。公司的控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不从事与本公司相同或相近的业务。

经核查，保荐机构认为，发行人满足了前述独立性的要求，上述内容真实、准确、完整。

二、同业竞争

（一）控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与公司不存在同业竞争

公司主要从事化妆品的研发、生产和销售，经营范围为：批发：化妆品，日用百货，化工原料（除化学危险品及易制毒化学品），机械设备，五金交电；服务：化妆品的技术开发、技术服务、技术咨询；经营进出口业务（不含进口商品分销业务）（法律、行政法规禁止的项目除外，法律、行政法规限制的项目取得许可证后方可经营）；发用、护肤、美容修饰类化妆品的生产（限分支机构经营）。（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》签署日，公司控股股东、实际控制人侯军呈、方爱琴夫妇除控制本公司外，还拥有坤驿实业、美妆小镇、山清水秀的控制权。坤驿实业、美妆小镇、山清水秀的基本情况详见本《招股意向书》“第五节 发行人基本情况”之“八、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业基本情况”。

本公司实际控制人及其控制的企业均未与本公司从事相同或相近的业务，与公司不存在同业竞争。

（二）公司采取的避免同业竞争的措施

为避免将来可能产生的同业竞争，公司控股股东、实际控制人侯军呈、方爱琴夫妇出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，具体承诺事项详见本《招股意向书》“第五节发行人基本情况”之“十二、主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺”。

（三）实际控制人关系密切的家庭成员职业及投资和控制的盈利性组织情况

根据《企业会计准则》、《上市公司信息披露管理办法》及上海证券交易所《股票上市规则》、《上海证券交易所上市公司关联交易实施细则》，截至报告期末，发行人实际控制人侯军呈、方爱琴夫妇关系密切家庭成员的职业及控制/投资的盈利性组织情况如下：

姓名	与发行人实际控制人的亲属关系	从事职业	控制和投资的盈利性组织
侯亚孟	儿子	杭州和儒广告有限公司总经理	杭州和儒广告有限公司（持股 50%并担任执行董事兼总经理）；杭州幽灵鲨科技有限公司（持股 70%）；杭州小丸忆食品科技有限公司（持股 60%）
侯孟茜	女儿	无	湖州美妆小镇化妆品博物馆有限公司（持股 25%并担任董事）
高一潇	侯亚孟之配偶	无	无
周 泳	侯孟茜之配偶	上海酣欣商务咨询中心（有限合伙）执行事务合伙人	上海酣欣商务咨询中心（有限合伙）（持有 66% 份额并担任执行事务合伙人）
侯连香	姐姐	无	无
侯久芬	姐姐	无	无
侯爱玲	姐姐	无	无
侯琳云	姐姐	无	无
蔡必正	姐姐侯连香之配偶	无	无
金福明	姐姐侯久芬之配偶	广州爱帛服饰有限公司经理	湖南皇冠投资置业有限公司（持股 55%）
徐学法	姐姐侯爱玲之配偶	无	无
方孔行	姐姐侯琳云之配偶	个体工商户	杭州市西湖区方太太餐厅凤起路分店（个体工商户）
陈香娇	配偶之母亲	无	无
方爱芬	方爱琴之姐妹	无	发行人（持股 0.2606%）；太仁堂（持股 1%并担任董事）

姓名	与发行人实际控制人的亲属关系	从事职业	控制和投资的盈利性组织
方玉友	方爱琴之兄弟	发行人董事、总经理	发行人（持股 32.572%并担任董事、总经理）；坤驿实业（持股 25%并担任董事）；太仁堂（持股 95%并担任董事）；湖州美妆小镇文化发展有限公司（持股 25%）；浙江慢方适健康管理有限公司（持股 70%并担任董事）
方玉占	方爱琴之兄弟	太仁堂董事长、总经理	坤驿实业（持股 15%并担任董事）；湖州美妆小镇文化发展有限公司（持股 15%）；浙江慢方适健康管理有限公司（持股 20%并担任董事长）
高剑飞	儿子侯亚孟配偶高一潇之父亲	浙江乐清农村商业银行股份有限公司董事长	浙江乐清农村商业银行股份有限公司（持股 0.22%并担任董事长）
郑赛球	儿子侯亚孟配偶高一潇之母亲	公务员	无
周云南	女儿侯孟茜配偶周泳之父亲	无	湖州莫干望舒化妆品产业壹期创业投资合伙企业（有限合伙）（持有 15.50%的份额）
林东红	女儿侯孟茜配偶周泳之母亲	无	无

截至报告期末，除发行人外，上述企业具体情况如下：

序号	公司名称	注册资本（万元）	关联方持股情况	经营范围	主营业务	关联方控制/投资关系
1	杭州和儒广告有限公司	50	侯亚孟持股 50%	一般经营项目：服务：设计、制作、代理、发布国内广告，文化交流活动组织策划（除演出中介），承办会展，庆典礼仪，图文设计	尚未开展实际经营	实际控制人之子侯亚孟持股并担任执行董事兼总经理的企业
2	杭州幽灵鲨科技有限公司	500	侯亚孟持股 70%	服务：计算机软硬件、电子产品的技术开发、技术服务、成果转让，经济信息咨询（除商品中介），承接网络工程（涉及资质证凭证经营），文化艺术交流活动策划（除演出及演出中介），市场调查，企业形象策划，设计、制作国内广告，舞台设计，园林景观设计，承办会展，家居用品的设计；批发、零售：计算机及配件，机电设备（除小轿车），电子元器件	电子产品的技术开发、技术服务	实际控制人之子侯亚孟控股的企业
3	杭州小丸忆食品科技有限公司	100	侯亚孟持股 60%	服务：食品生产技术、机械设备的开发、技术咨询、技术服务、成果转让；食品经营、食品生产（具体经营范围以有效许可证件为准）。	销售母婴产品	实际控制人之子侯亚孟控股的企业
4	湖州美妆小镇化妆品博物馆	3,000	侯孟茜持股 25%	化妆品博物馆建设、运营，物业管理，以及博物馆相关的商业活动策划和运营	尚未开展实际	实际控制人之女侯孟茜参股并担任董事的

序号	公司名称	注册资本 (万元)	关联方持 股情况	经营范围	主营业 务	关联方控制/投 资关系
	有限公司				经营	企业
5	上海酣欣 商务咨询 中心（有 限合伙）	2,000	周泳持有 66%份额	商务咨询，财务咨询，企业管理咨询，电子商务（不得从事增值电信、金融业务），市场营销策划，企业形象策划，文化艺术交流与策划，（网络、信息）科技专业领域内的技术开发、技术转让、技术咨询和技术服务，会务服务，展览展示服务，日用百货、五金交电、电子产品、通讯设备、办公用品及设备、计算机软硬件的销售。（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。）	尚未 开展 实际 经营	实际控制人之女侯孟茜配偶周泳控制并担任执行事务合伙人的企业
6	湖南皇冠 投资置业 有限公司	3,000	金福明持 股 55%	房地产业投资；酒店投资管理；商贸投资与管理；旅游投资；餐饮、市内娱乐活动；住宿、桑拿保健按摩；足浴、美容美发、健身房、游泳池、网球场；烟、酒零售；婚礼策划、综合零售（不含危险化学品）；电影放映。（以上范围国家法律、法规禁止经营的不得经营；法律、法规规定须经审批而未获审批前不得经营）	酒店 投资 及管 理	实际控制人姐姐侯久芬之配偶金福明控股并担任监事的企业
7	杭州太仁 堂生物科 技股份有 限公司	1,000	方玉友 持股 95%，方 爱芬持股 1%	服务：生物科技的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让，第一类医药器械、保健食品、口腔清洁用品的技术开发、技术咨询，物业管理；批发、零售：日用品，初级食用农产品（除食品、药品），预包装食品，纺织品，机械设备，第一类医疗器械；货物及技术进出口（法律法规禁止的项目除外，国家法律、法规限制的项目取得许可证后方可经营）；其他无需报经审批的一切合法项目	生物 科技 的技 术开 发； 批 发、 零 售； 铁 皮 石 斛 冲 剂、 铁 皮 石 斛 口 服 液 等 产 品	实际控制人配偶之兄弟方玉友控股并担任董事的企业，方玉友之姐方爱芬参股并担任董事的企业
8	浙江慢方 适健康管 理有限公 司	5,000	方玉友 持股 70%，方 玉占持股 20%	服务：非医疗性健康管理咨询，健身服务，生物技术的技术开发、技术咨询、技术服务，企业营销策划，室内外装饰设计，承接室内外装饰工程（涉及资质证凭证经营），商务信息咨询（除中介），	尚未 开展 实际 经营	实际控制人配偶之兄弟方玉友控股并担任董事的企业，方玉友之兄弟方玉占参股并

序号	公司名称	注册资本 (万元)	关联方持 股情况	经营范围	主营业 务	关联方控制/投 资关系
				承办会展，餐饮管理，物业管理，旅游项目开发，实业投资（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）；批发、零售：工艺美术品，医疗器械（限一类、二类）；其他无需报经审批的一切合法项目		担任董事长的企业
9	杭州坤驿实业有限公司	500	方玉友持股 25%，方玉占持股 15%	一般经营项目：服务：投资管理，实业投资，物业管理，房地产中介服务	尚未开展实际经营	实际控制人配偶之兄弟方玉友、方玉占参股并担任董事的企业，系实际控制人控制的企业
10	湖州美妆小镇文化发展有限公司	5,000	方玉友持股 25%，方玉占持股 15%	文化活动组织、会务会展服务、生态观光服务、景区开发经营服务、酒店管理、住宿服务	尚未开展实际经营	实际控制人配偶之兄弟方玉友、方玉占参股的企业，系实际控制人控制的企业
11	浙江乐清农村商业银行股份有限公司	110,286.8724	高剑飞持股 0.22%	许可该机构经营中国银行监督管理委员会依照有关法律、行政法规和其他规定批准的业务，经营范围以批准文件所列的为准；证券投资基金销售业务	存贷款业务	实际控制人之子侯亚孟配偶的父亲高剑飞参股并任董事长的企业
12	湖州莫干望舒化妆品产业壹期创业投资合伙企业（有限合伙）	12,900	周云南持有 15.50% 的份额	创业投资	股权投资	实际控制人之女侯孟茜配偶周泳之父亲周云南参股的企业，系实际控制人参股的企业

报告期内发行人与上述关联方个人或经营实体的关联交易详见本《招股意向书》本节之“三、关联方与关联交易”之“（二）关联交易”。

经核查，保荐机构和发行人律师认为，报告期内发行人与上述关联方个人或经营实体的关联交易决策程序合法有效，定价公允。除方玉友、方爱芬直接持有发行人股份，方玉友在发行人处任职，侯亚孟曾在发行人处任职外，上述关联方均未与发行人开展相同或相近业务，也不存在上下游业务，与发行人不存在同业竞争。

（四）发行人实际控制人的其他主要近亲属从事化妆品业务的相关情况

1、发行人实际控制人的其他主要近亲属从事化妆品业务的情况

截至报告期末，发行人实际控制人其他主要近亲属中，实际控制人侯军呈的舅舅李裕才之子李小林、侯军呈的舅舅李裕正之子李文清、侯军呈姐姐侯爱玲之子徐东魁持有发行人股份，实际控制人侯军呈的姐姐侯连香之子女蔡汝青、蔡丙国、蔡丹红，侯军呈姐姐侯爱玲之女徐丽丽及嵇尚坚夫妇，以及侯军呈的舅舅李裕才之子李双林（系李小林的哥哥）从事化妆品业务，其职业情况及控制和投资的盈利性组织情况具体如下：

姓名	与发行人实际控制人的亲属关系	从事职业	控制和投资的盈利性组织
李小林	舅舅李裕才之子	曲靖星辰无疆建筑工程有限公司执行董事兼总经理	发行人（持股 5.0596%）；坤驿实业（持股 5%并担任董事）；湖州美妆小镇文化发展有限公司（持股 5%）；曲靖星辰无疆建筑工程有限公司（持股 40%并担任执行董事兼总经理）
李文清	舅舅李裕正之子	湖北圣凯能再生资源有限公司副总经理	发行人（持股 0.1061%）；上海零逗化妆品有限公司（持股 45%并担任监事）；湖北绿能再生资源有限公司（持股 60%并担任监事）；湖北圣凯能再生资源有限公司（持股 60%）
徐东魁	姐姐侯爱玲之子	青岛云众创信息科技有限公司销售总监	发行人（持股 0.0454%）；青岛云众创信息科技有限公司（持股 5.26%）；湖州德清致雅展示用具有限公司（持股 20%）
李双林	舅舅李裕才之子，李小林之兄弟	广州娇兰佳人化妆品连锁有限公司总裁	上海丽客化妆品有限公司（持股 30%并担任董事）；上海贝肤泉化妆品有限公司（持股 15%）；湖州莫干望舒化妆品产业壹期创业投资合伙企业（有限合伙）（持股 4.65%）；乐清市双林饮料有限公司（持股 40%并担任监事）
蔡汝青	姐姐侯连香之子	广州娇兰佳人化妆品连锁有限公司执行董事	广州市娇兰化妆品有限公司（持股 50%并担任监事）；广州娇兰佳人化妆品连锁有限公司（持股 50%并担任执行董事）；广州婷美小屋化妆品有限公司（持股 50%并担任执行董事）；武汉娇兰佳人商务有限责任公司（持股 50%并担任经理）；北京娇兰佳人商业连锁有限公司（持股 60%并担任监事）；成都娇兰佳人商业连锁有限公司（持股 50%并担任监事）；西安娇兰佳人化妆品有限公司（持股 50%并担任监事）；重庆娇兰佳人科技发展有限公司（持股 60%）；广州市柏蕊诗化妆品有限公司（持股 50%并担任执行董事）；上海伽伦化妆品有限公司（持股 50%）；上海丽客化妆品有限公司（持股 70%并担任监事）；上海贝肤泉化妆品有限公司（持股 80%并担任监事）；广东现代汉方科技有限公司（持股 50%）；上海摩安珂服饰有限公司（持股 75%并担任监事）；广州市康募置业有限公司（蔡汝青 49%并担任监事）；广州爱帛服饰有限公司（持股 50%并担任监事）；

姓名	与发行人实际控制人的亲属关系	从事职业	控制和投资的盈利性组织
			广东远泰投资有限公司(持股 50%并担任监事)
蔡丙国	姐姐侯连香之子 蔡汝青之兄弟	广州市娇兰化妆品有限公司执行董事	广州市娇兰化妆品有限公司(持股 50%并担任执行董事); 广州娇兰佳人化妆品连锁有限公司(持股 50%并担任监事); 广州婷美小屋化妆品有限公司(持股 50%并担任监事); 上海伽伦化妆品有限公司(持股 50%并担任监事); 武汉娇兰佳人商务有限责任公司(持股 50%并担任监事); 西安娇兰佳人化妆品有限公司(持股 50%并担任经理); 广东现代汉方科技有限公司(持股 50%); 陕西耘荣投资有限公司(持股 70%并担任执行董事); 广州纽美爵贸易有限公司(持股 50%并担任监事); 陕西昆仑矿业有限公司(持股 70%并担任执行董事兼总经理); 旬阳县中大矿业有限责任公司(持股 70%并担任执行董事); 陕西佳成矿业有限公司(持股 70%并担任执行董事)
蔡丹红	姐姐侯连香之女, 蔡汝青、蔡丙国之姐姐	成都娇兰佳人商业连锁有限公司经理	成都娇兰佳人商业连锁有限公司(持股 50%并担任经理); 上海贝肤泉化妆品有限公司(持股 3%)
徐丽丽	姐姐侯爱玲之女, 徐东魁之姐姐	南京美观网络科技有限公司执行董事	南京致远化妆品有限公司(持股 58%); 南京美观网络科技有限公司(持股 70%并担任执行董事)
嵇尚坚	姐姐侯爱玲之女 徐丽丽之配偶	南京致远化妆品有限公司执行董事兼总经理	南京致远化妆品有限公司(持股 42%并担任执行董事); 南京美观网络科技有限公司(持股 30%并担任监事); 淮安市易和工贸有限公司(持股 100%并担任执行董事兼总经理); 南通市崇川区娇兰佳人燎原化妆品店、金湖致远化妆品店(个体工商户)

截至报告期末,除发行人、坤驿实业、湖州美妆小镇文化发展有限公司、湖州莫干望舒化妆品产业壹期创业投资合伙企业(有限合伙)外,上述企业具体情况如下:

序号	公司名称	注册资本(万元)	关联方持股情况	经营范围	主营业务	关联方控制/投资关系
1	曲靖星辰无疆建筑工程有限公司	680	李小林持股 40%	公路、桥梁、机场、水利水电工程建筑,园林绿化,土石方工程,建筑安装工程,室内外装饰工程的设计、施工,工程机械租赁,房屋建筑工程,房地产开发经营,市政工程,电力工程	尚未开展实际经营	实际控制人舅舅李裕才之子 李小林持股 40%并担任执行董事兼总经理的企业
2	上海零逗化妆品有	10	李文清持股 45%	化妆品、服装鞋帽、日用百货、五金交电、电线电缆、电子产品、	歇业拟清	实际控制人舅舅李裕正之子

序号	公司名称	注册资本 (万元)	关联方持 股情况	经营范围	主营业 务	关联方控制/投 资关系
	限公司			卫生洁具批发、零售，展览展示服务。（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）	算注 销	李文清持股 45%并担任监 事的企业
3	湖北绿能 再生资源 有限公司	218	李文清持 股 60%	再生资源回收利用；废旧金属、废旧电瓶、电池、废旧电气、塑料、废机油回收及销售。（涉及许可经营项目，应取得相关部门许可后方可经营）	废电 池等 再生 资源 回收	实际控制人舅 舅李裕正之子 李文清持股 60%并担任监 事
4	湖北圣凯 能再生资 源有限公 司	208	李文清持 股 60%	再生物资回收与批发。（依法须经审批的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	再生 物资 回收 与批 发	实际控制人舅 舅李裕正之子 李文清持股 60%并担任副 总经理
5	青岛云众 创信息科 技有限公 司	380	徐东魁持 股 5.26%	网络技术开发，互联网管理服务（不得从事互联网上网服务及增值电信业务）；网上销售（不得从事增值电信业务、金融业务）日用百货、鞋帽、服装、化妆品、家用电器、五金建材；计算机软件开发利用及信息咨询服务（不含互联网信息服务）。（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）	互联 网汽 车保 险销 售	实际控制人姐 姐侯爱玲之子 徐东魁持股 5.26%的企业
6	湖州德清 致雅展示 用具有限 公司	20	徐东魁持 股 20%	化妆品展示柜、展示用具制造、销售及安装	注销 中	实际控制人姐 姐侯爱玲之子 徐东魁持股 20%的企业
7	乐清市双 林饮料有 限公司	50	李双林持 股 40%	饮料【瓶（桶）装饮用水类（饮用纯净水、其他饮用水）】生产	饮料 生产	实际控制人舅 舅李裕才之子 李双林持股 40%并担任监 事的企业
8	广州市娇 兰化妆品 有限公司	1,500	蔡汝青 持股 50%，蔡 丙国持股 50%	肥皂及合成洗涤剂制造；化妆品制造；其他日用化学产品制造（监控化学品、危险化学品除外）；化妆品及卫生用品批发；化妆品及卫生用品零售；场地租赁（不含仓储）；通用机械设备零售；道路货物运输	化妆 品生 产	实际控制人姐 姐侯连香之子 蔡汝青、蔡丙 国控制的企业
9	广州娇兰 佳人化妆 品连锁有 限公司	500	蔡汝青 持股 50%，蔡 丙国持股 50%	化妆品及卫生用品批发；生物技术开发服务；商品信息咨询服务；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；化妆品及卫生用品零售；预包装食品批发；道路货物运输；预包装食品零售	化妆 品销 售	实际控制人姐 姐侯连香之子 蔡汝青、蔡丙 国控制的企业
10	广州市娇	100	[注]	商品批发贸易（许可审批类商品	化妆	实际控制人姐

序号	公司名称	注册资本 (万元)	关联方持 股情况	经营范围	主营业 务	关联方控制/投 资关系
	联化妆品 有限公司			除外)；商品零售贸易(许可审 批类商品除外)	品销 售	姐侯连香之子 蔡汝青、蔡丙 国实际控制的 企业
11	广州婷美 小屋化妆 品有限公 司	500	蔡汝青 持股 50%，蔡 丙国持股 50%	预包装食品批发；散装食品批发； 预包装食品零售；散装食品零售； 道路货物运输；非酒精饮料及茶 叶零售；非酒精饮料、茶叶批发； 化妆品及卫生用品批发；化妆品 及卫生用品零售；日用杂品综合 零售；日用器皿及日用杂货批发； 生物技术开发服务；商品批发贸 易(许可审批类商品除外)；商 品零售贸易(许可审批类商品除 外)；商品信息咨询	化妆 品品 牌店 运营	实际控制人姐 姐侯连香之子 蔡汝青、蔡丙 国控制的企业
12	武汉娇兰 佳人商务 有限责任 公司	100	蔡汝青 持股 50%，蔡 丙国持股 50%	商务信息咨询；化妆品、日用百 货、办公用品及设备、服装服饰、 电子产品、化工产品(不含化学 危险品)、五金交电、工艺美术 品、玻璃制品、劳保用品、针纺 织品的零售及批发(国家有专项 规定的项目经审批后或凭有效许 可证方可经营)	化妆 品销 售	实际控制人姐 姐侯连香之子 蔡汝青、蔡丙 国控制的企业
13	北京娇兰 佳人商业 连锁有限 公司	1,000	蔡汝青持 股 60%	普通货运；销售化妆品、日用百 货、新鲜水果、新鲜蔬菜、未经 加工的干果、未经加工的坚果、 劳保用品、办公用品及设备、服 装、服饰、电子产品、化工产品 (不含危险化学品、一类易制毒 化学品)、五金交电、针纺织品、 工艺美术品、玻璃制品、通讯器 材(不含卫星地面发射、接受设 备)；经济信息咨询；科技开发	化妆 品销 售	实际控制人姐 姐侯连香之子 蔡汝青控制的 企业
14	成都娇兰 佳人商业 连锁有限 公司	100	蔡汝青持 股 50%、 蔡丹红持 股 50%	销售：日用品、医疗器械 I、II 类、 纺织品、服装、鞋帽、五金交电、 家用电器、计算机及软件、办公 设备、化妆品(以上经营范围依 法须经批准的项目，经相关部门 批准后方可开展经营活动)	化妆 品销 售	实际控制人姐 姐侯连香之子 女蔡汝青、蔡 丹红控制的企 业
15	西安娇兰 佳人化妆 品有限公 司	100	蔡汝青 持股 50%，蔡 丙国持股 50%	化妆品、日用百货批发、零售； 商务信息咨询(以上经营范围除 国家专控及前置许可项目)	化妆 品销 售	实际控制人姐 姐侯连香之子 蔡汝青、蔡丙 国控制的企业
16	重庆娇兰 佳人科技 发展有限 公司	200	蔡汝青持 股 60%	计算机软硬件开发及销售；销售： 日用百货、化妆品、建筑材料及 装饰材料(不含危险化学品)； 从事投资业务(不含银行、证券、	化妆 品销 售	实际控制人姐 姐侯连香之子 蔡汝青控制的 企业

序号	公司名称	注册资本 (万元)	关联方持 股情况	经营范围	主营业 务	关联方控制/投 资关系
				保险等需要取得许可或审批的金融业务；不含证券、期货等国家有专项规定的投资咨询业务；不得发行、销售金融产品，不得向社会公众发放借款、不得为未经许可的金融活动提供宣传、推介、营销等）；商务信息咨询；销售Ⅱ类医疗器械（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）		
17	广州市柏蕊诗化妆品有限公司	100	蔡汝青持股 50%	化妆品及卫生用品批发；化妆品及卫生用品零售；厨房用具及日用杂品零售；化妆品制造；（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）	化妆品销售	发行人实际控制人侯军呈姐姐侯连香之子蔡汝青控制的企业
18	上海伽伦化妆品有限公司	1,000	蔡汝青持股 50%，蔡丙国持股 50%	化妆品、日用百货批发零售；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）	化妆品销售	实际控制人姐姐侯连香之子蔡汝青、蔡丙国控制的企业
19	上海丽客化妆品有限公司	100	蔡汝青持股 70%，李双林持股 30%	化妆品研发，化妆品、日用百货批发零售，包装设计，商务信息咨询，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）	化妆品销售	实际控制人姐姐侯连香之子蔡汝青控制、实际控制人舅舅李裕才之子李双林参股并担任执行董事的企业
20	上海贝肤泉化妆品有限公司	100	李双林 15%，广州娇兰佳人化妆品连锁有限公司 67%，蔡丹红 3%	化妆品、日用百货、金属制品、塑料制品、纸制品、玻璃制品、化工产品及其原料（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）的销售，包装设计，商务信息咨询，电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务），从事货物及技术的进出口业务	化妆品销售	实际控制人姐姐侯连香之子蔡汝青控制、侯连香之女蔡丹红参股、实际控制人舅舅李裕才之子李双林参股的企业
21	广东现代汉方科技有限公司	1,000	蔡汝青持股 50%，蔡丙国持股 50%	植物提取物原料的加工（不含许可经营项目，法律法规禁止经营的项目不得经营）；糖料作物批发；茶叶作物及饮料作物批发；健康科学项目研究、开发；工程和技术研究和试验发展；工程和技术基础科学研究服务；食品科学技术研究服务；保健食品制造；糖果、巧克力制造；蜜饯制作；乳制品制造；其他调味品、发酵制品制造；碳酸饮料制造；瓶（罐）装饮用水制造；果菜汁	尚未开展实际经营	实际控制人姐姐侯连香之子蔡汝青、蔡丙国控制的企业

序号	公司名称	注册资本 (万元)	关联方持 股情况	经营范围	主营业 务	关联方控制/投 资关系
				及果菜汁饮料制造;含乳饮料和植物蛋白饮料制造;固体饮料制造;茶饮料及其他饮料制造;精制茶加工;中药饮片加工;中药提取物生产(具体经营项目以药品生产许可证载明为准);蔬菜加工;水果和坚果加工;豆制品制造;预包装食品批发;保健食品批发(具体经营项目以《食品经营许可证》为准);非酒精饮料、茶叶批发		
22	上海摩安珂服饰有限公司	100	蔡汝青持股 75%	服装服饰及辅料、鞋帽、皮革制品、日用百货、化妆品销售	服饰销售	实际控制人姐姐侯连香之子蔡汝青控制的企业
23	广州市康募置业有限责任公司	18,000	蔡汝青持股 49%, 广州娇兰佳人化妆品连锁有限公司持股 51%	房地产开发经营;物业管理;自有房地产经营活动;房屋租赁;场地租赁(不含仓储);百货零售(食品零售除外);化妆品及卫生用品零售;化妆品及卫生用品批发	房产开发	实际控制人姐妹侯连香之子蔡汝青、蔡丙国控制的企业
24	广州爱帛服饰有限公司	300	蔡汝青持股 50%	化妆品及卫生用品零售;眼镜批发;箱、包批发;鞋帽零售;鞋帽批发;木制、塑料、皮革日用品零售;眼镜零售;服装零售;箱、包零售;服装批发;货物进出口(专营专控商品除外);技术进出口;钟表零售;纺织品及针织品零售;小饰物、小礼品零售;纺织品、针织品及原料批发;钟表批发	服饰销售	实际控制人姐姐侯连香之子蔡汝青持股 50%并担任监事的企业
25	广东远泰投资有限公司	1,000	蔡汝青持股 50%	以自有资金进行项目投资;项目投资的咨询,商贸信息咨询(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)	项目投资	实际控制人姐姐侯连香之子蔡汝青持股 50%并担任监事的企业
26	陕西耘荣投资有限公司	2,000	蔡丙国持股 70%	房地产开发及物业管理;房屋租赁;土建工程设计及施工;计算机软硬件开发销售;消防器材销售及安装;建筑机械、装饰材料、五金产品、办公用品、化工原料(危险、易制毒、监控化学品除外)、家用电器的销售	投资	实际控制人姐姐侯连香之子蔡丙国控制的企业
27	广州纽美爵贸易有限公司	100	蔡丙国持股 50%	服装批发;钟表、眼镜零售;眼镜批发;技术进出口;箱、包零售;鞋帽零售;鞋帽批发;货物进出口(专营专控商品除外);木制、塑料、皮革	批发贸易	实际控制人姐姐侯连香之子蔡丙国持股 50%并担任监

序号	公司名称	注册资本 (万元)	关联方持 股情况	经营范围	主营业 务	关联方控制/投 资关系
				日用品零售;服装零售		事的企业
28	陕西昆仑 矿业有限 公司	800	蔡丙国持 股 70%	金矿地下开采;矿产品(专控除外) 的销售;环境治理	矿业 投资 开发	实际控制人姐 姐侯连香之子 蔡丙国控制的 企业
29	旬阳县中 大矿业有 限责任公 司	500	蔡丙国持 股 70%	非金属矿产品购销, 铅锌矿详查	矿业 投资 开发	实际控制人姐 姐侯连香之子 蔡丙国控制的 企业
30	陕西佳成 矿业有限 公司	1,000	蔡丙国持 股 70%	经营项目筹建(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)	筹建	实际控制人姐 姐侯连香之子 蔡丙国控制的 企业
31	南京致远 化妆品有 限公司	500	徐丽丽持 股 58%, 嵇尚坚持 股 42%	化妆品、服装服饰、鞋帽、针纺 织品、日用百货、饰品、皮革制 品、箱包、玩具、文化用品、酒 店用品、办公用品、工艺礼品、 床上用品销售;商务信息咨询; 图文设计、制作;企业管理咨询; 企业管理服务;展览展示服务; 公关活动组织策划;企业营销(形 象)策划;会议服务;礼仪服务。 (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)	化妆 品销 售	实际控制人姐 姐侯爱玲之女 徐丽丽及其配 偶嵇尚坚共同 控制的企业
32	南京美观 网络科技 有限公司	500	徐丽丽持 股 70%, 嵇尚坚 30%	计算机网络工程安装、维护;系 统集成;电子数码产品技术开发; 技术转让、技术咨询、技术服务; 企业管理咨询;投资咨询;商务 咨询;市场信息咨询与调查;电 子商务;设计、制作、代理、发 布各类广告;计算机软硬件、通 讯设备、机电产品、电子产品、 床上用品、日用百货、化妆品、 玩具、工艺品、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)	尚未 开展 实际 经营	实际控制人姐 姐侯爱玲之女 徐丽丽及其配 偶嵇尚坚共同 控制的企业
33	淮安市易 和工贸有 限公司	50	嵇尚坚持 股 100%	利用成品纸板进行纸箱加工、销 售;柜台制造、加工、销售(除 木制品);日用化妆品、文化用 品、办公用品、服装、针织品、 建材、钢材、五金家电、机电产 品、百货、日杂销售。(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)	未开 展实 际经 营	实际控制人姐 姐侯爱玲之女 徐丽丽配偶嵇 尚坚控制的企 业

注: 根据蔡汝青、蔡丙国及广州市娇联化妆品有限公司出具的承诺和说明, 广州市娇联化妆品有限公司的实际出资人及公司日常经营决策人均均为蔡汝青、蔡丙国, 该公司系蔡汝青、蔡丙国控制的企业。

2、报告期内上述近亲属个人及经营实体与发行人业务和资金往来情况

发行人为扩大终端销售网点，促进公司业务的发展，2016年起通过杭州恒浩贸易有限公司等经销商向广州娇兰佳人化妆品连锁有限公司及其相关公司销售化妆品。2017年上半年南京致远化妆品有限公司向发行人零星采购少量化妆品。报告期内发行人向上述两家公司的销售情况具体如下：

单位：万元

比照关联方	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
广州娇兰佳人化妆品连锁有限公司及其相关公司	457.17	622.41	-	-
南京致远化妆品有限公司	39.66	-	-	-
合 计	496.83	622.41	-	-
占发行人当年营业收入的比例	0.60%	0.38%		

发行人就上述交易已比照关联交易根据《公司章程》、《关联交易决策制度》等规定履行了相应的决策程序，独立董事也发表了独立意见。

除上述交易外，报告期内，发行人与实际控制人其他主要近亲属个人及经营实体未发生其他业务与资金往来。

3、上述近亲属个人及经营实体与发行人是否构成同业竞争或潜在同业竞争的核查情况

截至报告期末，发行人实际控制人其他主要近亲属中除李小林、李文清、徐东魁持有发行人股份，实际控制人侯军呈的姐姐侯连香之子女蔡汝青、蔡丙国、蔡丹红，侯军呈姐姐侯爱玲之女徐丽丽及其配偶嵇尚坚，以及侯军呈的舅舅李裕才之子李双林从事化妆品业务。蔡汝青、蔡丙国控制的广州市娇兰化妆品有限公司、广州娇兰佳人化妆品连锁有限公司、广州市娇联化妆品有限公司、广州婷美小屋化妆品有限公司、武汉娇兰佳人商务有限责任公司、北京娇兰佳人商业连锁有限公司、成都娇兰佳人商业连锁有限公司、西安娇兰佳人化妆品有限公司、重庆娇兰佳人科技发展有限公司、广州市柏蕊诗化妆品有限公司、上海伽伦化妆品有限公司、上海丽客化妆品有限公司、上海贝肤泉化妆品有限公司等13家企业（以下简称“蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业”）以及徐丽丽及其配偶嵇尚坚

控制的南京致联化妆品有限公司从事与化妆品有关的业务，上述主要近亲属控制或投资的其他企业均未从事与发行人相同或相近业务。

(1) 蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业

经核查，蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业与发行人在资产、人员、财务、机构、业务与技术等方面相互独立，具体情况如下：

①资产独立

经实地走访蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业及其生产基地，查阅蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业的财务报表，查看生产经营设备，对蔡汝青、蔡丙国、李双林及其他相关人员进行访谈，取得蔡汝青、蔡丙国出具的确认函，并与发行人提供的设备清单、土地所有权证和房产证等权属证书进行比对。经核查，蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业中，生产企业广州市娇兰化妆品有限公司拥有化妆品生产相关的生产经营场所、机器设备等相关配套设施；广州娇兰佳人化妆品连锁有限公司等 12 家化妆品销售企业现有经营场所均系承租自独立第三方，拥有经营办公所需设备设施，该等资产均不属于发行人及其实际控制人所有。发行人合法拥有与化妆品生产经营有关的土地使用权、房屋所有权、生产设备等主要财产，不存在发行人的前述资产来源于蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业的情形，发行人资产独立完整。

经核查，蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业拥有的与生产经营有关的资产均不存在来源于发行人的情形。发行人与蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业资产相互独立。

②人员独立

经查阅蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业的工商登记信息，获取上述企业董事、监事、高级管理人员名单，对蔡汝青、蔡丙国、李双林及其他相关人员进行访谈，取得蔡汝青、蔡丙国出具的确认函，并与发行人提供的员工名册进行比对。经核查，蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业的董事、监事、高级管理人员均未在发行人处兼职或领薪。发行人的董事、监事、高级管理人员均按照发行人《公司章程》等规定，由发行人股东大会、董事会及监事会等机构选举、聘任，不存在在蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业兼职或领薪的情形，也不存在发行人的核心

技术人员在蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业兼职或领薪的情形。发行人与蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业不存在人员混同的情形。

经核查，发行人与蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业的人员相互独立。

③财务独立

经查阅蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业的财务报表，对蔡汝青、蔡丙国、李双林及其他相关人员进行访谈，取得蔡汝青、蔡丙国出具的确认函，查阅发行人的银行账户开户资料、主要银行账户对账单、大额资金流水、纳税申报资料等。经核查，发行人独立在银行开立账户，不存在与蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业共用银行账户的情形。发行人作为独立的纳税人，依法独立核算、独立进行纳税申报并履行纳税义务。

经核查，发行人与蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业的财务相互独立。

④机构独立

经访谈蔡汝青、蔡丙国、李双林及其他相关人员，取得蔡汝青、蔡丙国出具的确认函，以及查阅发行人的股东大会、董事会、监事会会议资料、核查发行人的内部组织机构图、内设机构职能及其实际运作情况等。经核查，发行人建立了较为完善的组织机构，拥有完整的业务系统及配套部门，法人治理结构完善，不存在与蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业机构混同的情形。

经核查，发行人与蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业的机构相互独立。

⑤业务与技术独立

A、业务起源

经查阅蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业的工商登记信息和发行人的工商登记资料，访谈蔡汝青、蔡丙国及发行人实际控制人、总经理及其他主要股东、业务人员。经核查，发行人实际控制人与蔡汝青、蔡丙国创业初期即各自独立创业，并在浙江、广东两个不同区域独自发展，不存在发行人业务与蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业的业务起源于同一主体的情形。

B、与化妆品生产相关的商标、专利等技术和业务资质许可情况

截至本《招股意向书》签署日，蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业拥有化妆品生产相关的生产经营场所、机器设备等相关配套设施，持有“粤妆 20160010”号《化妆品生产许可证》；拥有与化妆品生产、销售相关的商标、专利、国产特殊用途化妆品行政许可批件及国产非特殊用途化妆品备案登记凭证，在技术和业务方面不存在使用发行人商标、专利、经营资质及研发成果和生产技术或与发行人共有商标、专利及研发成果和技术的情形。

C、采购方面

经查阅蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业提供的主要供应商名单，并与发行人报告期内的供应商名单进行比对，对蔡汝青、蔡丙国、李双林及其他相关人员进行访谈，取得蔡汝青、蔡丙国出具的确认函，查阅发行人的采购合同及主要供应商访谈笔录，对发行人采购负责人进行访谈。自设立以来，发行人与蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业均拥有独立的采购团队和供应链，独立签署采购协议，采购价格均按市场价格确定。

基于化妆品的行业特性，蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业与发行人存在少量供应商（含 OEM 厂商）重合的情形。其中主要重合供应商均系行业内主要的原材料供应商和 OEM 厂商，均为国内多家化妆品企业提供原材料和 OEM 服务。

此外，因蔡汝青、蔡丙国主要通过“娇兰佳人”品牌经营化妆品零售连锁业务，销售产品包括“婷美”、“植物日记”、“贝肤泉”等自有品牌产品以及“玉兰油”、“妮维雅”、“旁氏”等国内外品牌产品。报告期内，蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业的个别供应商系发行人的客户。存在上述情形的主要原因为国内化妆品经销商多为同时在指定区域内经销多个化妆品品牌，故存在经销商既是发行人的客户又同时成为下游化妆品零售企业供应商的情形。具体情况如下：

a、共同供应商

报告期内，发行人的供应商（含 OEM 厂商）与蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业的主要供应商重合的有 33 家，具体情况如下：

单位：万元

类别	采购内容 [注 1]	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年		服务的其他 主要品牌或 行业地位
		采购 /OEM 金	采购 /OEM 占比	采购/OEM 金额	采购 /OEM 占比	采购/OEM 金额	采购 /OEM 占比	采购/OEM 金额	采购 /OEM 占比	

			额 [注 2]	(%)		(%)		(%)		(%)	
共同供应商	杭州三星工艺玻璃有限公司	玻璃瓶等包材	2,394.45	8.09	5,953.06	9.52	6,915.03	11.93	5,251.93	9.22	百雀羚、相宜本草、韩后、欧诗漫等
	诺斯贝尔化妆品股份有限公司	面膜半制品	21.82	0.07	1,194.73	1.91	634.18	1.09	5.21	0.01	屈臣氏、韩后、御泥坊、自然堂等
	其他供应商	包材、原料	2,687.31	9.08	5,772.79	9.23	4,126.98	7.12	4,338.85	7.62	-
	采购小计		5,103.58	17.25	12,168.43	20.67	11,676.19	20.15	9,595.99	16.84	
共同 OEM 厂商	科丝美诗（中国）化妆品有限公司	悦芙媿系列产品、唇膏等彩妆	125.15	10.25	656.07	20.45	70.82	8.05	269.20	11.43	韩国第一大化妆品生产企业在中国的子公司，专注 ODM、OEM，承接国内外多家化妆品公司的代加工业务
	蔻诗曼嘉化妆品（苏州）有限公司	悦芙媿系列产品、粉饼、粉底液等	181.70	14.88	537.31	16.75	43.24	4.91	-	-	韩国本土第三大化妆品代工企业在中国的子公司
	其他 OEM 厂商		47.47	3.89	44.38	1.38	29.91	3.40	15.69	0.67	
	OEM 小计		354.32	29.01	1,237.76	38.59	143.97	16.36	284.89	12.09	
合计			5,457.90	-	13,406.19	-	11,820.16	-	9,880.00	-	

注 1：采购内容系发行人向该供应商或 OEM 厂商采购的原材料或 OEM 产品的名称；

注 2：采购/OEM 金额及占比系发行人向该供应商或 OEM 厂商采购的原材料或 OEM 产品的金额及占发行人当年采购总额或 OEM 总额的比例。

上述主要共同供应商均系行业内主要的原材料供应商和 OEM 厂商，均为国内多家化妆品企业提供原材料和 OEM 服务。

b、发行人的客户为蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业的供应商

报告期内，自 2016 年起发行人通过杭州恒浩贸易有限公司等经销商向蔡汝青、蔡丙国控制的广州娇兰佳人化妆品连锁有限公司及其相关公司销售“珀莱雅”品牌产品；此外，报告期内，发行人的 7 家客户存在向蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业销售除发行人生产的产品以外的其他化妆品生产企业生产和销售的化妆品的情况，具体情况如下：

单位：万元

发行人经销商名称		销售内容 [注 1]	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年		该客户向蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业供应的化妆品品牌
			销售金额 [注 2]	销售占比 (%)	销售金额	销售占比 (%)	销售金额	销售占比 (%)	销售金额	销售占比 (%)	
交叉客户	杭州恒浩贸易有限公司	珀莱雅、悠雅等	1,558.97	1.87	4,219.89	2.60	3,364.53	2.05	3,458.66	1.99	珀莱雅
	重庆千子健商贸有限公司	珀莱雅、悠雅	1,106.26	1.33	1,714.68	1.06	1,925.54	1.17	2,379.64	1.37	珀莱雅
	武汉利标日化有限公司	珀莱雅、优资莱等	1,831.45	2.20	2,473.17	1.52	2,430.94	1.48	1,791.56	1.03	资生堂、相宜本草、曼秀雷敦、ZA、泊美、花印
	其他经销商	珀莱雅、优资莱	3,055.53	3.67	5,358.96	3.30	5,480.69	3.33	6,221.11	3.58	
合计			7,552.21	9.07	13,766.70	8.49	13,201.70	8.03	13,850.96	7.97	

注 1：销售内容系发行人向该客户销售发行人产品的品牌名称；

注 2：销售金额及占比系发行人向该客户销售产品的金额及占发行人当年营业收入的比例。

蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业报告期内向发行人的客户采购化妆品，主要系化妆品经销商多为同时在指定区域内经销多个化妆品品牌，故存在经销商既是发行人的客户又同时成为下游化妆品零售企业供应商的情形。

经核查，发行人与蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业不存在共用采购系统的情形。

D、生产方面

经实地走访蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品生产企业和发行人的生产基地，对蔡汝青、蔡丙国、李双林及其他相关人员等进行访谈，取得蔡汝青、蔡丙国出具的确认函；查阅发行人取得的化妆品生产许可资质证书。经核查，蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品生产企业位于广东省，拥有化妆品生产所需的场所、生产设备和辅助设施，与发行人位于浙江省的生产基地完全独立。发行人具有生产化妆品所需的资质许可及独立的生产场地、生产设备及配套设施，且与蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品生产企业不存在相互委托加工的情形。

经核查，发行人与蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业不存在共用生产系统的情形。

E、销售方面

经查阅蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业提供的主要客户名单，并与发行人报告期内的经销商名单进行比对，对蔡汝青、蔡丙国、李双林及其他相关人员等进行访谈，取得蔡汝青、蔡丙国出具的确认函，查阅发行人主要经销商访谈笔录以及对发行人销售负责人进行访谈。自设立以来，发行人与蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业均拥有独立的销售团队、销售渠道，独立签署销售协议，执行独立的销售政策。报告期内，发行人与蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业存在少量客户重合系因化妆品行业参与者集中度客观形成。具体情况如下：

报告期内，发行人的客户与蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业的主要客户（不包含终端网点）重合的共计 8 家，除武汉利标日化有限公司自 2015 年起系发行人前十大客户，其余 7 家共同客户均不属于发行人报告期内各年度前十大客户，具体情况如下：

单位：万元

客户名称		销售内容 [注 1]	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年		该共同客户 主要销售渠道及经营的其他品牌
			销售金额 [注 2]	销售占比 (%)	销售金额	销售占比 (%)	销售金额	销售占比 (%)	销售金额	销售占比 (%)	
共同客户	武汉利标日化有限公司	珀莱雅	1,831.45	2.20	2,473.17	1.52	2,430.94	1.48	1,791.56	1.03	日化、商超渠道，经营的其他品牌有资生堂、相宜本草、曼秀雷敦等
	衢州市若兮化妆品有限公司	珀莱雅、韩雅	666.47	0.80	1,189.49	0.73	47.00	0.03	76.16	0.04	电子商务渠道，经营的其他品牌有欧诗漫、曼秀雷登、温碧泉等
	上海天翌电子商务有限公司	珀莱雅、悠雅	394.33	0.47	891.90	0.55	23.66	0.01	-	-	大型 B2C 平台天猫超市，经营多个化妆品品牌
	其他客户		881.15	1.06	1,520.33	0.94	1,339.91	0.82	1,277.01	0.73	
合计			3,773.41	4.53	6,074.88	3.75	3,841.50	2.34	3,144.73	1.81	

注 1：销售内容系发行人向该客户销售发行人产品的品牌名称；

注 2：销售金额及占比系发行人向该客户销售产品的金额及占发行人当年营业收入的比例。

发行人与蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业存在少量客户重合系因化妆品行业参与者集中度客观形成。从上表可知，上述共同客户占发行人的销售比例较低。

经核查，发行人与蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业不存在共用销售系统的情形。

F、品牌方面

经查询国家商标局网站，蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业的官网，对蔡汝青、蔡丙国、李双林及其相关人员等进行访谈，取得蔡汝青、蔡丙国出具的确认函。经核查，蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业主要经营“娇兰佳人”、“婷美”、“婷美小屋”、“植物日记”、“贝肤泉”、“柏蕊诗”、“婷美美肌”、“露芭缇”、“Minilab”、“REC”、“AIP”等品牌。报告期内发行人主要经营“珀莱雅”、“优资莱”、“韩雅”、“悠雅”、“猫语玫瑰”与“悦芙媿”等品牌。

经核查，发行人与蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业不存在共用品牌的情形。

综上，经核查，保荐机构、发行人律师认为，发行人实际控制人侯军呈的姐姐或舅舅之子女蔡汝青、蔡丙国、蔡丹红、李双林虽与发行人实际控制人侯军呈从事相同的化妆品业务，但从创业初期即各自独立创业，并在不同区域独自发展。发行人与蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业在历史沿革、资产、人员、财务、机构、业务与技术等方面均相互独立，发行人实际控制人侯军呈从未享有该等企业的任何权益。发行人与蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业不存在共用采购渠道、销售渠道的情形；发行人与蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业存在供应商、客户少量重合系因化妆品行业参与者集中度客观形成，符合行业特点，且重合的供应商、客户与发行人均不存在关联关系。蔡汝青、蔡丙国、蔡丹红、李双林虽然与发行人实际控制人侯军呈有亲属关系，但所投资的企业均是各自独立创业，独立发展，蔡汝青、蔡丙国、蔡丹红、李双林与侯军呈之间的亲属关系并不会对发行人的独立性产生任何影响。蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业与发行人不存在同业竞争。

经核查，保荐机构、发行人律师认为，发行人的独立性不存在缺陷。

经核查，保荐机构、发行人律师认为，蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业与侯军呈控制的发行人自创立之初起即各自在不同区域独立经营和发展，相互之间完全独立且发展方向不同，各自创建了具有一定知名度的国产化妆品品牌，双方自始至终未参与另一方的企业经营；除自 2016 年起发行人通过经销商间接向蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业销售产品外双方不存在任何交易或资金往来，且双方均无意愿将蔡汝青、蔡丙国控制的广州娇兰佳人化妆品连锁有限公司等化妆品企业并入发行人主体。因此，发行人实际控制人侯军呈无意愿亦无可能将蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业并入发行人主体。

经核查，发行人通过经销商与蔡汝青、蔡丙国控制的化妆品企业的间接合作遵循市场竞争原则，在市场、客户、供应商等方面不存在其他协议安排。

经核查，保荐机构、发行人律师认为，发行人符合《首次公开发行股票并上市管理办法》第四十二条、《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 1 号——招股意向书（2015 年修订）》第五十一条第（五）项以及《上市公司治理准则》有关独立性的相关规定。

（2）徐丽丽及其配偶嵇尚坚控制的化妆品企业

截至报告期末，发行人实际控制人侯军呈姐姐侯爱玲之女徐丽丽及其配偶嵇尚坚控制或参股的企业中（不含个体工商户），除南京致远化妆品有限公司从事化妆品销售业务外，其控制或参股的企业均不从事化妆品业务或其上下游业务。报告期内，南京致远化妆品有限公司主要从事丸美、蜜丝佛陀等化妆品品牌在江苏省的销售，经营规模较小。

经查询国家企业信用信息公示系统，并对其实际控制人及其相关人员进行访谈，取得徐丽丽、嵇尚坚出具的确认函。经核查，徐丽丽及其配偶嵇尚坚持有的南京致远化妆品有限公司股权真实、合法，不存在代发行人实际控制人侯军呈持股的情形，发行人实际控制人侯军呈从未享有该等企业的任何权益。

经国家工商行政管理总局商标局及国家知识产权局网站查询上述企业及徐丽丽、嵇尚坚拥有的化妆品销售相关的商标、专利等，实地走访经营场所，查阅其未经审计的财务报表及员工名册，获取上述企业提供的主要供应商、客户名单并对其经营负责人进行访谈，取得徐丽丽、嵇尚坚出具的确认函，查阅发行人往

来账、大额银行流水等。经核查，南京致远化妆品有限公司在资产、人员、财务、机构、业务等方面均与发行人相互独立，具体如下：

①资产独立。南京致远化妆品有限公司拥有与经营化妆品销售业务有关的场所、设备设施，不存在该等资产来源于发行人的情形。发行人与南京致远化妆品有限公司资产相互独立。

②人员独立。南京致远化妆品有限公司的员工不存在来源于发行人的情形，其董事、监事、高级管理人员均未在发行人处兼职或领薪，也不存在发行人的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员在上述企业兼职或领薪的情形。发行人与南京致远化妆品有限公司人员相互独立。

③财务独立。南京致远化妆品有限公司拥有独立的财务核算体系，独立在银行开立账户，不存在与发行人共用银行账户的情形；其财务人员不存在来源于发行人或在发行人兼职的情形。发行人与南京致远化妆品有限公司财务相互独立。

④机构独立。南京致远化妆品有限公司拥有与其化妆品销售相匹配的组织机构，不存在与发行人机构混同的情形。发行人与南京致远化妆品有限公司机构相互独立。

⑤业务独立。南京致远化妆品有限公司拥有独立完整的化妆品销售业务体系，拥有独立的采购和销售系统，主要经营丸美、蜜丝佛陀等化妆品品牌，不存在与发行人共用采购或销售体系的情形。报告期内，南京致远化妆品有限公司除2017年1-6月向发行人零星采购化妆品外，未与发行人发生其他交易或资金往来，与发行人不存在供应商及客户重叠情形。发行人与南京致远化妆品有限公司业务相互独立。

综上，经核查，保荐机构、发行人律师认为，发行人实际控制人的其他主要近亲属徐丽丽及其配偶嵇尚坚控制的南京致远化妆品有限公司主要从事化妆品销售，其在资产、人员、财务、机构、业务等方面均与发行人相互独立。除零星采购发行人产品外，报告期内，南京致远化妆品有限公司与发行人不存在其他交易或资金往来。发行人实际控制人的其他主要近亲属徐丽丽及其配偶嵇尚坚控制的化妆品企业与发行人不存在同业竞争。

三、关联方与关联交易

根据《公司法》和《企业会计准则》等相关规定，报告期内公司的关联方主要包括：

（一）关联方

1、关联自然人

（1）控股股东及实际控制人

公司董事长侯军呈及其配偶方爱琴是公司的控股股东、实际控制人，其直接持有公司本次发行前 48.4270%的股份，同时持有正德投资 2.33%的合伙份额，正德投资持有公司本次发行前 2%的股份。

（2）持有公司 5%以上股份的其他自然人股东

方玉友直接持有公司本次发行前 32.5720%的股份；系发行人董事、总经理、实际控制人侯军呈配偶之兄弟。

李小林直接持有公司本次发行前 5.0596%股份；实际控制人侯军呈之亲属。

曹良国直接持有公司本次发行前 4.8389%的股份，同时系正德投资的普通合伙人、执行事务合伙人，持有正德投资 65.9470%的合伙份额，正德投资持有公司本次发行前 2%的股份。

（3）公司的董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员

公司现任及报告期内的历任董事、监事、高级管理人员主要有：

姓名	职务	备注
侯军呈	董事长	-
方玉友	董事、总经理	-
曹良国	董事、副总经理	-
楚修齐	独立董事	-
陈彦	独立董事	-
裴竹祥	监事、监事会主席	-
俞燕	监事	-
徐松	职工代表监事	-
章敏华	财务负责人	-
张叶峰	副总经理、董事会秘书	-

姓名	职务	备注
方爱琴	曾任公司董事	2014 年 12 月至 2015 年 5 月期间任公司董事
金衍华	曾任公司董事	2014 年 12 月至 2015 年 5 月期间任公司董事
胡红健	曾任公司监事	2014 年 1 月至 2014 年 9 月期间任公司监事
邓川	曾任公司独立董事	2014 年 1 月至 2014 年 8 月、2015 年 7 月至 2015 年 12 月期间任公司独立董事
钱利敏	曾任公司副总经理	2014 年 1 月至 2014 年 9 月期间任公司副总经理
王保平	独立董事	2015 年 12 月至 2017 年 7 月期间任公司独立董事

除上述人员外，发行人之关联自然人还包括珀莱雅董事、监事和高级管理人员关系密切的家庭成员，包括但不限于上述人员的配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

(4) 子公司少数股东

姓名	职务	备注
金会准 (KIM HOI JOON)	悦芙媞（杭州）、秘镜思语（杭州）总经理	认缴悦芙媞（杭州）13.50%的出资额

2、关联法人

(1) 控股子公司

截至本《招股意向书》签署日，公司控股子公司的情况如下：

序号	公司名称	持股比例
1	珀莱雅贸易	珀莱雅股份持有 100%股权
2	美丽谷	珀莱雅股份持有 100%股权
3	乐清莱雅	珀莱雅股份持有 100%股权
4	韩国韩娜	珀莱雅股份持有 100%股权
5	韩雅（杭州）	韩国韩娜持有 100%股权
6	悦芙媞（杭州）	珀莱雅股份持有 85%股权
7	悦芙媞（韩国）	悦芙媞（杭州）持有 100%股权
8	悦芙媞贸易	悦芙媞（杭州）持有 100%股权
9	上海媞语	悦芙媞（杭州）持有 100%股权
10	丹阳悦芙媞	悦芙媞（杭州）持有 100%股权
11	创代电子	美丽谷持有 100%股权

12	秘镜思语（杭州）	珀莱雅股份持有 90%股权
13	秘镜思语贸易	秘镜思语（杭州）持有 100%股权

公司控股子公司的具体情况详见本《招股意向书》“第五节发行人基本情况”之“七、发行人控股子公司、分公司和参股公司简要情况”。

（2）实际控制人控制及参股的其他企业

截至本《招股意向书》签署日，实际控制人控制的其他企业基本情况详见本《招股意向书》“第五节发行人基本情况”之“八、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业基本情况”。

截至本《招股意向书》签署日，实际控制人参股的企业为杭州华妆实业投资有限公司、湖州莫干望舒化妆品产业壹期创业投资合伙企业（有限合伙）和杭州正德投资合伙企业（有限合伙）。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：华妆实业自设立以来一直从事股权投资业务；华妆实业及其对外投资企业均不从事化妆品或化妆品上游业务，与发行人不构成同业竞争；华妆实业参股企业化妆品产业（湖州）投资发展有限公司及其对外投资企业自设立以来均未从事化妆品或化妆品上下游业务，与发行人不存在业务或资金往来，与发行人不构成同业竞争；除共同投资华妆实业及其参股企业外，华妆实业的其他股东与发行人实际控制人不存在亲属关系及其他关联关系。

（3）持有公司 5%以上股东控制的企业

序号	名称	关联关系
1	太仁堂	方玉友控制且方玉友担任董事的公司
2	西双版纳太仁堂石斛庄园有限公司	太仁堂之全资子公司
3	浙江慢方适健康管理有限公司	方玉友控制且方玉友担任董事的公司
4	曲靖星辰无疆建筑工程有限公司	持有发行人 5%以上股权股东李小林投资并担任执行董事兼总经理的公司

（4）公司董事、监事、高级管理人员和其他关键管理人员及其关系密切的家庭成员控制、共同控制、施加重大影响或者担任董事和高级管理人员的其他企业

序号	名称	关联关系
1	天津一商友谊股份有限公司	独立董事楚修齐担任该公司独立董事
2	浙江奥康鞋业股份有限公司	独立董事楚修齐担任该公司独立董事
3	北京元隆雅图文化传播股份有限公司	独立董事楚修齐担任该公司独立董事
4	励展华百展览（北京）有限公司	独立董事楚修齐参股并担任该公司董事、总经理
5	湖州美妆小镇化妆品博物馆有限公司	侯军呈之子女侯孟茜参股并担任董事的公司
6	杭州和儒广告有限公司	侯军呈之子女侯亚孟控制且担任执行董事兼总经理的公司
7	杭州小丸忆食品科技有限公司	侯军呈之子女侯亚孟控制的公司
8	杭州幽灵鲨科技有限公司	侯军呈之子女侯亚孟控制的公司
9	浙江乐清农村商业银行股份有限公司	侯军呈之子女侯亚孟之岳父高剑飞参股并担任董事长的公司
10	湖南皇冠投资置业有限公司	侯军呈兄弟姐妹的配偶金福明控股并担任监事的公司
11	上海酣欣商务咨询中心（有限合伙）	实际控制人之女侯孟茜配偶周泳控制并担任执行事务合伙人的企业

(5) 过往关联法人

序号	关联方	关联关系	备注
1	Proya Limited	侯军呈曾控制的公司	已于 2015 年 11 月注销
2	杭州远方光电信息股份有限公司	原独立董事邓川曾担任独立董事的公司	邓川于 2015 年 12 月辞去该公司独立董事职务
3	浙江正元智慧科技股份有限公司	原独立董事邓川曾担任独立董事的公司	邓川于 2015 年 12 月辞去公司独立董事职务
4	广州市鑫益贸易有限公司	原董事金衍华之兄弟金衍国施加重大影响的公司	金衍华已于 2015 年 5 月辞去公司董事职务
5	珀宇实业	侯军呈曾控制的公司	已于 2016 年 2 月注销
6	珀轩投资	侯军呈曾控制的公司	已于 2016 年 2 月注销
7	Proya International Corporation	侯军呈曾控制的公司	已于 2016 年 3 月注销
8	宁波天邦股份有限公司	独立董事王保平曾担任独立董事的公司	王保平于 2016 年 5 月起不再担任该公司独立董事
9	Proya (HK) limited	侯军呈曾控制的公司	已于 2017 年 6 月注销
10	Hermosa Holdings Limited	侯军呈曾控制的公司	已于 2017 年 8 月注销
11	Basil Global Holding Limited	方玉友曾控制的公司	已于 2017 年 8 月注销
12	Andes Global Holding Limited	曹良国曾控制的公司	已于 2017 年 8 月注销
13	Cyril Holdings Limited	李小林曾控制的公司	已于 2017 年 8 月注销

序号	关联方	关联关系	备注
14	Reginald Holdings Limited	曹良国曾担任董事的公司	已于 2017 年 8 月注销
15	Gordes Holdings Limited	曹良国曾担任董事的公司	已于 2017 年 8 月注销
16	中韩人寿保险有限公司	原独立董事王保平担任该公司董事、财务总监	王保平于 2017 年 8 月辞去公司独立董事职务
17	杭州永创智能设备股份有限公司	原独立董事王保平担任曾该公司独立董事	王保平于 2017 年 8 月辞去公司独立董事职务
18	浙江云聚智能科技股份有限公司	原独立董事王保平担任该公司董事	王保平于 2017 年 8 月辞去公司独立董事职务
19	中百文华展览（北京）有限公司	独立董事楚修齐参股并担任该公司董事长	楚修齐已于 2017 年 3 月转让其持有的股权，并辞任执行董事职务
20	上海中百会展服务有限公司	独立董事楚修齐担任该公司董事长	楚修齐已于 2017 年 4 月辞任董事长职务
21	中百协（北京）文化传媒有限公司	独立董事楚修齐曾参股并曾担任该公司执行董事	楚修齐已于 2017 年 3 月转让其持有的股权，并辞任执行董事职务

（二）关联交易

1、经常性关联交易

（1）销售货物

报告期内，公司关联销售金额及占当期营业收入的比例如下：

关联方名称	交易内容	定价方式	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
			金额 (万元)	占营业收入 (%)	金额 (万元)	占营业收入 (%)	金额 (万元)	占营业收入 (%)	金额 (万元)	占营业收入 (%)
广州市鑫益贸易有限公司[注]	销售化妆品	市场价	-	-	-	-	273.09	0.17	142.74	0.08

[注]：金衍华自 2014 年 12 月至 2015 年 5 月担任发行人董事，广州市鑫益贸易有限公司系金衍华之兄弟金衍国施加重大影响的公司，故广州市鑫益贸易有限公司在上述期间内，为公司的关联法人。2014 年度披露的销售额系 2014 年 12 月的销售额，2015 年度披露的销售额系 2015 年 1-5 月的销售额。

（2）关联方为发行人提供银行存款服务

报告期内，发行人及下属子公司在浙江乐清农村商业银行股份有限公司开立银行账户存款余额及取得存款利息如下：

单位：万元

关联方名称	期 间	期末存款余额（万元）	存款利率	存款利息（万元）
浙江乐清农村商业银行股份有限公司	2014 年度	338.24	市场利率	16.45
	2015 年度	5,111.23	市场利率	17.96
	2016 年度	2,167.87	市场利率	17.19
	2017 年 1-6 月	16,638.34	市场利率	9.69

2、偶发性关联交易

（1）委托贷款

珀莱雅贸易通过中国银行股份有限公司上海自贸试验区分行向珀宇实业提供委托贷款，贷款本金 12,100 万元，年利率 6%，实际借款期限自 2014 年 11 月 25 日起至 2015 年 6 月 26 日止，珀莱雅贸易共收取委托贷款利息 429.55 万元。

珀莱雅贸易通过中国银行股份有限公司上海自贸试验区分行向珀轩投资提供委托贷款，贷款本金 9,900 万元，年利率 6%，实际借款期限自 2014 年 11 月 25 日起至 2015 年 6 月 26 日止，珀莱雅贸易共收取委托贷款利息 351.45 万元。

（2）代收代付股权转让款

单位：万元

债权人	年份	期初余额	本期新增	本期减少	期末余额
珀宇实业	2014 年度	-	12,067.95	11,188.31	879.64
	2015 年度	879.64	-	873.61	6.04
	2016 年度	6.04	-	6.04	-
珀轩投资	2014 年度	-	9,828.51	9,533.24	295.27
	2015 年度	295.27	-	290.36	4.91
	2016 年度	4.91	-	4.91	-

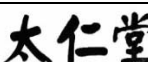
2014 年度，珀宇实业、珀轩投资受让侯军呈等股东持有的珀莱雅有限（2014）股权时，将股权转让款支付给发行人，由发行人将股权转让款支付给侯军呈等股东；发行人支付股权转让款后将相关税费退还给珀宇实业、珀轩投资，由珀宇实业、珀轩投资代扣代缴。截至 2015 年 12 月 31 日尚未归还的款项已于 2016 年 1 月归还。

（3）商标受让及转让

①受让注册商标

2015 年 12 月，珀莱雅股份与坤驿实业、珀莱雅控股原 5 位股东侯军呈、方玉友、方玉占、李小林、曹良国及方玉友、太仁堂分别签订《商标转让合同》、《商标转让协议书》，约定珀莱雅股份无偿受让坤驿实业、珀莱雅控股、方玉友和太仁堂持有的如下境内、境外商标：

序号	转让方	转让商标	商标注册地	注册号	分类号	状态
1	坤驿实业	韩雅	中国	8760921	21	转让完成
2	坤驿实业	珀莱雅	中国	4711876	44	转让完成
3	坤驿实业	PROYA	中国	6436298	44	转让完成
4	坤驿实业	珀莱雅	中国	8578246	44	转让完成
5	坤驿实业	PROYA	中国澳门	53755	3	转让完成
6	坤驿实业	珀莱雅	中国澳门	53754	44	转让完成
7	坤驿实业	PROYA	中国澳门	53757	44	转让完成
8	坤驿实业	珀莱雅	中国澳门	53752	3	转让完成
9	坤驿实业	PROYA	日本	5463623	3	转让完成
10	坤驿实业	PROYA	日本	5463623	21	转让完成
11	坤驿实业	PROYA	日本	5463623	44	转让完成
12	坤驿实业	PROYA	蒙古	9246	3	转让中
13	坤驿实业	PROYA	泰国	354719	3	转让中
14	坤驿实业	PROYA	越南	190798	3	转让中
15	坤驿实业	PROYA	新加坡	T1304495B	3	转让完成
16	坤驿实业	PROYA	新加坡	T1304497I	44	转让完成
17	坤驿实业	珀莱雅	新加坡	T1306859B	3	转让完成
18	坤驿实业	珀莱雅	新加坡	T1306862B	44	转让完成
19	坤驿实业	PROYA	马来西亚	2011013379	3	转让中
20	坤驿实业	PROYA	马来西亚	2011013381	44	转让中
21	珀莱雅控股	珀莱雅	中国台湾	01516435	3	转让中

序号	转让方	转让商标	商标注册地	注册号	分类号	状态
22	珀莱雅控股		中国台湾	01516435	21	转让中
23	珀莱雅控股		中国台湾	01516435	44	转让中
24	珀莱雅控股		中国台湾	01537883	3	转让中
25	珀莱雅控股		中国台湾	01537883	21	转让中
26	珀莱雅控股		中国台湾	01537883	44	转让中
27	太仁堂		中国	16618991	3	转让完成
28	太仁堂		中国	16755280	3	转让完成
29	方玉友		中国	3654265	44	转让完成

注：珀莱雅控股已于 2013 年 7 月注销，故上述转让方系珀莱雅控股原 5 名股东。

截至本《招股意向书》签署日，部分商标转让手续正在办理中。

此外，珀莱雅股份受让自珀莱雅控股原股东的 3 项韩国商标所有权，因珀莱雅控股已注销，韩国知识产权局不予接受转让申请，故该 3 项商标所有权无法完成转让。珀莱雅控股原 5 名股东已出具承诺，放弃该 3 项商标的所有权。具体如下：

序号	转让方	转让商标	商标注册地	注册号	分类号
1	珀莱雅控股		韩国	40-961053	3
2	珀莱雅控股		韩国	40-961053	21
3	珀莱雅控股		韩国	41-0231444	44

②转让注册商标

2015 年 4 月，发行人与太仁堂签订《商标转让协议书》，约定发行人将其持有的 4949922 号“枫之灵”（第 30 类）、4949911 号“枫之灵”（第 32 类）商标所有权以 1 万元的价格转让给太仁堂。此项商标所有权转让已于 2015 年 9 月 14 日取得国家工商行政管理总局商标局的核准。

(4) 关联担保

报告期内，发行人接受关联方担保情况如下：

担保人	债权人	债务人	起止时间	担保金额(万元)
侯军呈	中国工商银行股份有限公司湖州埭溪支行	发行人	2013.06.27-2016.06.27	18,000.00[注 1]
方玉友	交通银行股份有限公司杭州运河支行	珀莱雅贸易	2013.05.17-2015.05.17	10,000.00[注 1]
侯军呈			2013.05.17-2015.05.17	10,000.00[注 1]
侯军呈、方爱琴	中国工商银行股份有限公司杭州延中支行	珀莱雅贸易	2013.08.20-2015.08.20	13,000.00[注 1]
侯军呈	中国工商银行股份有限公司湖州吴兴支行	发行人	2015.12.4-2017.12.31	18,000.00[注 1]
侯军呈	交通银行股份有限公司杭州运河支行	珀莱雅贸易	2015.12.30-2018.12.31	10,000.00
侯军呈、方爱琴	中国工商银行股份有限公司杭州延中支行	珀莱雅贸易	2016.10.27-2017.10.27	7,600.00
侯军呈、方爱琴	中国工商银行股份有限公司湖州吴兴支行	发行人	2016.9.24-2020.12.31	17,000.00
侯军呈、方爱琴	中信银行股份有限公司杭州分行	发行人	2016.9.24-2020.12.31	20,000.00
侯军呈、方爱琴、方玉友、李玲红	北京银行股份有限公司杭州分行	发行人	为珀莱雅股份与北京银行股份有限公司杭州分行签订的 0370375 号《借款合同》提供担保，担保金额不超过 3 亿元。	
侯军呈、方爱琴、方玉友、李玲红	北京银行股份有限公司杭州分行	发行人	为珀莱雅股份与北京银行股份有限公司杭州分行签订的 036992 号《借款合同》提供担保，担保金额不超过 1 亿元。	

注 1：截至报告期末，该项担保合同项下的借款已还清。

(5) 受让悦芙媞（韩国）股权

2016 年 1 月 24 日，悦芙媞（杭州）与金会准之配偶签订《股权转让协议》，以 100 万韩元的价格收购其持有的悦芙媞（韩国）100 万韩元出资额；同时悦芙媞（杭州）以 104,900 万韩元对悦芙媞（韩国）进行增资。本次受让完成后，悦芙媞（杭州）持有悦芙媞（韩国）100%的股权。

(6) 偶发性销售和购买产品

2016 年度，发行人向太仁堂销售化妆品计 13.71 万元；发行人自太仁堂购买铁皮石斛相关产品计 10.82 万元。

(7) 出租办公场所

2016 年 1 月，美丽谷与太仁堂签订《房屋租赁合同》，约定将美丽谷承租的杭州市灵溪北路 21 号合生国贸中心 1 号楼 6 楼 G-H 室按原租赁价格转租给太仁堂，租赁期为 2016 年 1 月 1 日至 2016 年 12 月 31 日，租金共计 26.08 万元。

2017 年 1 月，美丽谷与太仁堂签订《房屋租赁合同》，约定将美丽谷承租的杭州市灵溪北路 21 号合生国贸中心 1 号楼 6 楼 G-H 室按原租赁价格转租给太仁堂，租赁期为 2017 年 1 月 1 日至 2017 年 4 月 30 日，租金共计 11.28 万元。2017 年 5 月起，美丽谷将上述办公用房收回自用。

3、关联方的应收应付款项余额

单位：万元

项目	关联方名称	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
预收账款	广州市鑫益贸易有限公司	-	-	-	67.64

四、关联交易对公司报告期财务状况和经营成果的影响

(一) 报告期内经常性关联交易对公司财务的影响分析

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
经常性关联销售	-	-	273.09	142.74
公司当期营业收入	83,379.11	162,337.39	164,521.04	174,010.18
经常性关联销售占营业收入的比重 (%)	-	-	0.17	0.08

报告期内，公司的销售均参照市场价格定价，定价公允，且关联交易占营业收入的比例较低。因此，报告期内，公司经常性关联交易对公司财务状况和经营成果的影响较小。

(二) 报告期内偶发性关联交易对公司财务的影响分析

报告期内，公司与关联方之间的偶发性关联交易对本公司的财务状况和经营成果无重大不利影响，符合业务发生时的《公司章程》以及相关协议规定，不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况。

五、规范关联交易的制度安排

公司在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易决策制度》和《对外担保决策管理制度》等内部规章制度中，规定了关联股东、关联董事对关联交易的回避制度，明确了关联交易公允决策的程序，采取必要的措施对其他股东的利益进行保护。

六、减少和规范关联交易的措施

1、本公司在《公司章程》中严格规定了关联交易的表决程序和回避制度，保证关联交易按照公开、公平、公正的原则进行。

2、本公司聘任了2名独立董事，超过董事会人数的1/3，并通过《公司章程》中的有关规定，增强独立董事在关联交易决策中的监督作用。

3、本公司特别制定了《关联交易决策制度》、《对外担保决策管理制度》等一系列制度对公司章程中有关关联交易的规定进行量化细化，强化了相关制度的可操作性，进一步规范了关联交易行为。

七、发行人关联交易制度履行情况及独立董事意见

公司报告期内发生的关联交易履行了公司章程规定的程序。独立董事认为，报告期内，公司与关联方的关联担保、关联采购和销售、关联租赁均具有必要性和合理性，符合市场定价原则及公平原则，定价公允，不存在损害公司和其他股东利益的情形。公司报告期的关联交易均已根据《公司法》、《公司章程》、《关联交易决策制度》等规定履行了关联交易决策程序，关联交易决策程序合法有效。

八、比照关联交易要求披露的交易

（一）比照关联方披露的法人

序号	关联方	关联关系	备注
1	广州市鑫益贸易有限公司	原董事金衍华之兄弟金衍国施加重大影响的公司	[注 1]

序号	关联方	关联关系	备注
2	广州娇兰佳人化妆品连锁有限公司	实际控制人姐姐之子女控制的公司	-
3	廊坊市南鹏商贸有限公司	持有公司 0.2556% 的股东周方坚之兄弟控制的公司	-
4	佛山杭友辉化妆品有限公司	持有公司 0.1667% 的股东方加安之兄弟控制的公司	-
5	信阳市浉河区鸿博日化有限公司	持有公司 0.1778% 的股东高秀明之女婿控制的公司	-
6	宁波市镇海优梦源化妆品有限公司	持有公司 0.1778% 的股东高秀明之兄弟实施重大影响的公司	-
7	广州高乐高贸易有限公司	原董事金衍华之弟媳施加重大影响的公司	-
8	南京致远化妆品有限公司	持有公司 0.0454% 的股东徐东魁之姐姐、姐夫控制的公司	-
9	湖州湘宜塑料制品有限公司	持有公司 0.0333% 的股东方善明之配偶的姐姐参股的公司	-

[注]：金衍华自 2014 年 12 月至 2015 年 5 月担任发行人董事。

(二) 与比照关联方之间的交易

1、关联销售情况

关联方名称	交易内容	定价方式	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
			金额 (万元)	占营业收入 (%)	金额 (万元)	占营业收入 (%)	金额 (万元)	占营业收入 (%)	金额 (万元)	占营业收入 (%)
广州市鑫益贸易有限公司[注 1]	销售化妆品	市场价	240.53	0.29	749.51	0.46	498.33	0.30	-	-
廊坊市南鹏商贸有限公司	销售化妆品	市场价	765.77	0.92	1,150.71	0.71	1,173.26	0.71	1,435.04	0.82
佛山杭友辉化妆品有限公司	销售化妆品	市场价	346.07	0.42	593.61	0.37	680.74	0.41	661.49	0.38
信阳市浉河区鸿博日化有限公司	销售化妆品	市场价	4.43	0.01	14.05	0.01	27.35	0.02	49.79	0.03
宁波市镇海优梦源化妆品有限公司	销售化妆品	市场价	44.84	0.05	104.50	0.06	135.09	0.08	179.47	0.10
广州高乐高贸易有限公司	销售化妆品	市场价	1.27	0.00	15.60	0.01	88.24	0.05	276.41	0.16
广州娇兰佳人化妆品连锁有限公司	销售化妆品	市场价	457.17	0.55	622.41	0.38	-	-	-	-
南京致远化妆品有限公司	零星销售化妆品	市场价	39.65	0.05	-	-	-	-	-	-

销售金额合计	-	-	1,899.74	2.28	3,250.39	2.00	2,876.10	1.75	2,744.94	1.58

[注 1]: 金衍华自 2014 年 12 月至 2015 年 5 月担任发行人董事, 广州市鑫益贸易有限公司系金衍华之兄弟金衍国施加重大影响的公司, 本项目披露的交易金额为金衍华辞去发行人董事以后的交易金额。

(1) 交易情况说明

2016 年度, 公司通过杭州恒浩贸易有限公司向广州娇兰佳人化妆品连锁有限公司及其相关公司销售化妆品, 实现销售收入 622.41 万元。广州娇兰佳人化妆品连锁有限公司作为一家全国性的化妆品零售连锁企业, 在广州、北京、上海、重庆、成都、武汉、西安等城市开设了 1,100 多家分店, 在化妆品零售行业具有丰富的经验和能力, 公司与其建立合作关系, 可以扩大公司终端销售网点, 促进公司业务的发展。2016 年度为双方试点合作期, 公司主要通过杭州恒浩贸易有限公司向广州娇兰佳人化妆品连锁有限公司供货。为提供更及时、全面的服务, 自 2017 年起广州娇兰佳人化妆品连锁有限公司及其相关公司改向所在地周边的发行人经销商重庆千子健商贸有限公司、廊坊市南鹏商贸有限公司、西安雪涛商贸有限公司和贵州丽瑞华商贸有限公司等采购发行人产品。

报告期内, 广州市鑫益贸易有限公司、廊坊市南鹏商贸有限公司、佛山杭友辉化妆品有限公司、宁波市镇海优梦源化妆品有限公司、信阳市浉河区鸿博日化有限公司、广州高乐高贸易有限公司系公司的经销商, 上述经销商在当地有着丰富的销售经验和终端渠道。因此, 公司与其建立了良好的合作关系, 可以有效开拓当地的销售市场。

(2) 杭州恒浩贸易有限公司基本情况

截至报告期期末, 杭州恒浩贸易有限公司的基本情况如下:

公司名称	杭州恒浩贸易有限公司
统一社会信用代码	91330106580281848X
住所	西湖区锋尚苑 3 幢 407 室
注册资本	150 万元
法定代表人	章林
营业期限	2011-08-30 至 2061-08-29

经营范围	批发、零售：化妆品，预包装食品；服务：非医疗性美容咨询（涉及行医许可证除外），企业管理咨询，企业营销咨询。

杭州恒浩的经营负责人金勇勇原为发行人销售部员工，2011 年因发行人清理关联经销商时浙江省部分区域经销商出现空缺，金勇勇于 2011 年 9 月从发行人处离职并承接了该区域经销业务，负责杭州恒浩的经营管理。

经核查，保荐机构及发行人律师认为，杭州恒浩系由章林、周桂君持股、金勇勇负责经营管理的独立法人，发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员均未投资或持有杭州恒浩的股权，不享有杭州恒浩的任何权益，亦未参与杭州恒浩的业务经营管理。除金勇勇及个别员工曾为发行人员工外，杭州恒浩的员工均不来自于发行人，且不存在由发行人、发行人实际控制人及其控制的企业或发行人董事、监事、高级管理人员及家庭关系密切成员支付薪酬的情形。

2、关联采购情况

关联方名称	交易内容	定价方式	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
			金额 (万元)	占采购 总额 (%)	金额 (万元)	占采购 总额 (%)	金额 (万元)	占采购总 额 (%)	金额 (万元)	占采购 总额 (%)
湖州湘宜塑料制品有限公司	采购包材	市场价	769.64	2.60	514.10	0.82	-	-	-	-
采购金额合计	-	-	769.64	2.60	514.10	0.82	-	-	-	-

湖州市吴兴工业开发区致力于打造中国化妆品生产基地，政府部门大力招商引资，引入化妆品生产企业及上下游企业入驻，湖州湘宜塑料制品有限公司系上海湘宜塑料制品有限公司在湖州市吴兴工业开发区设立的生产基地，其距离发行人的生产工厂较近，对发行人的需求反应及时，因此，发行人开始向其采购部分包装材料。

（三）与比照关联方之间的往来款余额

单位：万元

项 目	关联方名称	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
预收账款	广州市鑫益贸易有限公司	-	-	44.16	-
预收账款	广州高乐高贸易有限公司	0.02	0.003	0.12	3.31
预收账款	廊坊市南鹏商贸有限公司	205.91	0.48	126.41	246.25

预收账款	佛山杭友辉化妆品有限公司	20.89	1.90	53.79	36.04
预收账款	宁波市镇海优梦源化妆品有限公司	5.16	-	-	5.09
预收账款	信阳市浉河区鸿博日化有限公司	-	-	1.17	1.99
小计	-	231.97	2.38	225.65	292.68
应收账款	广州市鑫益贸易有限公司	49.93	77.21	-	-
应收账款	宁波市镇海优梦源化妆品有限公司	-	0.45	13.61	-
应收账款	信阳市浉河区鸿博日化有限公司	0.08	0.004	-	-
小计	-	50.02	77.66	13.61	-
应付账款	湖州湘宜塑料制品有限公司	287.87	345.39	-	-
小计	-	287.87	345.39	-	-
其他应付款	广州市鑫益贸易有限公司	49.10	63.72	71.50	67.70
其他应付款	廊坊市南鹏商贸有限公司	48.10	48.40	53.50	55.85
其他应付款	佛山杭友辉化妆品有限公司	28.10	30.90	28.90	29.90
其他应付款	广州高乐高贸易有限公司	6.00	6.00	6.00	1.00
其他应付款	信阳市浉河区鸿博日化有限公司	1.00	1.00	1.00	1.00
其他应付款	宁波市镇海优梦源化妆品有限公司	1.00	1.00	1.00	1.00
小计	-	133.30	151.02	161.90	156.45

上述比照关联方之间的交易系正常经营产生，均参照市场价格定价，定价公允，且上述交易占营业收入的比例较低；同时上述交易已按公司《关联交易决策制度》履行相关程序，交易合法、有效。

第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简要情况

截至本《招股意向书》签署日，公司有 5 名董事，3 名监事，4 名高级管理人员，4 名核心技术人员，其具体情况如下：

（一）公司董事简介

公司董事会由 5 名董事组成，其中独立董事 2 名，设董事长 1 名。董事由公司股东提名并经股东大会选举产生或更换，任期三年，任期届满可以连选连任。独立董事任期按相关法律、法规、规章及规范性文件的有关规定执行。

截至本《招股意向书》签署日，公司现任董事选聘情况如下：

姓名	选聘情况	任职期限
侯军呈	公司创立大会选聘	2015.07.30-2018.07.29
方玉友	公司创立大会选聘	2015.07.30-2018.07.29
曹良国	公司创立大会选聘	2015.07.30-2018.07.29
楚修齐	公司创立大会选聘	2015.07.30-2018.07.29
陈彦	公司 2017 年第三次临时股东大会选聘	2017.08.01-2018.07.29

上述董事简历如下：

侯军呈先生：1964 年 12 月出生，中国国籍，高中学历，清华大学化妆品行业渠道建设高级研修班结业。2012 年 4 月起任浙江省湖州市政协委员。曾就职于义乌市燎原日化有限公司、杭州珀莱雅化妆品有限公司、杭州珀莱雅控股股份有限公司。2007 年至今在发行人及前身就职；2007 年 9 月起担任公司执行董事，2012 年 8 月至今任发行人及其前身董事长；现兼任珀莱雅贸易执行董事兼总经理、美丽谷执行董事、韩国韩娜社内理事兼代表理事、乐清莱雅执行董事、悦芙媞（杭州）董事长、悦芙媞贸易执行董事兼总经理、创代电子执行董事、上海媞语执行董事兼总经理、丹阳悦芙媞执行董事兼总经理、秘镜思语（杭州）董事长、秘镜思语贸易执行董事兼总经理、坤驿实业董事长兼总经理、美妆小镇执行董事。

方玉友先生：1969 年 11 月出生，中国国籍，高中学历，清华大学化妆品行业总裁高级研修班结业。曾就职于石家庄燎原化妆品有限公司、杭州珀莱雅化妆品有限公司、杭州珀莱雅控股股份有限公司。2007 年至今在发行人及其前身就

职；2012 年 8 月至今任发行人及其前身董事、总经理；现兼任美丽谷总经理、韩国韩娜社内理事、悦芙媿（杭州）董事、乐清莱雅总经理、秘镜思语（杭州）董事、坤驿实业董事、太仁堂董事。

曹良国先生：1972 年 6 月出生，中国国籍，无境外居留权，大专学历，四川大学企业管理专业研究生课程进修班结业，湖州市吴兴区人大代表。曾就职于乐山城北电器厂、海南国际联合化妆品有限公司、重庆协力达化妆品有限公司、重庆东银科技产业有限公司、杭州珀莱雅化妆品有限公司、杭州珀莱雅控股股份有限公司。2007 年至今在发行人及其前身就职；2012 年 8 月起任发行人及其前身董事、副总经理；现兼任韩国韩娜监事、悦芙媿（杭州）董事、秘镜思语（杭州）董事、正德投资执行事务合伙人、坤驿实业董事。

楚修齐先生：1964 年 3 月出生，中国国籍，无境外居留权，企业管理硕士，高级经济师。曾任中华人民共和国商业部百货局副局长、中国百货纺织品公司副总经理、中国百货商业协会常务副会长兼秘书长。现任中国百货商业协会会长、励展华百展览（北京）有限公司董事兼总经理；现兼任中国体育用品联合会副主席、中国国际名牌协会副会长、中国商业年鉴社社长、北京元隆雅图文化传播有限公司独立董事、天津一商友谊股份有限公司独立董事、浙江奥康鞋业股份有限公司独立董事、本公司独立董事。

陈彦先生：1972 年 5 月出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历，高级会计师，注册会计师（非执业）。曾任湖州市纺织品进出口有限公司会计、浙江欧美环境工程有限公司项目主管、浙江尤夫高新纤维股份有限公司副董事长、财务总监兼董事会秘书、副总经理。现任湖州尤创投资管理合伙企业（有限合伙）投资总监、本公司独立董事。

（二）公司监事简介

姓名	选聘情况	任职期限
裴竹祥	公司创立大会选聘	2015.07.30-2018.07.29
俞燕	公司创立大会选聘	2015.07.30-2018.07.29
徐松	2015 年 7 月职工代表大会选聘	2015.07.30-2018.07.29

上述监事简历如下：

裴竹祥先生：1971 年 5 月出生，中国国籍，无境外居留权，大专学历。曾就职于邯郸国棉二厂、深圳丽斯达日化有限公司、欧莱雅（中国）有限公司、杭州珀莱雅化妆品有限公司、杭州珀莱雅控股股份有限公司。2007 年至今在发行人及其前身就职；2012 年 8 月至今任发行人及其前身监事会主席、珀莱雅事业部总经理；现兼任美丽谷监事、创代电子监事。

俞燕女士：1980 年 2 月出生，中国国籍，无境外居留权，中专学历。曾就职于浙江中原物业顾问有限公司、杭州珀莱雅化妆品有限公司、杭州珀莱雅控股股份有限公司。2007 年至今在发行人及其前身就职；2012 年 8 月至今任发行人及其前身监事、媒体采购副经理。

徐松先生：1970 年 6 月出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历。曾就职于宁波丽宝日化厂、杭州宝丽丝日化有限公司、杭州花海百货有限公司、杭州珀莱雅化妆品有限公司、杭州珀莱雅控股股份有限公司。2007 年至今在发行人及其前身就职；2014 年 12 月至今任发行人及其前身职工代表监事、副总经理助理；现兼任乐清莱雅监事、悦芙媿（杭州）监事、悦芙媿贸易监事、珀莱雅贸易监事、韩雅（杭州）监事、上海媿语监事、丹阳悦芙媿监事、秘镜思语（杭州）监事、秘镜思语贸易监事。

（三）公司高级管理人员简介

根据《公司章程》，公司总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书为公司高级管理人员。

截至报告期末，公司现任高级管理人员选聘情况如下：

姓名	高管职务	选聘情况	任职期限
方玉友	总经理	第一届董事会第一次会议	2015.07.30-2018.07.29
曹良国	副总经理	第一届董事会第一次会议	2015.07.30-2018.07.29
张叶峰	董事会秘书	第一届董事会第一次会议	2015.07.30-2018.07.29
	副总经理	第一届董事会第五次会议	2015.12.14-2018.07.29
章敏华	财务负责人	第一届董事会第一次会议	2015.07.30-2018.07.29

上述高级管理人员简历如下：

方玉友先生：现任公司董事、总经理，其简历详见本节“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简要情况”之“（一）公司董事简介”。

曹良国先生：现任公司董事、副总经理，其简历详见本节“一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简要情况”之“（一）公司董事简介”。

张叶峰女士：1975 年 4 月出生，中国国籍，无境外居留权，研究生学历。曾就职于浙江现代工贸集团有限公司、广东乐百氏集团有限公司、杭州奥普电器有限公司、杭州珀莱雅化妆品有限公司、杭州珀莱雅控股股份有限公司。2007 年至今在发行人及其前身就职；2012 年 8 月至今任发行人及其前身董事会秘书、公共关系管理部总监；2015 年 12 月至今任发行人副总经理。

章敏华女士：1962 年 7 月出生，中国国籍，无境外居留权，高中学历。曾就职于乐清市大荆粮食复制厂、杭州珀莱雅化妆品有限公司、杭州珀莱雅控股股份有限公司。2007 年至今在发行人及其前身就职；2012 年 8 月至今任发行人及其前身财务负责人、财务管理中心总经理。

（四）公司核心技术人员简介

金汉坤（KIM HANKON）先生：1962 年 12 月出生，韩国国籍，无境外居留权，博士。曾获大韩民国十大技术奖、大韩民国最高科技大奖-张英实奖(IR52)、大韩民国新技术 NET 奖。曾任爱茉莉太平洋化妆品集团（Amore Pacific Group）技术研究院护肤产品首席研究员、法国分公司研发负责人、技术研究院护肤产品研发经理、皮肤科学研究所所长、科丝美诗 COSMAX INC.（韩国）护肤研究所所长。2015 年 1 月至今任发行人研发创新中心总经理。

蒋丽刚先生：1974 年 12 月出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历，中级质量工程师。曾任玫琳凯（中国）化妆品有限公司高级技术支持主管、雅诗兰黛（上海）商贸有限公司包装测试经理、杭州菲丝凯化妆品有限公司研发部总监。2008 年 9 月至今在发行人及其前身就职；2012 年 8 月至今任发行人及其前身研发创新中心配方开发部总监；现兼任中国香精香料及化妆品研究中心专家委员会委员、全国香料香精化妆品标准化技术委员会委员。

陈玉燕女士：1983 年 2 月出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历。曾任台湾露丝贝儿美容用品（杭州）有限公司研发部研发副经理、三生（中国）健康产业有限公司护肤品研发部研发经理、杭州美诺日用化学品有限公司化妆品研发员。2013 年 9 月至今任发行人及其前身研发创新中心配方开发部经理。

申奉受（SHIN BONGSOO）先生：1975 年 12 月出生，韩国国籍，无境外居留权，硕士。曾任韩国高丽雅娜（Corean Cosmetic）护肤配方工程师、The Face Shop Cosmetic 护肤配方工程师、莹特丽化妆品（苏州）有限公司护肤高级经理。2013 年 6 月至今任发行人及其前身研发创新中心韩国研究所高级经理。

二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属的持股情况

（一）公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有发行人股份的情况

1、直接持股情况

报告期内各期末，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其关系密切的家庭成员直接持有发行人股份的情况如下：

姓名	2017 年 6 月 30 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2014 年 1 月 1 日	
	持股数 (万股)	比例 (%)	持股数 (万股)	比例 (%)	持股数 (万股)	比例 (%)	持股数 (万股)	比例 (%)	持股数 (万股)	比例 (%)
侯军呈	7,264.0500	48.4270	7,264.0500	48.4270	7,264.0500	48.4270	-	-	4,358.4300	48.4270
方玉友	4,885.8000	32.5720	4,885.8000	32.5720	4,892.4750	32.6165	-	-	2,931.4800	32.5720
曹良国	725.8350	4.8389	725.8350	4.8389	725.8350	4.8389	-	-	435.5010	4.8389
方爱芬	39.0900	0.2606	39.0900	0.2606	39.0900	0.2606	-	-	23.4540	0.2606
李建清	19.9050	0.1327	19.9050	0.1327	19.9050	0.1327	-	-	11.9430	0.1327
合计	12,934.6800	86.2312	12,934.6800	86.2312	12,941.3550	86.2757	-	-	7,760.8080	86.2312

注：（1）2014 年末，上述董事及其关系密切的家庭成员系通过构建红筹架构间接持有发行人股权，持股比例不变。

（2）2015 年 6 月，珀莱雅有限股东会决议通过将公司注册资本由 9,000 万元增加至 15,000 万元，新增注册资本由公司资本公积转增。故 2015 年 12 月 31 日，上述董事及其关系密切的家庭成员的直接持股数增加。

（3）2016 年 8 月，方玉友将其部分股权转让给李文清，导致 2016 年 12 月 31 日方玉友的持股比例较 2015 年 12 月 31 日略有下降。

（4）方爱芬系方玉友的姐姐，李建清系方玉友配偶的弟弟。

另外，李小林、徐君清、叶财福、陈东方、李文清、徐东魁、鲍青芳、方加

琴、方善明、叶红与侯军呈、方玉友之间存在除关系密切家庭成员以外的其他亲属关系。

2、间接持股情况

(1) 正德投资

杭州正德投资合伙企业（有限合伙）成立于 2012 年 5 月 23 日。截至报告期末，正德投资认缴/实缴出资额 500 万元，执行事务合伙人为曹良国。报告期初，正德投资持有发行人 180 万股（占总股本的 2%）。为境外融资搭建红筹架构需要，2014 年 11 月正德投资将其持有的全部发行人股权转让给珀轩投资；2015 年 6 月，珀轩投资将其持有的发行人 2%的股权（计 300 万元）转让给正德投资，具体过程详见本《招股意向书》“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人的股本形成及变化情况”。

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有正德投资合伙份额的情况如下：

姓名	2017 年 8 月 20 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2014 年 1 月 1 日	
	份额 (万份)	比例 (%)	份额 (万份)	比例 (%)	份额 (万份)	比例 (%)	份额 (万份)	比例 (%)	份额 (万份)	比例 (%)
方玉友	-	-	-	-	-	-	199.360	39.8720	252.505	50.501
曹良国	329.735	65.947	322.035	64.407	293.420	58.684	-	-	-	-
裴竹祥	30.000	6.000	30.000	6.000	30.000	6.000	30.000	6.000	30.000	6.000
张叶峰	15.555	3.111	15.555	3.111	15.555	3.111	15.555	3.111	15.555	3.111
章敏华	15.555	3.111	15.555	3.111	15.555	3.111	15.555	3.111	15.555	3.111
蒋丽刚	12.220	2.444	12.220	2.444	12.220	2.444	12.220	2.444	12.220	2.444
方爱琴	11.665	2.333	11.665	2.333	11.665	2.333	11.665	2.333	11.665	2.333
合计	414.73	82.946	407.03	81.406	378.415	75.683	284.355	56.871	310.835	62.167

注：方爱琴系本公司董事长侯军呈之配偶，董事、总经理方玉友之姐姐。

报告期内方玉友、曹良国在正德投资的合伙份额存在变动，主要原因系：

2014 年期间，方玉友受让王雷等 4 位合伙人所持有的合计 47.5050 万元合伙份额，方玉友向朱勇等 10 人转让合计 100.6500 万元合伙份额；

2015 年 1-7 月期间，方玉友受让黄伟等 7 位合伙人所持有的合计 76.0050 万

元合伙份额；2015年9月，方玉友将其所持有的275.3650万元合伙份额转让给曹良国；2015年11月，曹良国受让钱利敏等2位合伙人所持有的合计18.0550万元合伙份额。

2016年期间，曹良国受让钱欢、李军和杜芯3位合伙人所持有的合计28.615万元合伙份额。

2017年8月，曹良国受让黄强所持有的合计7.7万元合伙份额。

（2）珀宇实业、珀轩投资

2014年11月至2015年6月期间，为构建红筹架构，珀宇实业、珀轩投资合计持有发行人前身100%的股权，从而公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属间接持有发行人的股份。具体内容详见本《招股意向书》“第五节发行人基本情况”之“十三、公司红筹架构设立及解除情况”相关内容。

除上述情形外，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属，不存在直接或间接持有本公司股权的情况。

（二）公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属所持发行人股份质押或冻结情况

截至报告期末，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接或间接持有的发行人股份不存在质押或冻结的情况。

三、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况

截至本《招股意向书》签署日，公司董事、高级管理人员侯军呈、方玉友及曹良国除上述直接或间接持有本公司股份外，其他对外投资情况如下：

姓名	本公司职务	对外投资情况		所投资单位与本公司关系
		对外投资单位名称	出资比例	
侯军呈	董事长	杭州坤驿实业有限公司	50%	受同一实际控制人控制
		杭州华妆实业投资有限公司	32%	公司董事参股的公司
		浙江山清水秀环境科技有限责任公司	56%	受同一实际控制人控制
		湖州美妆小镇文化发展有限公司	50%	受同一实际控制人控制

方玉友	董事、 总经理	杭州坤驿实业有限公司	25%	受同一实际控制人控制
		杭州太仁堂生物科技股份有限公司	95%	公司董事控制的公司
		湖州美妆小镇文化发展有限公司	25%	受同一实际控制人控制
曹良国	董事、 副总经理	杭州坤驿实业有限公司	5%	受同一实际控制人控制
		杭州太仁堂生物科技股份有限公司	1%	公司董事控制的公司
		湖州美妆小镇文化发展有限公司	5%	受同一实际控制人控制
楚修齐	独立 董事	励展华百展览（北京）有限公司	13%	公司董事实施重大影响 的公司
陈彦	独立 董事	杭州财通盛穗股权投资合伙企业（有 限合伙）	4.8072%	公司董事参股的公司

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员裴竹祥、张叶峰、章敏华、蒋丽刚除投资于本公司股东之正德投资外，不存在其他对外投资的情况；公司监事、核心技术人员俞燕、徐松、金汉坤、陈玉燕、申奉受不存在对外投资。

四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在本公司领取薪酬情况

（一）公司董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员及核心技术人员在本公司领薪情况

公司董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员及核心技术人员 2016 年领取薪酬（税前）的情况如下：

姓名	职务	2016 年度领薪（万元）
侯军呈	董事长	119.40
方玉友	董事、总经理	119.40
曹良国	董事、副总经理	95.40
裴竹祥	监事会主席、珀莱雅事业部总经理	96.98
俞燕	监事、媒体采购副经理	14.32
徐松	职工监事、副总经理助理	21.28
张叶峰	董事会秘书、副总经理、公共关系管理部总经理	42.02
章敏华	财务负责人、财务管理中心总经理	36.90
金汉坤	研发创新中心总经理	100.27
蒋丽刚	研发创新中心配方开发部总监	48.99
陈玉燕	研发创新中心配方开发部经理	25.29

申奉受	研发创新中心韩国研究所高级经理	62.71

在本公司领取薪酬的董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员及核心技术人员，除依法享有养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险和住房公积金外，不存在其他特殊的福利待遇和退休金计划。

（二）独立董事津贴

根据公司股东大会决议，公司每位独立董事的津贴为税后 8 万元/年。独立董事出席公司股东大会、董事会会议的差旅费以及按《公司章程》行使职权所需费用，均由公司据实报销。

五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况

截至本《招股意向书》签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在发行人及其子公司以外的其他企业兼职情况如下：

姓名	本公司职务	兼职情况		所兼职单位与本公司关系
		单位名称	职务	
侯军呈	董事长	坤驿实业	董事长、总经理	受同一实际控制人控制
		美妆小镇	执行董事	受同一实际控制人控制
方玉友	董事、总经理	坤驿实业	董事	受同一实际控制人控制
		太仁堂	董事	公司董事控制的公司
曹良国	董事、副总经理	坤驿实业	董事	受同一实际控制人控制
		正德投资	执行事务合伙人	本公司股东
楚修齐	独立董事	中国百货商业协会	会长	无
		励展华百展览(北京)有限公司	董事、总经理	
		中国体育用品联合会	副主席	
		中国国际名牌协会	副会长	
		中国商业年鉴社	社长	
		天津一商友谊股份有限公司	独立董事	
		北京元隆雅图文化传播股份有限公司	独立董事	
		浙江奥康鞋业股份有限公司	独立董事	

陈彦	独立董事	湖州尤创投资管理合伙企业（有限合伙）	投资总监	无
蒋丽刚	核心技术人员	中国香精香料化妆品工业协会化妆品科学技术学会	副主任	无
		浙江省化妆品标准化技术委员会	副秘书长	
		浙江省保健品化妆品协会	副会长	

除上述情况外，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均未在其他单位兼职。

六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间存在的亲属关系

公司董事、总经理方玉友系公司董事长侯军呈配偶方爱琴的弟弟。除上述情况外，公司其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间不存在亲属关系。

七、公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议及其作出的重要承诺

（一）公司与其董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议

公司已与在公司任职的董事、监事、高级管理人员、核心技术人员签订了《劳动合同》和《企业员工保密合同》。

（二）公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员作出的重要承诺

1、避免同业竞争的承诺

详见本《招股意向书》“第五节发行人基本情况”之“十二、主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺”。

2、股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

详见本《招股意向书》“重大事项提示”之“一、本次发行的相关重要承诺的说明”。

3、公司董事、监事、高级管理人员作出的其他承诺

详见本《招股意向书》“重大事项提示”之“一、本次发行的相关重要承诺的说明”。

（三）协议及承诺的履行情况

截至本《招股意向书》签署日，上述协议、承诺等均履行正常，不存在违约情形。

八、董事、监事、高级管理人员的任职资格情况

本公司所有董事、监事、高级管理人员诚信记录良好，其任职资格符合《公司法》、《首次公开发行股票并上市管理办法》及国家相关法律法规的规定。

九、董事、监事、高级管理人员变动情况

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员未发生重大变动，截至本《招股意向书》签署日，具体变动情况如下：

（一）董事

报告期期初（2014 年 1 月 1 日），珀莱雅股份（2012）设董事会，由侯军呈、方玉友、曹良国、楚修齐、邓川组成，其中楚修齐和邓川为独立董事，侯军呈担任公司董事长。2014 年 8 月，楚修齐和邓川辞去珀莱雅股份（2012）独立董事职务。

2014 年 9 月，珀莱雅股份（2012）变更为珀莱雅有限（2014），经股东会决议，董事会成员由侯军呈、方玉友、曹良国三人组成，侯军呈担任公司董事长。

2014 年 12 月，珀莱雅有限（2014）整体变更为珀莱雅股份（2014）。同月，珀莱雅股份（2014）创立大会选举侯军呈、方玉友、曹良国、方爱琴、金衍华担任珀莱雅股份（2014）董事，侯军呈担任公司董事长。

2015 年 5 月，珀莱雅股份（2014）变更为珀莱雅有限，经股东会决议，董事会成员由侯军呈、方玉友、曹良国三人组成，侯军呈担任公司董事长。

2015 年 7 月，珀莱雅有限整体变更为珀莱雅股份。同月，珀莱雅股份创立大会选举侯军呈、方玉友、曹良国、楚修齐、邓川担任珀莱雅股份董事，组成珀莱雅股份第一届董事会，其中楚修齐和邓川为独立董事，侯军呈担任公司董事长。

2015 年 12 月，独立董事邓川因个人原因辞去独立董事职务；同月，经股东大会决议，选举王保平担任珀莱雅股份独立董事。

2017 年 7 月，独立董事王保平因个人原因辞去独立董事职务；2017 年 8 月，经股东大会决议，选举陈彦担任珀莱雅股份独立董事。

（二）监事

报告期初（2014 年 1 月 1 日），珀莱雅股份（2012）设监事会，由裴竹祥、俞燕、胡红健组成，其中裴竹祥担任监事会主席，胡红健系公司职工代表监事。

2014 年 9 月，珀莱雅股份（2012）变更为珀莱雅有限（2014），经股东会决议，设监事一名，由裴竹祥担任。

2014 年 12 月，珀莱雅有限（2014）整体变更为珀莱雅股份（2014），公司职工代表大会选举徐松为职工代表监事；同月，珀莱雅股份（2014）创立大会选举裴竹祥、俞燕为公司监事，并与职工代表监事徐松共同组成珀莱雅股份（2014）监事会，其中裴竹祥担任监事会主席。

2015 年 5 月，珀莱雅股份（2014）变更为珀莱雅有限，公司职工代表大会选举徐松为职工代表监事；同月，经股东会决议，设监事会，选举裴竹祥、俞燕为公司监事，并与职工代表监事徐松共同组成珀莱雅有限监事会。

2015 年 7 月，珀莱雅有限整体变更为珀莱雅股份，公司职工代表大会选举徐松为职工代表监事；同月，珀莱雅股份创立大会选举裴竹祥、俞燕为公司监事，并与职工代表监事徐松共同组成珀莱雅股份第一届监事会，其中裴竹祥担任监事会主席。

（三）高级管理人员

报告期初（2014 年 1 月 1 日），方玉友为珀莱雅股份（2012）总经理，曹良国、张叶峰、钱利敏为副总经理，章敏华为财务负责人，张叶峰兼任董事会秘书。

2014 年 9 月，珀莱雅股份（2012）变更为珀莱雅有限（2014），经董事会决议，聘任方玉友为总经理。

2014 年 12 月，珀莱雅有限（2014）整体变更为珀莱雅股份（2014），经董

事会决议，聘任方玉友为公司总经理，曹良国为副总经理，章敏华为财务负责人，张叶峰为董事会秘书。

2015 年 5 月，珀莱雅股份（2014）变更为珀莱雅有限，经董事会决议，聘任方玉友为公司总经理，曹良国为副总经理，章敏华为财务负责人。

2015 年 7 月，珀莱雅有限整体变更为珀莱雅股份，经珀莱雅股份董事会决议，聘任方玉友为公司总经理，曹良国为副总经理，章敏华为财务负责人，张叶峰为董事会秘书。

2015 年 12 月，经珀莱雅股份董事会决议，聘任张叶峰为副总经理。

第九节 公司治理

公司建立了由股东大会、董事会、监事会组成的治理结构，三者与经理共同构建了分工明确、相互配合、相互制衡的运行机制。

根据《公司法》的规定，并参照上市公司的要求，公司股东大会、董事会和监事会逐步建立了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《董事会专门委员会工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《总经理工作制度》、《关联交易决策制度》、《对外担保决策管理制度》、《对外投资决策管理制度》、《子公司管理制度》、《防范控股股东及关联方资金占用制度》、《内部审计管理制度》、《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》、《募集资金管理制度》等一系列规章制度，明确了股东大会、董事会、监事会及管理层之间的权责范围和工作程序。通过对上述规章制度的制定和执行，公司逐步建立健全了符合上市要求的、能够保证中小股东充分行使权利的公司治理结构。

自珀莱雅股份成立以来，发行人能够按照《公司法》规定的程序审议修改《公司章程》。公司正在执行的《公司章程》系经公司 2016 年第四次临时股东大会审议通过。

一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

自珀莱雅股份成立以来，发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书能够依法规范运作、履行职责，公司重大生产经营决策、投资决策及重要财务决策能够严格按照《公司章程》的相关规定履行决策程序。截至报告期末，上述机构及人员未出现违法、违规现象，公司法人治理结构不断得到完善。

（一）股东大会、董事会、监事会制度建立健全及运行情况

1、三会制度建立健全情况

公司股东大会由全体股东组成，是公司的权力机构，决定公司经营方针和投资计划，审议批准公司的年度财务预算方案和决算方案；涉及关联交易的，关联股东实行回避表决制度。

公司董事会由 5 名董事组成（其中独立董事 2 名），是股东大会的执行机构，负责制定财务预算和财务决算方案；确定运用公司资产所做出的风险投资权限，建立严格的审查和决策程序；组织有关专家、专业人士对公司重大投资项目进行评审，并报股东大会批准。

公司监事会由 3 名监事组成，其中 2 名股东代表监事、1 名职工代表监事，是公司内部的监督机构，对股东大会负责。

公司 2015 年 7 月 30 日创立大会审议通过了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》。

2、三会运行情况

自珀莱雅股份成立以来，发行人严格遵守《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》等制度中的有关规定规范运行，各董事、监事及高级管理人员均能尽职尽责，按相关法律、法规及制度规定行使权利、承担义务。

自珀莱雅股份成立至本报告期末，公司先后召开 13 次股东大会，对公司章程的修订、董事、监事人员选聘、发行授权、募集资金投向等事项进行审议并作出决议；先后召开 14 次董事会，对公司经营情况、高级管理人员任命、管理制度的建立等事项进行审议并作出决议；先后召开 14 次监事会，对监事会主席选举、年度监事会工作报告等议案进行了审议。

公司“三会”的召开、决议的内容及签署严格按照《公司法》、《上市公司股东大会规则》、《上市公司章程指引》等法律、法规和规范性文件，以及《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》等规章制度的要求；公司董事会、管理层不存在违反《公司法》、《公司章程》及相关制度等要求行使职权的行为。

（二）独立董事制度建立健全及运行情况

公司现任独立董事为楚修齐、陈彦等 2 人，独立董事占董事会成员总数的比例超过 1/3。独立董事任期与董事会一致，可以连选连任，但连任时间不得超过六年。

发行人独立董事具备良好的专业知识，勤勉尽责，在董事会制定公司发展战略、投资方案和生产经营决策等方面发挥了良好的作用，保障了公司经营决策的科学性和合理性。

公司 2015 年 7 月 30 日创立大会审议通过了《独立董事工作制度》，主要包括：公司董事会成员中至少要有三分之一的独立董事，独立董事中至少包括一名会计专业人士；独立董事的选举表决与公司董事的选举表决要求相同；独立董事每届任期与公司其他董事任期相同，任期届满可连选连任，但连任时间不得超过六年。

自珀莱雅股份成立至本报告期末，独立董事出席会议及履行职责情况如下：

2017 年 1-6 月	董事会召开次数		3		股东大会 召开次数	3
	亲自出席 人次	委托出席 人次	缺席人次	是否连续 两次未亲 自出席	亲自出席人次	
	6	0	0	否	6	
2016 年	董事会召开次数		6		股东大会 召开次数	5
	亲自出席 人次	委托出席 人次	缺席人次	是否连续 两次未亲 自出席	亲自出席人次	
	12	0	0	否	10	
2015 年	董事会召开次数		5		股东大会 召开次数	5
	亲自出席 人次	委托出席 人次	缺席人次	是否连续 两次未亲 自出席	亲自出席人次	
	10	0	0	否	10	

独立董事对高级管理人员的任免、薪酬制定、关联交易等事项进行审议并发表独立意见，对董事会各项议案及公司其他事项没有提出异议；对各次董事会会议审议的相关议案均投了赞成票。

独立董事能够按照《公司法》、《公司章程》和《独立董事工作制度》等法律、法规及制度的要求，认真履行独立董事职权，提高了董事会决策的科学性，维护了中小投资者的权益。

（三）董事会秘书制度建立健全及运行情况

公司设董事会秘书 1 名，董事会秘书对公司董事会负责。董事会秘书是公司的高级管理人员，享有《公司法》和《公司章程》规定的权利，并承担相应的义务。

董事会秘书负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股东资料管理，办理信息披露事务等事宜。

公司 2015 年 7 月 30 日第一届董事会第一次会议审议通过了《董事会秘书工作制度》，主要内容包括：董事会秘书由董事长提名，经董事会聘任或解聘。董事会秘书应当具有必备的专业知识和经验，其任职资格为：1、具有履行职责所必需的财务、管理、法律专业知识；2、具有良好的职业道德和个人品德。公司董事会秘书空缺期间，董事会应当指定一名董事或高级管理人员代行董事会秘书的职责，同时尽快确定董事会秘书人选。公司指定代行董事会秘书职责的人员之前，由董事长代行董事会秘书职责。

董事会秘书自聘任以来，能够按照法律、法规及《公司章程》的规定勤勉地履行职责，运行良好。

公司严格按照《公司法》、《上市公司股东大会规则》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《上海证券交易所股票上市规则》及《公司章程》等相关上市公司治理规范性文件，并结合公司实际情况，制定公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等相关制度；上述制度符合中国证监会发布的有关上市公司治理的规范性文件的要求，主要内容不存在差异。

二、董事会专门委员会的设置情况

公司董事会下设战略委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会、审计委员会等四个专门委员会，分别负责公司的发展战略、薪酬和考核、高级管理人员的推选及审计等工作。2015 年 7 月 30 日公司第一届董事会第一次会议决议通过设立战略委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会和提名委员会等四个专门委员会；并选举产生了公司第一届董事会战略委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会和提名委员会委员。

战略委员会成员由三名董事组成，其中包括两名独立董事。本届战略委员会

由侯军呈、楚修齐、陈彦三名董事组成，召集人侯军呈，其中楚修齐、陈彦为独立董事。

审计委员会成员由三名董事组成，其中两名为独立董事，委员中至少有一名独立董事为专业会计人士。本届审计委员会由陈彦、楚修齐、曹良国三名董事组成，召集人陈彦，其中陈彦为高级会计师、注册会计师（非执业）、独立董事，楚修齐为独立董事。

薪酬与考核委员会成员由三名董事组成，其中两名为独立董事。本届薪酬与考核委员会由楚修齐、方玉友、陈彦三名董事组成，召集人楚修齐，其中楚修齐、陈彦为独立董事。

提名委员会成员由三名董事组成，其中两名为独立董事。本届提名委员会由楚修齐、方玉友、陈彦三名董事组成，召集人方玉友，其中楚修齐、陈彦为独立董事。

自珀莱雅股份成立以来，董事会专业委员会对公司财务情况、重大战略决策、薪酬制定、人员任免等事项进行了审议，其设立和运行有效提升了董事会运行的效率、决策的科学性及监督的有效性，促进公司治理结构的完善。

三、发行人报告期内违法违规情况

2014年3月31日，杭州市国家税务局第二稽查局分别对珀莱雅股份、珀莱雅贸易作出了杭国税二稽处【2014】69号、杭国税二稽处【2014】66号《税务处理决定书》，认定珀莱雅股份（1）于2011年12月至2012年5月期间通过收取预付款的形式向珀莱雅贸易借款共计9,360万元，上述借款已经于2012年7月前全部归还。因两单位为关联企业，且有税率差，需要调整增加2012年的利息支出1,498,560元。（2）珀莱雅股份在省级卫视的广告未达到预期效果，相关的广告支出已于2012年在珀莱雅股份列支，后经协商以加播广告形式补偿损失，加播广告价值2,949,380元。但因广告档期问题，加播广告于2013年在珀莱雅贸易实现。杭州市国家税务局第二稽查局决定：对前述第（1）项事实调整增加珀莱雅股份2012年利息支出1,498,560元，调整减少2012年应纳税所得额149,560元。对前述第（2）项事实调整增加珀莱雅股份2012年应纳税所得额2,949,380元，前述（1）、（2）项共计调增珀莱雅股份2012年应纳税所得额1,450,820元，

按当年适用税率应补缴企业所得税 217,623 元。同时，杭州市国家税务局第二稽查局根据前述第（1）项事实相应调整增加珀莱雅贸易 2012 年的利息收入 1,498,560 元，补缴企业所得税 374,640 元。

珀莱雅股份（2012）、珀莱雅贸易已于 2014 年分别补缴企业所得税 217,623 元、374,640 元，并缴纳滞纳金 29,311.28 元、19,366.31 元。

经发行人律师和保荐机构核查后认为：（1）根据《中华人民共和国行政处罚法》、《中华人民共和国税收征收管理法》的规定，杭州市国家税务局第二稽查局对珀莱雅股份及其子公司珀莱雅贸易的前述税务处理决定不属于行政处罚。

（2）根据珀莱雅股份、珀莱雅贸易的说明，珀莱雅股份、珀莱雅贸易根据《税务处理决定书》补缴税款事项系因珀莱雅股份、珀莱雅贸易相关人员对会计处理和税务政策的理解认识差异造成的，并不存在偷逃税款的主观故意，不属于重大违法行为。

四、发行人报告期内资金占用和对外担保情况

公司制定了《财务管理制度》、《采购管理制度》、销售合同管理机制及客户管理机制等一系列内控制度，并严格执行，与资金管理相关的内控制度得到有效执行。报告期内除因境外融资搭建红筹架构需要珀莱雅贸易存在向珀宇实业、珀轩投资提供委托贷款并存在资金往来的情形外，发行人不存在其他资金占用的情况，公司不存在对控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

五、发行人内部控制制度的情况

（一）保证内控制度的措施

公司董事长侯军呈是公司的控股股东、实际控制人，其直接持有公司本次发行前 48.4270%的股份。为减少公司实际控制人不当控制风险，公司建立了《防范控股股东及关联方资金占用制度》、《关联交易决策制度》，规定了有关关联交易的回避表决制度、决策权限、决策程序等一整套较为完善的公司治理制度。

公司根据自身行业特点和业务需要，制定了各项业务管理规章、操作流程和岗位手册，建立了行之有效的风险控制系统，强化风险管理，保证公司各项业务活动的健康运行。公司业务及管理规章制度主要包括：质量控制制度、供应商管

理制度、采购管理制度、财务管理制度、内部审计制度以及信息化平台管理制度等。

（二）公司与投资相关的内控制度

1、投资制度的制定

公司根据相关法律法规和《公司章程》制定了《珀莱雅化妆品股份有限公司对外投资经营决策制度》、《财务管理基本制度》等制度。制度中明确了对外投资和购买、出售资产的决策权限，对于符合制度中规定的业务，需经过董事会或股东大会审议通过，并需提交相关业务的可行性分析报告，作为决策依据。

2、投资项目的立项和调研

根据公司的相关规定，公司做出投资决策前，总经理应当组织和安排有关部门对所投资项目的盈利水平、发展前景、所处行业发展情况以及法律风险等基本情况调研；需要提交董事会或股东大会审议批准的投资项目，总经理应当组织和安排有关部门写出书面报告，该书面报告经总经理审查后提交董事会或者股东大会审议。

3、投资项目的审批

发行人控股子公司发生的投资、融资、对外担保、购买、出售资产等重大事项，应当首先根据控股子公司章程和或其他制度的规定，由控股子公司内部有权机构（包括但不限于股东会、董事会、董事长和总经理）进行审议；控股子公司内部有权机构审议通过后，再根据《公司章程》和《珀莱雅化妆品股份有限公司对外投资经营决策制度》的规定，由公司内部有权机构进行审议。

公司对悦芙媿项目、秘境思语等项目投资前已完成相关市场调研，根据相关规定提交项目规划书，并进行了项目立项。悦芙媿项目因投资规模较大提交总经理审查后经发行人董事会、股东大会审议通过；秘境思语项目属于试验性项目，投资规模较小，属于总经理审批权限，已经总经理办公会议决策通过。

4、投资项目运营和监控

经批准的投资项目，公司应及时组织实施，严格按照项目的可行性研究报告、投资实施方案以及股东大会、董事会审批意见落实项目投资节点计划，加强项目

开发管理，采取有效措施严格控制成本，确保预期经济效益的按时实现。项目投资结束后，发行人应对项目的经济效益进行后评估。

悦芙媿项目在经营过程中公司管理层及时根据市场变化做出相应调整，目前项目进度与可研报告基本一致；秘境思语项目经过半年的尝试，效果不及预期，在项目规划调整完成前公司管理层放缓了项目推进速度。浙江美丽谷电子商务有限公司 2017 年上半年为暂时性亏损，公司预计 2017 年度美丽谷将会实现盈利。其他子公司规模较小或处于培养阶段，均符合公司预期，对公司正常经营不会产生重大影响。

经核查，保荐机构、申报会计师认为发行人与投资相关的内部控制制度的设计合理，运行有效。

（三）公司管理层对内部控制的自我评价

公司管理层认为：公司充分认识到良好、完善的管理机制对实现经营管理目标的重要性，并根据自身的实际情况，建立了覆盖公司治理、生产经营各环节的内部控制制度，保证了公司业务活动的正常进行，保护了资产的安全和完整。公司建立和完善了符合现代管理要求的法人治理结构及内部组织结构，形成了科学的决策机制、执行机制和监督机制，保证公司经营管理目标的实现；建立了行之有效的风险控制系统，强化风险管理，保证公司各项业务活动的健康运行；堵塞漏洞、消除隐患，可以防止并及时发现和纠正各种错误、舞弊行为，保护公司财产的安全完整；规范公司会计行为，保证会计资料真实完整，提高会计信息质量；确保国家有关法律法规和公司规章制度的贯彻执行。

（四）发行人律师、保荐机构意见

发行人律师、保荐机构认为：发行人已建立了健全且运行良好的组织机构和现代企业制度。

（五）注册会计师的鉴证意见

发行人会计师对公司截至 2017 年 6 月 30 日与财务报表相关的内部控制有效性进行了专项审核，出具了“天健审〔2017〕7899 号”《关于珀莱雅化妆品股份有限公司内部控制的鉴证报告》，认为：“珀莱雅股份按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2017 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了有效的内部控

制。”

第十节 财务会计信息

一、财务报表

(一) 合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

项 目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	500,413,532.76	306,973,624.62	357,782,556.66	223,633,467.62
应收票据	4,490,000.00	6,200,000.00	777,703.46	
应收账款	36,956,082.71	76,608,994.34	91,987,897.87	40,341,269.95
预付款项	15,848,976.71	13,247,964.01	15,362,945.11	7,729,299.21
其他应收款	9,608,906.27	10,076,514.26	13,128,880.96	215,872,874.76
存货	206,506,838.86	212,049,541.81	179,577,473.73	171,671,634.78
其他流动资产	30,413,511.71	100,701,164.12	4,559,500.78	12,331,168.29
流动资产合计	804,237,849.02	725,857,803.16	663,176,958.57	671,579,714.61
非流动资产：				
固定资产	265,635,346.86	276,861,163.04	295,483,153.14	302,116,615.61
在建工程	130,824,404.47	66,058,466.53	23,800,389.48	14,221,573.80
无形资产	345,067,767.92	350,403,655.32	358,732,586.61	367,027,539.62
长期待摊费用	32,124,129.12	39,956,947.97	13,319,687.16	17,817,270.66
递延所得税资产	49,241,834.23	43,202,962.38	22,597,676.87	14,099,641.16
其他非流动资产				4,250,000.00
非流动资产合计	822,893,482.60	776,483,195.24	713,933,493.26	719,532,640.85
资产总计	1,627,131,331.62	1,502,340,998.40	1,377,110,451.83	1,391,112,355.46
流动负债：				
短期借款	463,347,267.92	441,539,305.92	443,000,000.00	289,000,000.00
应付票据	7,890,000.00	46,710,346.83	24,002,230.68	10,170,000.00
应付账款	240,418,364.32	194,946,033.98	212,082,795.24	177,106,021.06
预收款项	78,407,042.37	62,464,621.10	93,184,995.19	104,802,037.39
应付职工薪酬	36,287,488.40	36,753,726.41	32,710,649.37	42,522,856.63
应交税费	33,207,772.92	53,276,343.37	62,077,954.00	35,820,590.55
应付利息	631,864.07	603,262.17	673,536.80	521,558.89
应付股利				360,000,000.00
其他应付款	53,260,779.09	54,777,037.86	52,227,016.73	69,883,117.77

流动负债合计	913,450,579.09	891,070,677.64	919,959,178.01	1,089,826,182.29
长期借款	12,597,812.71			
预计负债	27,014,773.33	29,112,014.43	28,638,618.13	
递延收益	24,587,956.66	21,536,091.78	21,627,798.54	39,442,653.94
非流动负债：	64,200,542.70	50,648,106.21	50,266,416.67	39,442,653.94
负债合计	977,651,121.79	941,718,783.85	970,225,594.68	1,129,268,836.23
所有者权益：				
股本	150,000,000.00	150,000,000.00	150,000,000.00	90,000,000.00
资本公积	133,684,375.00	133,684,375.00	133,684,375.00	142,654,826.35
其他综合收益	-134,651.10	-4,950.49	-119,345.09	-122,410.71
盈余公积	28,926,043.05	28,926,043.05	10,407,459.89	935,772.46
未分配利润	337,004,442.88	248,016,746.99	112,912,367.35	28,375,331.13
归属于母公司所有者权益合计	649,480,209.83	560,622,214.55	406,884,857.15	261,843,519.23
少数股东权益				
所有者权益合计	649,480,209.83	560,622,214.55	406,884,857.15	261,843,519.23
负债和所有者权益总计	1,627,131,331.62	1,502,340,998.40	1,377,110,451.83	1,391,112,355.46

2、合并利润表

单位：元

项 目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、营业收入	833,791,097.99	1,623,373,886.96	1,645,210,435.65	1,740,101,793.53
减：营业成本	312,036,014.44	617,562,720.66	594,575,142.47	639,353,637.55
税金及附加	11,846,331.99	18,986,371.03	21,391,718.10	22,443,774.56
销售费用	299,984,013.00	619,967,547.37	696,428,678.15	680,739,788.91
管理费用	99,718,121.82	180,028,990.73	171,472,376.09	179,275,662.47
财务费用	9,352,342.45	19,810,649.68	16,638,283.11	11,988,334.57
资产减值损失	6,532,391.20	14,539,034.67	-2,989,162.04	19,142,794.66
加：公允价值变动收益				
投资收益	336,737.76	583,424.66	390,821.92	5,353,989.05
二、营业利润	94,658,620.85	153,061,997.48	148,084,221.69	192,511,789.86
加：营业外收入	14,212,190.11	26,613,883.15	25,791,487.13	5,787,491.62
其中：非流动资产处置利得		14,251.57		23,886.15
减：营业外支出	762,525.24	4,199,649.56	5,075,538.29	5,479,919.42
其中：非流动资产处置损失	428,024.89		171,945.71	
三、利润总额	108,108,285.72	175,476,231.07	168,800,170.53	192,819,362.06

减：所得税费用	19,120,589.83	21,853,268.27	25,050,534.64	34,603,202.88
四、净利润	88,987,695.89	153,622,962.80	143,749,635.89	158,216,159.18
归属于母公司所有者的净利润	88,987,695.89	153,622,962.80	143,749,635.89	158,216,159.18
少数股东损益				
五、每股收益：				
（一）基本每股收益	0.59	1.02	0.96	1.05
（二）稀释每股收益	0.59	1.02	0.96	1.05
六、其他综合收益	-129,700.61	114,394.60	3,065.62	2,727.45
七、综合收益总额	88,857,995.28	153,737,357.40	143,752,701.51	158,218,886.63
归属于母公司所有者的综合收益总额	88,857,995.28	153,737,357.40	143,752,701.51	158,218,886.63
归属于少数股东的综合收益总额				

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 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	1,030,149,852.17	1,859,350,897.62	1,880,623,514.18	1,968,116,755.64
收到的税费返还	696,223.89	1,055,947.20	802,250.50	1,081,833.14
收到其他与经营活动有关的现金	25,408,949.84	36,903,497.96	24,605,627.48	15,999,850.23
经营活动现金流入小计	1,056,255,025.90	1,897,310,342.78	1,906,031,392.16	1,985,198,439.01
购买商品、接受劳务支付的现金	386,988,538.71	731,182,891.99	613,900,558.07	642,249,396.96
支付给职工以及为职工支付的现金	148,892,491.87	307,955,655.16	343,084,670.24	257,577,663.95
支付的各项税费	138,201,265.57	196,417,475.78	206,707,428.30	229,240,824.67
支付其他与经营活动有关的现金	227,008,766.21	528,813,784.84	580,206,985.80	670,681,914.65
经营活动现金流出小计	901,091,062.36	1,764,369,807.77	1,743,899,642.41	1,799,749,800.23
经营活动产生的现金流量净额	155,163,963.54	132,940,535.01	162,131,749.75	185,448,638.78
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	90,000,000.00	71,000,000.00	90,000,000.00	304,000,000.00
取得投资收益收到的现金	336,737.76	583,424.66	390,821.92	5,353,989.05
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现	226,830.41	21,367.52	85,470.09	28,126.60

金净额				
收到其他与投资活动有关的现金			230,660,000.00	14,561,400.00
投资活动现金流入小计	90,563,568.17	71,604,792.18	321,136,292.01	323,943,515.65
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	45,001,165.99	57,539,602.21	52,743,633.98	91,105,564.50
投资支付的现金	20,000,000.00	161,000,000.00	90,000,000.00	206,000,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额				
支付其他与投资活动有关的现金				220,000,000.00
投资活动现金流出小计	65,001,165.99	218,539,602.21	142,743,633.98	517,105,564.50
投资活动产生的现金流量净额	25,562,402.18	-146,934,810.03	178,392,658.03	-193,162,048.85
三、筹资活动产生的现金流量：				
取得借款收到的现金	293,405,774.71	662,539,305.92	668,000,000.00	289,000,000.00
筹资活动现金流入小计	293,405,774.71	662,539,305.92	668,000,000.00	289,000,000.00
偿还债务支付的现金	259,000,000.00	664,000,000.00	514,000,000.00	230,400,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	10,673,944.25	40,691,952.72	364,144,408.80	14,338,218.15
支付其他与筹资活动有关的现金				
筹资活动现金流出小计	269,673,944.25	704,691,952.72	878,144,408.80	244,738,218.15
筹资活动产生的现金流量净额	23,731,830.46	-42,152,646.80	-210,144,408.80	44,261,781.85
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-129,700.61	114,394.60	3,065.62	2,727.45
五、现金及现金等价物净增加额	204,328,495.57	-56,032,527.22	130,383,064.60	36,551,099.23
加：期初现金及现金等价物余额	288,482,254.99	344,514,782.21	214,131,717.61	177,580,618.38
六、期末现金及现金等价物余额	492,810,750.56	288,482,254.99	344,514,782.21	214,131,717.61

4、合并所有者权益变动表

单位：元

项目	2017 年 1-6 月（合并）						少数股东权益	所有者权益合计
	归属于母公司所有者权益							
	股本	资本公积	其他综合收益	盈余公积	未分配利润			
一、上年年末余额	150,000,000.00	133,684,375.00	-4,950.49	28,926,043.05	248,016,746.99		560,622,214.55	
二、本年初余额	150,000,000.00	133,684,375.00	-4,950.49	28,926,043.05	248,016,746.99		560,622,214.55	
三、本期增减变动金额				-129,700.61	88,987,695.89		88,857,995.28	
（一）综合收益总额				-129,700.61	88,987,695.89		88,857,995.28	
（二）所有者投入和减少资本								
1. 股份支付计入所有者权益的金额								
（三）利润分配								
1. 提取盈余公积								
（四）所有者权益内部结转								
1. 资本公积转增资本(或股本)								
2. 其他								
（五）专项储备								
四、本期期末余额	150,000,000.00	133,684,375.00	-134,651.10	28,926,043.05	337,004,442.88		649,480,209.83	

单位：元

项目	2016 年度（合并）						
	归属于母公司所有者权益					少数股东权益	所有者权益合计
	股本	资本公积	其他综合收益	盈余公积	未分配利润		
一、上年年末余额	150,000,000.00	133,684,375.00	-119,345.09	10,407,459.89	112,912,367.35		406,884,857.15
二、本年年初余额	150,000,000.00	133,684,375.00	-119,345.09	10,407,459.89	112,912,367.35		406,884,857.15
三、本期增减变动金额			114,394.60	18,518,583.16	135,104,379.64		153,737,357.40
（一）综合收益总额			114,394.60		153,622,962.80		153,737,357.40
（二）所有者投入和减少资本							
1. 股份支付计入所有者权益的金额							
（三）利润分配				18,518,583.16	-18,518,583.16		
1. 提取盈余公积				18,518,583.16	-18,518,583.16		
（四）所有者权益内部结转							
1. 资本公积转增资本(或股本)							
2. 其他							
（五）专项储备							
四、本期期末余额	150,000,000.00	133,684,375.00	-4,950.49	28,926,043.05	248,016,746.99		560,622,214.55

单位：元

项目	2015 年度（合并）						少数股东权益	所有者权益合计
	归属于母公司所有者权益							
	股本	资本公积	其他综合收益	盈余公积	未分配利润			
一、上年年末余额	90,000,000.00	142,654,826.35	-122,410.71	935,772.46	28,375,331.13		261,843,519.23	
二、本年年初余额	90,000,000.00	142,654,826.35	-122,410.71	935,772.46	28,375,331.13		261,843,519.23	
三、本期增减变动金额	60,000,000.00	-8,970,451.35	3,065.62	9,471,687.43	84,537,036.22		145,041,337.92	
（一）综合收益总额			3,065.62		143,749,635.89		143,752,701.51	
（二）所有者投入和减少资本		1,288,636.41					1,288,636.41	
1. 股份支付计入所有者权益的金额		1,288,636.41					1,288,636.41	
（三）利润分配				10,407,459.89	- 10,407,459.89			
1. 提取盈余公积				10,407,459.89	- 10,407,459.89			
（四）所有者权益内部结转	60,000,000.00	-10,259,087.76		-935,772.46	-48,805,139.78			
1. 资本公积转增资本（或股本）	60,000,000.00	-60,000,000.00						
2. 其他		49,740,912.24		-935,772.46	-48,805,139.78			
（五）专项储备								
四、本期期末余额	150,000,000.00	133,684,375.00	-119,345.09	10,407,459.89	112,912,367.35		406,884,857.15	

单位：元

项目	2014 年度（合并）						
	归属于母公司所有者权益					少数股东权益	所有者权益合计
	股本	资本公积	其他综合收益	盈余公积	未分配利润		
一、上年年末余额	90,000,000.00	51,055,964.50	-125,138.16	25,864,998.74	296,828,807.52		463,624,632.60
二、本年初余额	90,000,000.00	51,055,964.50	-125,138.16	25,864,998.74	296,828,807.52		463,624,632.60
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）		91,598,861.85	2,727.45	-24,929,226.28	-268,453,476.39		-201,781,113.37
（一）综合收益			2,727.45		158,216,159.18		158,218,886.63
（二）所有者投入和减少资本							
（三）利润分配				935,772.46	-360,935,772.46		-360,000,000.00
1.提取盈余公积				935,772.46	-935,772.46		
2. 对所有者（或股东）的分配					-360,000,000.00		-360,000,000.00
（四）所有者权益内部结转		91,598,861.85		-25,864,998.74	-65,733,863.11		
1. 资本公积转增资本（或股本）							
2. 盈余公积转增资本（或股本）							
3. 盈余公积弥补亏损							
4. 其他		91,598,861.85		-25,864,998.74	-65,733,863.11		
（五）专项储备							
四、本期期末余额	90,000,000.00	142,654,826.35	-122,410.71	935,772.46	28,375,331.13		261,843,519.23

(二) 母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：元

项目	2017 年 6 月 30 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	111,302,037.23	97,519,466.00	82,497,046.87	60,130,084.06
应收票据	3,490,000.00			
应收账款	59,503,266.23	43,462,753.47	60,349,219.31	53,361,111.81
预付款项	4,655,434.16	2,403,894.30	5,452,705.29	3,020,629.67
其他应收款	101,639,824.73	71,679,076.58	10,331,853.96	2,653,764.06
存货	126,388,206.55	145,936,045.36	133,096,139.23	134,391,489.20
其他流动资产	698,139.32	81,045,858.69	1,076,142.11	1,448,300.71
流动资产合计	407,676,908.22	442,047,094.40	292,803,106.77	255,005,379.51
非流动资产：				
长期股权投资	99,594,048.00	65,594,048.00	43,094,048.00	22,094,048.00
固定资产	260,233,938.97	270,896,223.12	288,514,308.86	298,821,588.70
在建工程	130,580,717.97	64,575,731.49	23,306,727.17	14,221,573.80
无形资产	341,852,696.58	347,282,918.99	358,732,586.61	367,027,539.62
长期待摊费用	17,915,005.06	26,901,916.12	9,492,068.11	14,004,427.66
递延所得税资产	4,609,372.61	4,362,987.95	3,487,002.98	3,250,412.59
其他非流动资产				4,250,000.00
非流动资产合计	854,785,779.19	779,613,825.67	726,626,741.73	723,669,590.37
资产总计	1,262,462,687.41	1,221,660,920.07	1,019,429,848.50	978,674,969.88
流动负债：				
短期借款	318,347,267.92	311,539,305.92	295,000,000.00	79,000,000.00
应付票据	7,890,000.00	46,710,346.83	24,002,230.68	10,170,000.00
应付账款	197,951,770.70	153,906,483.63	167,419,298.57	129,800,377.86
预收款项	12,883,664.75	82,044,479.79	65,879,730.50	94,660,388.04
应付职工薪酬	11,734,651.52	13,271,469.96	12,479,523.49	15,036,922.00
应交税费	15,112,433.11	27,110,641.80	50,616,450.22	18,517,473.35
应付利息	451,607.22	425,627.24	451,607.22	143,770.00
应付股利				360,000,000.00
其他应付款	893,494.34	1,415,676.37	1,788,810.93	16,409,124.65
流动负债合计	565,264,889.56	636,424,031.54	617,637,651.61	723,738,055.90
长期借款	12,597,812.71			

递延收益	11,602,410.00	12,472,980.00	14,214,120.00	13,105,260.00
非流动负债:	24,200,222.71	12,472,980.00	14,214,120.00	13,105,260.00
负债合计	589,465,112.27	648,897,011.54	631,851,771.61	736,843,315.90
所有者权益:				
股本	150,000,000.00	150,000,000.00	150,000,000.00	90,000,000.00
资本公积	133,503,478.00	133,503,478.00	133,503,478.00	142,473,929.35
盈余公积	28,926,043.05	28,926,043.05	10,407,459.89	935,772.46
未分配利润	360,568,054.09	260,334,387.48	93,667,139.00	8,421,952.17
所有者权益合计	672,997,575.14	572,763,908.53	387,578,076.89	241,831,653.98
负债和所有者权益总计	1,262,462,687.41	1,221,660,920.07	1,019,429,848.50	978,674,969.88

2、母公司利润表

单位：元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、营业收入	575,142,408.64	1,039,236,187.18	1,100,608,135.55	1,108,045,372.32
减：营业成本	294,445,471.41	540,637,574.76	534,172,571.38	534,521,628.37
税金及附加	6,882,031.59	11,754,125.63	12,928,573.46	14,512,416.28
销售费用	81,445,102.46	139,068,666.06	242,527,103.54	197,850,108.50
管理费用	66,903,654.90	127,959,935.58	136,594,844.52	149,757,781.72
财务费用	4,952,637.31	8,115,983.91	12,875,008.29	4,391,541.55
资产减值损失	12,149,985.02	10,939,648.00	2,630,934.89	6,776,751.46
加：公允价值变动收益				
投资收益	190,149.31			68,260,000.00
二、营业利润	108,553,675.26	200,760,253.24	158,879,099.47	268,495,144.44
加：营业外收入	10,108,994.19	20,320,308.90	13,692,025.57	4,970,800.84
其中：非流动资产处置利得		14,251.57		
减：营业外支出	362,633.33	2,915,795.70	2,622,148.14	3,125,616.65
其中：非流动资产处置损失	162,633.33			
三、利润总额	118,300,036.12	218,164,766.44	169,948,976.90	270,340,328.63
减：所得税费用	18,066,369.51	32,978,934.80	25,491,190.40	31,593,310.44
四、净利润	100,233,666.61	185,185,831.64	144,457,786.50	238,747,018.19
五、其他综合收益				
六、综合收益总额	100,233,666.61	185,185,831.64	144,457,786.50	238,747,018.19

3、母公司现金流量表

单位：元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 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	584,396,528.40	1,246,920,863.06	1,256,639,655.59	1,052,042,104.29
收到的税费返还	696,223.89	1,055,947.20	802,250.50	1,081,833.14
收到其他与经营活动有关的现金	20,808,665.01	26,306,379.96	11,366,189.63	14,865,969.12
经营活动现金流入小计	605,901,417.30	1,274,283,190.22	1,268,808,095.72	1,067,989,906.55
购买商品、接受劳务支付的现金	335,708,338.77	597,483,814.50	518,039,482.94	539,157,728.00
支付给职工以及为职工支付的现金	47,982,266.10	103,770,448.93	120,736,307.86	114,010,640.34
支付的各项税费	87,884,345.78	125,542,675.65	128,620,906.04	137,786,764.92
支付其他与经营活动有关的现金	93,039,144.61	205,114,248.29	285,024,923.67	238,894,247.37
经营活动现金流出小计	564,614,095.26	1,031,911,187.37	1,052,421,620.51	1,029,849,380.63
经营活动产生的现金流量净额	41,287,322.04	242,372,002.85	216,386,475.21	38,140,525.92
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	80,000,000.00			
取得投资收益收到的现金	190,149.31			68,260,000.00
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额		21,367.52		
收到其他与投资活动有关的现金			2,850,000.00	14,561,400.00
投资活动现金流入小计	80,190,149.31	21,367.52	2,850,000.00	82,821,400.00
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	43,433,430.63	47,881,241.50	42,747,682.01	82,628,022.85
投资支付的现金	34,000,000.00	102,500,000.00	21,000,000.00	
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额				
支付其他与投资活动有关的现金	31,000,000.00	70,000,000.00		
投资活动现金流出小计	108,433,430.63	220,381,241.50	63,747,682.01	82,628,022.85
投资活动产生的现金流量净额	-28,243,281.32	-220,359,873.98	-60,897,682.01	193,377.15
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金				
取得借款收到的现金	148,405,774.71	337,539,305.92	420,000,000.00	79,000,000.00
筹资活动现金流入小计	148,405,774.71	337,539,305.92	420,000,000.00	79,000,000.00

偿还债务支付的现金	129,000,000.00	321,000,000.00	204,000,000.00	80,400,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	7,778,656.77	28,752,610.84	352,887,854.83	4,667,466.65
支付其他与筹资活动有关的现金				
筹资活动现金流出小计	136,778,656.77	349,752,610.84	556,887,854.83	85,067,466.65
筹资活动产生的现金流量净额	11,627,117.94	-12,213,304.92	-136,887,854.83	-6,067,466.65
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响				
五、现金及现金等价物净增加额	24,671,158.66	9,798,823.95	18,600,938.37	32,266,436.42
加：期初现金及现金等价物余额	79,028,096.37	69,229,272.42	50,628,334.05	18,361,897.63
六、期末现金及现金等价物余额	103,699,255.03	79,028,096.37	69,229,272.42	50,628,334.05

4、母公司所有者权益变动表

单位：元

项 目	2017 年 1-6 月（母公司）				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	150,000,000.00	133,503,478.00	28,926,043.05	260,334,387.48	572,763,908.53
二、本年初余额	150,000,000.00	133,503,478.00	28,926,043.05	260,334,387.48	572,763,908.53
三、本期增减变动金额				100,233,666.61	100,233,666.61
（一）综合收益总额				100,233,666.61	100,233,666.61
（二）所有者投入和减少资本					
1. 股份支付计入所有者权益的金额					
（三）利润分配					
1. 提取盈余公积					
（四）所有者权益内部结转					
1. 资本公积转增股本					
2. 其他					
（五）专项储备					
四、本期期末余额	150,000,000.00	133,503,478.00	28,926,043.05	360,568,054.09	672,997,575.14

单位：元

项 目	2016 年度（母公司）				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	150,000,000.00	133,503,478.00	10,407,459.89	93,667,139.00	387,578,076.89
二、本年初余额	150,000,000.00	133,503,478.00	10,407,459.89	93,667,139.00	387,578,076.89
三、本期增减变动金额			18,518,583.16	166,667,248.48	185,185,831.64
（一）综合收益总额				185,185,831.64	185,185,831.64
（二）所有者投入和减少资本					
1. 股份支付计入所有者权益的金额					
（三）利润分配			18,518,583.16	-18,518,583.16	
1. 提取盈余公积			18,518,583.16	-18,518,583.16	
（四）所有者权益内部结转					
1. 资本公积转增股本					
2. 其他					
（五）专项储备					
四、本期期末余额	150,000,000.00	133,503,478.00	28,926,043.05	260,334,387.48	572,763,908.53

单位：元

项目	2015 年度（母公司）				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	90,000,000.00	142,473,929.35	935,772.46	8,421,952.17	241,831,653.98
二、本年年初余额	90,000,000.00	142,473,929.35	935,772.46	8,421,952.17	241,831,653.98
三、本期增减变动金额	60,000,000.00	-8,970,451.35	9,471,687.43	85,245,186.83	145,746,422.91
（一）综合收益总额				144,457,786.50	144,457,786.50
（二）所有者投入和减少资本		1,288,636.41			1,288,636.41
1. 股份支付计入所有者权益的金额		1,288,636.41			1,288,636.41
（三）利润分配			10,407,459.89	- 10,407,459.89	
1. 提取盈余公积			10,407,459.89	- 10,407,459.89	
（四）所有者权益内部结转	60,000,000.00	-10,259,087.76	-935,772.46	-48,805,139.78	
1. 资本公积转增股本	60,000,000.00	-60,000,000.00			
2. 其他		49,740,912.24	-935,772.46	-48,805,139.78	
（五）专项储备					
四、本期期末余额	150,000,000.00	133,503,478.00	10,407,459.89	93,667,139.00	387,578,076.89

单位：元

项目	2014 年度（母公司）				
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	90,000,000.00	50,875,067.50	25,864,998.74	196,344,569.55	363,084,635.79
二、本年年初余额	90,000,000.00	50,875,067.50	25,864,998.74	196,344,569.55	363,084,635.79
三、本期增减变动金额		91,598,861.85	-24,929,226.28	-187,922,617.38	-121,252,981.81
（一）综合收益总额				238,747,018.19	238,747,018.19
（二）所有者投入和减少资本					
（三）利润分配			935,772.46	-360,935,772.46	-360,000,000.00
1.提取盈余公积			935,772.46	-935,772.46	
2.提取一般风险准备					
3．对所有者（或股东）的分配				-360,000,000.00	-360,000,000.00
（四）所有者权益内部结转		91,598,861.85	-25,864,998.74	-65,733,863.11	
1．资本公积转增资本（或股本）					
2．盈余公积转增资本（或股本）					
3．盈余公积弥补亏损					
4．其他		91,598,861.85	-25,864,998.74	-65,733,863.11	
（五）专项储备					
四、本期期末余额	90,000,000.00	142,473,929.35	935,772.46	8,421,952.17	241,831,653.98

二、审计意见

受发行人委托，发行人会计师对发行人 2014 年度、2015 年度、2016 年度和 2017 年 1-6 月的财务报表进行了审计，出具了“天健审〔2017〕7898 号”《审计报告》，发表了标准无保留的审计意见。

三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

1、编制基础

本公司财务报表以持续经营为编制基础。

2、持续经营能力评价

本公司不存在导致对报告期末起 12 个月内的持续经营假设产生重大疑虑的事项或情况。

（二）合并财务报表的范围及变化

1、合并财务报表的范围

控股子公司	注册资本	实际出资	享有权益比例	报告期内合并期间
珀莱雅贸易	5,000 万元	3,000 万元	100%	2014.1.1-2016.12.31
韩国韩娜	36,000 万韩元	36,000 万韩元	100%	2014.1.1-2016.12.31
美丽谷	1,000 万元	1,000 万元	100%	2014.1.1-2016.12.31
韩雅（杭州）	30 万美元	30 万美元	100%[注 1]	2014.1.1-2016.12.31
乐清莱雅	100 万元	100 万元	100%	2015.9.10-2016.12.31
悦芙媞（杭州）	5,000 万元	4,250.00 万元	100%[注 2]	2015.11.9-2016.12.31
悦芙媞（韩国）	155,000 万韩元	155,000 万韩元	100%[注 3]	2016.2.1-2016.12.31
悦芙媞贸易	500 万元	500 万元	100%[注 4]	2016.5.6-2016.12.31
上海媞语	100 万元	100 万元	100%[注 5]	2016.11.25-2016.12.31
丹阳悦芙媞	100 万元	100 万元	100%[注 5]	2016.12.8-2016.12.31
创代电子	500 万元	16 万元	100%[注 6]	2016.12.16-2016.12.31
秘镜思语（杭州）	5,000 万元	1,400 万元	90%[注 7]	2016.12.8-2016.12.31
秘镜思语贸易	500 万元	500 万元	90%[注 8]	2016.12.22-2016.12.31

注 1：发行人全资子公司韩国韩娜持有韩雅（杭州）100%股权。

注 2：悦芙媿（杭州）的公司章程约定其注册资本为 5,000 万元，其中发行人认缴出资 4,250 万元，其他股东认缴 750 万元。截至报告期末，发行人出资 4,250 万元，其他股东尚未出资，因此，发行人享有其 100% 的权益。

注 3：发行人享有 100% 权益的子公司悦芙媿（杭州）持有悦芙媿（韩国）100% 股权。

注 4：发行人享有 100% 权益的子公司悦芙媿（杭州）持有悦芙媿贸易 100% 股权。悦芙媿贸易的公司章程约定其注册资本为 500 万元，由悦芙媿（杭州）全额认缴。

注 5：发行人享有 100% 权益的子公司悦芙媿（杭州）持有其 100% 股权。公司章程约定其注册资本为 100 万元，由悦芙媿（杭州）全额认缴。

注 6：发行人享有 100% 权益的子公司美丽谷持有其 100% 股权。公司章程约定其注册资本为 500 万元，由美丽谷全额认缴。截至 2017 年 6 月 30 日，美丽谷已实际出资 16 万元。

注 7：秘镜思语（杭州）章程约定其注册资本为 5,000 万元，其中发行人认缴出资 4,500 万元，其他股东认缴 500 万元。截至 2017 年 6 月 30 日，发行人已出资 1,400 万元，其他股东尚未出资，因此，发行人享有其 100% 的权益。

注 8：发行人享有 90% 权益的子公司秘镜思语（杭州）持有其 100% 股权。公司章程约定其注册资本为 500 万元，由秘镜思语（杭州）全额认缴。

2、报告期内合并财务报表范围的变化情况

（1）报告期内新纳入合并财务报表范围的主体

①出资设立乐清莱雅

公司出资设立乐清莱雅贸易有限公司，于 2015 年 9 月 10 日办妥工商设立登记手续，取得注册号为 330382000392096 的《营业执照》。该公司注册资本 100 万元，全部由公司出资，占其注册资本的 100%，拥有对其的实质控制权，故自该公司成立之日起，将其纳入合并财务报表范围。

②出资设立悦芙媿杭州

公司出资设立悦芙媿（杭州）化妆品有限公司，于 2015 年 11 月 9 日办妥工商设立登记手续，取得统一社会信用代码为 91330100MA27W7KX8Q 的《营业执照》。该公司注册资本 5,000 万元，公司出资 4,250 万元，占其注册资本的 85%，拥有对其的实质控制权，故自该公司成立之日起，将其纳入合并财务报表范围。截至报告期末，发行人出资 4,250 万元，其他股东尚未出资，因此，发行人享有其 100% 的权益。

③收购悦芙媿（韩国）

2016 年 1 月 24 日，悦芙媿（杭州）与金会准之配偶签订股权转让协议，以 100 万韩元的价格收购其持有的悦芙媿（韩国）100 万韩元出资额；同时悦芙媿（杭州）以 104,900 万韩元对悦芙媿（韩国）进行增资。本次受让和增资完成后，悦芙媿（杭州）持有悦芙媿（韩国）100.00% 股权。故自 2016 年 2 月起将其纳入

合并财务报表范围。

④出资设立悦芙媿贸易

悦芙媿（杭州）出资设立湖州悦芙媿贸易有限公司，于 2016 年 5 月 6 日办妥工商设立登记手续，取得统一社会信用代码为 91330502MA28C8LL0U 的《营业执照》。该公司注册资本 500 万元，全部由悦芙媿（杭州）认缴，占其注册资本的 100%，拥有对其的实质控制权，故自该公司成立之日起，将其纳入合并财务报表范围。

⑤出资设立上海媿语

悦芙媿（杭州）出资设立上海媿语化妆品有限公司，于 2016 年 11 月 25 日办妥工商设立登记手续，取得统一社会信用代码为 91310112MA1GBF450D 的《营业执照》。该公司注册资本 100 万元，全部由悦芙媿（杭州）认缴，占其注册资本的 100%，拥有对其的实质控制权，故自该公司成立之日起，将其纳入合并财务报表范围。

⑥出资设立丹阳悦芙媿

悦芙媿（杭州）出资设立丹阳悦芙媿化妆品贸易有限公司，于 2016 年 12 月 8 日办妥工商设立登记手续，取得统一社会信用代码为 91321181MA1N2E3AXP 的《营业执照》。该公司注册资本 100 万元，全部由悦芙媿（杭州）认缴，占其注册资本的 100%，拥有对其的实质控制权，故自该公司成立之日起，将其纳入合并财务报表范围。

⑦出资设立创代电子

美丽谷出资设立湖州创代电子商务有限公司，于 2016 年 12 月 16 日办妥工商设立登记手续，取得统一社会信用代码为 91330502MA28CMPK6C 的《营业执照》。该公司注册资本 500 万元，全部由美丽谷认缴，占其注册资本的 100%，拥有对其的实质控制权，故自该公司成立之日起，将其纳入合并财务报表范围。

⑧出资设立秘镜思语杭州

公司出资设立秘镜思语（杭州）化妆品有限公司，于 2016 年 12 月 8 日办妥工商设立登记手续，取得统一社会信用代码为 91330100MA280J0L17 的《营业执

照》。该公司注册资本 5,000 万元，公司认缴 4,500 万元，占其注册资本的 90%，拥有对其的实质控制权，故自该公司成立之日起，将其纳入合并财务报表范围。截至报告期末，发行人及其他股东方尚未出资。

⑨出资设立秘镜思语贸易

秘镜思语（杭州）出资设立湖州秘镜思语贸易有限公司，于 2016 年 12 月 22 日办妥工商设立登记手续，取得统一社会信用代码为 91330502MA28CNWA17 的《营业执照》。该公司注册资本 500 万元，全部由秘镜思语（杭州）认缴，占其注册资本的 100%，拥有对其的实质控制权，故自该公司成立之日起，将其纳入合并财务报表范围。

四、发行人采用的重要会计政策和会计估计

（一）收入确认原则

1、收入确认原则

（1）销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：①将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；②公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；③收入的金额能够可靠地计量；④相关的经济利益很可能流入；⑤相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

（2）提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入，并按已经提供劳务占应提供劳务总量的比例确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

（3）让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

2、收入确认的具体方法

公司主要销售化妆品。公司结算模式分为经销、直销和代销。

（1）经销模式

公司根据合同约定将产品交付给购货方并经购货方验收后确认销售收入。

（2）直销模式

公司将商品交付给消费者，消费者确认收货并支付货款后，确认销售收入。

（3）代销

公司根据合同约定将产品交付给受托方，待受托方对外销售后开出代销清单时确认销售收入。

公司在销售产品的同时授予客户奖励积分的，将销售取得的货款或应收货款在销售产生的收入与奖励积分的公允价值之间进行分配，将取得的货款或应收货款扣除奖励积分公允价值部分确认为收入、奖励积分的公允价值确认为递延收益。在客户兑换奖励积分时，将原计入递延收益的与所兑换积分相关的部分确认为收入。

（二）金融工具

1、金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（包括交易性金融资产和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下两类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债（包括交易性金融负债和在初始确认时指定为以公允价值计量且

其变动计入当期损益的金融负债)、其他金融负债。

2、金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

公司按照公允价值对金融资产进行后续计量，且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用，但下列情况除外：（1）持有至到期投资以及贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本计量；（2）在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

公司采用实际利率法，按摊余成本对金融负债进行后续计量，但下列情况除外：（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值计量，且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用；（2）与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本计量；（3）不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，或没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺，在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：①按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》确定的金额；②初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》的原则确定的累积摊销额后的余额。

金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，除与套期保值有关外，按照如下方法处理：（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动收益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利，确认为投资收益；处置时，将实际收到的金额与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动收益。（2）可供出售金融资产的公允价值变动计入其他综合收益；持有期间按实际利率法计算的利息，计入投资收益；可供出售权益工具投资的现金股利，于被投资单位宣

告发放股利时计入投资收益；处置时，将实际收到的金额与账面价值扣除原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之后的差额确认为投资收益。

当收取某项金融资产现金流量的合同权利已终止或该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬已转移时，终止确认该金融资产；当金融负债的现时义务全部或部分解除时，相应终止确认该金融负债或其一部分。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：（1）放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；（2）未放弃对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：（1）所转移金融资产的账面价值；（2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额之和。金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：（1）终止确认部分的账面价值；（2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

4、金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

（1）第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

（2）第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或

类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

(3) 第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

5、金融资产的减值测试和减值准备计提方法

(1) 资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

(2) 对于持有至到期投资、贷款和应收款，先将单项金额重大的金融资产区分开来，单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，可以单独进行减值测试，或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试；单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。测试结果表明其发生了减值的，根据其账面价值高于预计未来现金流量现值的差额确认减值损失。

(3) 可供出售金融资产

①表明可供出售债务工具投资发生减值的客观证据包括：

- A、债务人发生严重财务困难；
- B、债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期；
- C、公司出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；
- D、债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；
- E、因债务人发生重大财务困难，该债务工具无法在活跃市场继续交易；
- F、其他表明可供出售债务工具已经发生减值的情况。

②表明可供出售权益工具投资发生减值的客观证据包括权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，以及被投资单位经营所处的技术、市场、经济

或法律环境等发生重大不利变化使公司可能无法收回投资成本。

本公司于资产负债表日对各项可供出售权益工具投资单独进行检查。对于以公允价值计量的权益工具投资，若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 50%（含 50%）或低于其成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）的，则表明其发生减值；若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 20%（含 20%）但尚未达到 50%的，或低于其成本持续时间超过 6 个月（含 6 个月）但未超过 12 个月的，本公司会综合考虑其他相关因素，诸如价格波动率等，判断该权益工具投资是否发生减值。对于以成本计量的权益工具投资，公司综合考虑被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等是否发生重大不利变化，判断该权益工具是否发生减值。

以公允价值计量的可供出售金融资产发生减值时，原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值回升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资，期后公允价值回升直接计入其他综合收益。

以成本计量的可供出售权益工具发生减值时，将该权益工具投资的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益，发生的减值损失一经确认，不予转回。

（三）应收款项坏账准备的计提方法

1、单项金额重大的应收款项坏账准备的确认标准和计提方法

单项金额重大的判断依据或金额标准	占应收款项账面余额 10%以上的款项
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

2、按组合计提坏账准备的应收款项

（1）确定组合的依据及坏账准备的计提方法

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	账龄分析法

(2) 账龄分析法

账龄	应收账款计提比例 (%)	其他应收款计提比例 (%)
1 年以内 (含 1 年, 以下同)	5	5
1-2 年	30	30
2-3 年	50	50
3 年以上	100	100

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	单项应收款项与相同账龄组合的可收回性不同
坏账准备的计提方法	以现实的实际损失率作为计提坏账准备的比例

对应收票据、应收利息、长期应收款等其他应收款项, 根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

(四) 存货

1、存货的分类

存货包括在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的原材料和包装物等。

2、发出存货的计价方法

发出存货采用移动加权平均法。

3、存货可变现净值的确定依据

资产负债表日, 存货采用成本与可变现净值孰低计量, 按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货, 在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值; 需要经过加工的存货, 在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值; 资产负债表日, 同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的, 分别确定其可变现净值, 并与其对应的成本进行比较, 分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

4、存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

5、低值易耗品的摊销方法

按照一次转销法进行摊销。

（五）长期股权投资

1、共同控制、重要影响的判断

按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策，认定为共同控制。对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定，认定为重大影响。

2、投资成本的确定

（1）同一控制下的企业合并形成的，合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的合并对价的账面价值或发行股份的面值总额之间的差额调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

公司通过多次交易分步实现同一控制下企业合并形成的长期股权投资，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，在合并日，根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额确定初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

（2）非同一控制下的企业合并形成的，在购买日按照支付的合并对价的公允价值作为其初始投资成本。

公司通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并形成的长期股权投资，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

①在个别财务报表中，按照原持有的股权投资的账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

②在合并财务报表中，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益等的，与其相关的其他综合收益等转为购买日所属当期收益。但由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

(3) 除企业合并形成以外的：以支付现金取得的，按照实际支付的购买价款作为其初始投资成本；以发行权益性证券取得的，按照发行权益性证券的公允价值作为其初始投资成本；以债务重组方式取得的，按《企业会计准则第 12 号——债务重组》确定其初始投资成本；以非货币性资产交换取得的，按《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》确定其初始投资成本。

3、后续计量及损益确认方法

对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。

4、通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权的的处理方法

(1) 个别财务报表

对处置的股权，其账面价值与实际取得价款之间的差额，计入当期损益。对于剩余股权，对被投资单位仍具有重大影响或者与其他方一起实施共同控制的，转为权益法核算；不能再对被投资单位实施控制、共同控制或重大影响的，确认为金融资产，按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的相关规定进行核算。

(2) 合并财务报表

①通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且不属于“一揽子交易”的

在丧失控制权之前，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积（资本溢价），资本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

丧失对原子公司控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

②通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且属于“一揽子交易”的

将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理。但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

（六）投资性房地产

1、投资性房地产包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权和已出租的建筑物。

2、投资性房地产按照成本进行初始计量，采用成本模式进行后续计量，并采用与固定资产和无形资产相同的方法计提折旧或进行摊销。

（七）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量时予以确认。

2、各类固定资产的折旧方法

项目	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	10 或 30	5	9.50 或 3.17
通用设备	5	5	19.00
专用设备	5-10	5	19.00-9.50
运输工具	5	5	19.00

（八）在建工程

1、在建工程同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量则予以确认。在建工程按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的实际成本计量。

2、在建工程达到预定可使用状态时，按工程实际成本转入固定资产。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的，先按估计价值转入固定资产，待办理竣工决算后再按实际成本调整原暂估价值，但不再调整原已计提的折旧。

（九）无形资产

1、无形资产包括土地使用权、专利权及非专利技术等，按成本进行初始计量。

2、使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。具体年限如下：

项目	摊销年限(年)
土地使用权	40 或 50
技术使用费	5
办公软件	3-10
专利权	5

3、内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（十）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时确认为费用，计

入当期损益。

2、借款费用资本化期间

(1) 当借款费用同时满足下列条件时，开始资本化：①资产支出已经发生；②借款费用已经发生；③为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

(2) 若符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断，并且中断时间连续超过 3 个月，暂停借款费用的资本化；中断期间发生的借款费用确认为当期费用，直至资产的购建或者生产活动重新开始。

(3) 当所购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或可销售状态时，借款费用停止资本化。

3、借款费用资本化率以及资本化金额

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用（包括按照实际利率法确定的折价或溢价的摊销），减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，确定应予资本化的利息金额；为购建或者生产符合资本化条件的资产占用了一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款的资产支出加权平均数乘以占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。

（十一）部分长期资产减值

对长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等长期资产，在资产负债表日有迹象表明发生减值的，估计其可收回金额。对因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。商誉结合与其相关的资产组或者资产组组合进行减值测试。

若上述长期资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额确认资产减值准备并计入当期损益。

（十二）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理

1、同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。公司按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值份额与支付的合并对价账面价值或发行股份面值总额的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

2、非同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在购买日对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；如果合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益。

（十三）政府补助确认原则

1、与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。但是，按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

2、与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

（十四）递延所得税资产、递延所得税负债的确认和计量

1、根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

2、确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税

所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

3、资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

4、公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：（1）企业合并；（2）直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

（十五）股份支付

1、股份支付的种类

包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

2、实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

（1）以权益结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应调整资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应调整资本公积。

换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量的，按照其他方服务在取得日的公允价值计量；如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

（2）以现金结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在授予日按公

司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和相应的负债。

（3）修改、终止股份支付计划

如果修改增加了所授予的权益工具的公允价值，公司按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；如果修改增加了所授予的权益工具的数量，公司将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加；如果公司按照有利于职工的方式修改可行权条件，公司在处理可行权条件时，考虑修改后的可行权条件。

如果修改减少了授予的权益工具的公允价值，公司继续以权益工具在授予日的公允价值为基础，确认取得服务的金额，而不考虑权益工具公允价值的减少；如果修改减少了授予的权益工具的数量，公司将减少部分作为已授予的权益工具的取消来进行处理；如果以不利于职工的方式修改了可行权条件，在处理可行权条件时，不考虑修改后的可行权条件。

如果公司在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），则将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本在剩余等待期内确认的金额。

（十六）合并财务报表的编制方法

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由母公司按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》编制。

（十七）重要会计估计变更说明

公司根据相同账龄应收款项组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定报告期各项组合计提坏账准备的比例。公司结合近年来行业的发展状况和目前生产经营情况，并参考同行业公司应收款项账龄组合的坏账计提比例，本着谨慎性原则，经公司董事会决议通过，自 2015 年 7 月 1 日起，对具体提取比例做出如下变更：

账龄	变更前	变更后
1 年以内	5%	5%
1-2 年	10%	30%
2-3 年	30%	50%
3-4 年	50%	100%
4-5 年	80%	100%
5 年以上	100%	100%

五、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

发行人会计师对发行人 2014 年度、2015 年度、2016 年度和 2017 年 1-6 月的非经常性损益明细表进行鉴证，并出具了“天健审（2017）7901 号”专项鉴证报告。依据经核验的非经常性损益明细表，报告期内公司非经常性损益的具体内容及其对净利润的影响如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-42.80	1.43	-17.19	2.39
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	69.62	105.59	80.23	108.18
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	1,241.45	2,404.44	2,317.71	383.01
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-	-
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被合并单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-	-
非货币性资产交换损益	-	-	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	33.67	58.34	39.08	535.40
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-	-
债务重组损益	-	-	-	-
企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-	-
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-	-
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-	-

除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债产生的公允价值变动收益，以及处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	-	-
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-	-
对外委托贷款取得的损益	-	-	645.33	135.67
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-	-
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-	-	-
受托经营取得的托管费收入	-	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	76.70	-113.27	-6.32	-176.45
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	977.92	-1,106.78
小计	1,378.64	2,456.53	4,036.76	-118.58
减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	251.70	439.21	657.21	232.60
少数股东损益	-	-	-	-
归属于母公司股东的非经常性损益净额	1,126.94	2,017.33	3,379.55	-351.19
归属于母公司股东的净利润	8,898.77	15,362.30	14,374.96	15,821.62
非经常性损益占比（%）	12.66	13.13	23.51	-2.22

报告期内，归属于母公司股东的非经常性损益净额占当期归属于母公司股东的净利润的比例分别为-2.22%、23.51%、13.13%和 12.66%，公司非经常性损益对公司的生产经营未构成重大影响。

六、最近一期末主要固定资产、在建工程及无形资产情况

（一）固定资产

截至报告期末，公司固定资产情况如下：

项目	原值 (万元)	累计折旧 (万元)	减值准备 (万元)	账面价值 (万元)	财务成新率 (%)
房屋及建筑物	23,902.00	4,492.03	-	19,409.97	81.21
通用设备	1,959.18	1,184.38	-	774.80	39.55
专用设备	11,811.08	5,847.07	76.34	5,887.67	49.85
运输工具	1,186.43	695.34	-	491.09	41.39

项目	原值 (万元)	累计折旧 (万元)	减值准备 (万元)	账面价值 (万元)	财务成新率 (%)
合计	38,858.70	12,218.82	76.34	26,563.53	68.36

截至报告期末，固定资产中有账面价值 17,705.38 万元的房屋及建筑物设定抵押担保。

（二）在建工程

截至报告期末，公司在建工程情况如下：

工程名称	账面余额（万元）
珀莱雅大厦	12,827.16
其他零星工程	255.28
合计	13,082.44

（三）无形资产

截至报告期末，公司无形资产情况如下：

无形资产构成	原值（万元）	累计摊销（万元）	净值（万元）
土地使用权	37,592.37	3,666.63	33,925.74
办公软件	1,651.92	1,075.93	575.99
技术转让费	53.26	51.71	1.55
专利权	42.00	38.50	3.50
合计	39,339.55	4,832.78	34,506.78

截至报告期末，无形资产中有账面价值 32,277.45 万元的土地使用权用于发行人及子公司借款抵押担保。

七、最近一期末主要负债情况

（一）短期借款

截至报告期末，公司短期借款 46,334.73 万元。

（二）应付票据

截至报告期末，公司应付票据明细如下：

票据类型	票据金额（万元）
银行承兑汇票	789.00

（三）应付账款

截至报告期末，公司应付账款明细如下：

账龄	金额（万元）	占比（%）
货款	15,769.20	65.59
应付费用	4,882.30	20.31
设备工程款	3,390.34	14.10
合计	24,041.84	100.00

报告期末，无应付持有公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东款项。

（四）预收款项

截至报告期末，公司预收款项 7,840.70 万元，主要系预收货款。

（五）对内部员工的负债

截至报告期末，公司应付职工薪酬余额为 3,628.75 万元；公司不存在拖欠性质的应付职工薪酬。

（六）应交税费

截至报告期末，公司应交税费余额为 3,320.78 万元。

（七）其他应付款

截至报告期末，公司其他应付款明细如下：

款项性质	金额（万元）	占比（%）
押金保证金	5,109.38	95.93
其他	216.70	4.07
合计	5,326.08	100.00

（八）长期借款

截至报告期末，公司长期借款余额为 1,259.78 万元，长期借款余额均系为建设珀莱雅大厦而借入的银行借款。

（九）预计负债

截至报告期末，公司预计负债余额为 2,701.48 万元。预计负债均为公司计提的退货损失。

（十）递延收益

截至报告期末，公司递延收益明细如下：

项 目	期末余额（万元）	占比（%）
化妆品生产技术改造补助	1,160.24	47.19
未兑换会员积分	1,298.55	52.81
合计	2,458.80	100.00

化妆品生产技术改造补助主要包括：湖州市埭溪镇人民政府根据《关于对珀莱雅化妆品股份有限公司湖州分公司技改奖励的决定》拨入技改奖励款 1,456.14 万元；湖州市财政局根据《湖州市经济和信息化委员会关于下达 2015 年度工业强市建设发展资金（第一批）的通知》拨入技改补助 235.00 万元；湖州市吴兴区财政局根据《吴兴区发展改革和经济委员会、吴兴区财政局关于下达 2014 年度区“机器换人”项目专项资金（第二批）的通知》，拨入技改补助 50.00 万元；公司将上述补助在相关资产使用寿命内按 10 年平均分摊，年摊销 174.11 万元。

（十一）逾期债项

截至报告期末，公司不存在逾期债项。

八、所有者权益变动表

详见本节“一、财务报表”之“（一）合并财务报表”之“4、合并所有者权益变动表”及“一、财务报表”之“（二）母公司财务报表”之“4、母公司所有者权益变动表”。

九、现金流量

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额	15,516.40	13,294.05	16,213.17	18,544.86

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
投资活动产生的现金流量净额	2,556.24	-14,693.48	17,839.27	-19,316.20
筹资活动产生的现金流量净额	2,373.18	-4,215.26	-21,014.44	4,426.18
汇率变动对现金及现金等价物的影响额	-12.97	11.44	0.31	0.27
现金及现金等价物净增加额	20,432.85	-5,603.25	13,038.31	3,655.11
加：期初现金及现金等价物余额	28,848.23	34,451.48	21,413.17	17,758.06
期末现金及现金等价物余额	49,281.08	28,848.23	34,451.48	21,413.17

报告期内，未发生不涉及现金收支的重大投资和筹资活动。

十、财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）或有事项

截至报告期末，本公司无重大或有事项。

（二）承诺事项

1、经公司 2016 年第二次临时股东大会通过，公司拟申请首次公开发行不超过 5,000 万股人民币普通股（A 股），并拟在上海证券交易所申请上市。

2、本公司拟向中国证券监督管理委员会申请首次公开发行股票并上市，募集资金拟用于以下项目：

项目名称	总投资额(万元)	募集资金投资额(万元)	登记备案号
营销网络建设项目	63,198.00	47,516.83	西发改技备案[2016]5 号
产品中心建设项目	22,335.47	16,793.42	西发改技备案[2016]3 号
湖州分公司化妆品生产线技术改造项目	7,250.00	5,451.07	吴发改经投备[2016]32 号
合计	92,783.47	69,761.32	

十一、财务指标

（一）主要财务指标

财务指标	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
1、流动比率（倍）	0.88	0.81	0.72	0.62
2、速动比率（倍）	0.60	0.45	0.50	0.44
3、资产负债率（母公司）（%）	46.69	53.12	61.98	75.29

财务指标	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
4、无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例（%）	0.89	1.17	1.39	1.80
财务指标	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
1、应收账款周转率（次/年）	27.11	18.05	23.59	71.20
2、存货周转率（次/年）	2.98	3.15	3.39	3.30
3、息税折旧摊销前利润（万元）	13,666.03	23,332.52	21,627.77	22,767.61
4、利息保障倍数（倍）	11.59	9.35	8.06	14.37
5、每股经营活动产生的现金流量（元）	1.03	0.89	1.08	1.24
6、每股净现金流量（元）	1.36	-0.37	0.87	0.24

注：主要财务指标计算说明：

流动比率=流动资产÷流动负债

速动比率=（流动资产-预付账款-存货-其他流动资产）÷流动负债

资产负债率=（负债总额÷资产总额）×100%

无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例=[（无形资产-土地使用权）÷归属于母公司股东的净资产]×100%

应收账款周转率=营业收入÷平均应收账款余额

存货周转率=营业成本÷平均存货账面价值

息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+折旧摊销

利息保障倍数=（利润总额+利息支出）÷利息支出

每股经营活动的现金流量=经营活动产生的现金流量净额÷年度末普通股份总数

每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额÷年度末普通股份总数

（二）净资产收益率和每股收益

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）的要求，报告期内公司各年净资产收益率和每股收益如下：

1、净资产收益率

项 目	加权平均净资产收益率（%）			
	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
归属于公司普通股股东的净利润	14.71	31.76	43.08	37.43
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	12.84	27.59	32.95	38.26

2、每股收益

报告期利润	每股收益（元/股）							
	基本每股收益				稀释每股收益			
	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年

归属于公司普通股股东的净利润	0.59	1.02	0.96	1.05	0.59	1.02	0.96	1.05
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	0.52	0.89	0.73	1.08	0.52	0.89	0.73	1.08

注：计算公式如下：

(1) 加权平均净资产收益率

$$\text{加权平均净资产收益率} = P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$$

其中： P_0 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； E_0 为归属于公司普通股股东的期初净资产； E_i 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； E_j 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； M_0 为报告期月份数； M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数； E_k 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； M_k 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。

报告期发生同一控制下企业合并的，计算加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从报告期期初起进行加权；计算扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从合并日的次月起进行加权。计算比较期间的加权平均净资产收益率时，被合并方的净利润、净资产均从比较期间期初起进行加权；计算比较期间扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产不予加权计算（权重为零）。

(2) 基本每股收益

$$\text{基本每股收益} = P_0 \div S$$

$$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

其中： P_0 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； S_0 为期初股份总数； S_1 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； S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数； S_j 为报告期因回购等减少股份数； S_k 为报告期缩股数； M_0 为报告期月份数； M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数； M_j 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

公司存在稀释性潜在普通股的，应当分别调整归属于普通股股东的报告期净利润和发行在外普通股加权平均数，并据以计算稀释每股收益。

在发行可转换债券、股份期权、认股权证等稀释性潜在普通股情况下，稀释每股收益可参照如下公式计算：

$$\text{稀释每股收益} = P_1 / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券})$$

等增加的普通股加权平均数)

其中, P_1 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。

截至报告期末, 公司不存在稀释性潜在普通股的情况。

十二、发行人设立时及报告期内发行人资产评估情况

(一) 2014 年股权转让的资产评估报告

2014 年 11 月, 坤元资产评估有限公司接受珀莱雅有限(2014)的委托, 以 2014 年 8 月 31 日为评估基准日, 出具了坤元评报(2014)417 号《珀莱雅化妆品有限公司拟进行股权转让涉及的股东全部权益价值评估项目资产评估报告》。

评估目的: 珀莱雅有限(2014)拟进行股权转让, 为此需要对珀莱雅有限(2014)的股东全部权益进行评估。本次评估的目的是为该经济行为提供珀莱雅有限(2014)股东全部权益价值的参考依据。

评估方法: 采用资产基础法。

评估结果: 珀莱雅有限(2014)资产净额的评估价值为 218,964,579.31 元。

(二) 2014 年设立股份公司的资产评估报告

2014 年 12 月, 坤元资产评估有限公司接受珀莱雅有限(2014)的委托, 以 2014 年 11 月 30 日为评估基准日, 出具了坤元评报(2014)508 号《珀莱雅化妆品有限公司拟整体变更设立为股份有限公司涉及的相关资产及负债价值评估项目资产评估报告》。

评估目的: 珀莱雅有限(2014)拟变更设立为股份有限公司, 为此需要对珀莱雅有限(2014)的资产净额进行评估。本次评估的目的是为该经济行为提供珀莱雅有限(2014)资产净额价值的参考依据。

评估方法: 采用资产基础法。

评估结果: 珀莱雅有限(2014)资产净额的评估价值为 311,005,275.74 元。

（三）2015 年珀宇、珀轩拟股权转让的资产评估报告

2015 年 6 月，坤元资产评估有限公司接受珀莱雅有限的委托，以 2015 年 2 月 28 日为评估基准日，出具了坤元评报〔2015〕274 号《珀莱雅化妆品有限公司拟进行股权转让涉及的股东全部权益价值评估项目资产评估报告》。

评估目的：珀莱雅有限拟进行股权转让，为此需要对珀莱雅有限的股东全部权益价值进行评估。本次评估的目的是为该经济行为提供珀莱雅有限股东全部权益价值的参考依据。

评估方法：采用资产基础法。

评估结果：珀莱雅有限的股东全部权益的评估价值为 266,801,812.92 元。

（四）2015 年设立股份公司的资产评估报告

2015 年 7 月，坤元资产评估有限公司接受珀莱雅有限的委托，以 2015 年 6 月 30 日为评估基准日，出具了坤元评报〔2015〕372 号《珀莱雅化妆品有限公司拟整体变更设立为股份有限公司涉及的相关资产及负债价值评估项目资产评估报告》。

评估目的：珀莱雅有限拟变更设立为股份有限公司，为此需要对珀莱雅有限的资产净额价值进行评估。本次评估的目的是为该经济行为提供珀莱雅有限资产净额价值的参考依据。

评估方法：采用资产基础法。

评估结果：珀莱雅有限资产净额的评估价值为 360,323,203.17 元。

十三、发行人历次验资情况

发行人历次验资情况详见本《招股意向书》“第五节发行人基本情况”之“四、发行人历次验资情况”。

第十一节 管理层讨论与分析

一、财务状况分析

(一) 资产状况

报告期内各期末，公司资产构成如下：

项 目	2017.6.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
流动资产	80,423.78	49.43	72,585.78	48.32	66,317.70	48.16	67,157.97	48.28
非流动资产	82,289.35	50.57	77,648.32	51.68	71,393.35	51.84	71,953.26	51.72
合 计	162,713.13	100.00	150,234.10	100.00	137,711.05	100.00	139,111.24	100.00

报告期内，公司资产结构基本保持稳定，资产配置合理。随着业务规模的增长，公司资产总额基本保持稳定，报告期内各期末分别为 139,111.24 万元、137,711.05 万元、150,234.10 万元和 162,713.13 万元。

报告期内各期末，公司流动资产占总资产的比重分别为 48.28%、48.16%、48.32%和 49.43%，主要包括与生产经营活动密切相关的货币资金、应收账款、存货、其他应收款及其他流动资产等。

报告期内各期末，公司非流动资产占总资产的比重分别为 51.72%、51.84%、51.68%和 50.57%，主要包括固定资产、在建工程、无形资产等。

1、流动资产

报告期内各期末，公司流动资产结构如下：

项 目	2017.6.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
货币资金	50,041.35	62.22	30,697.36	42.29	35,778.26	53.95	22,363.35	33.30
应收票据	449.00	0.56	620.00	0.85	77.77	0.12	-	-
应收账款	3,695.61	4.60	7,660.90	10.55	9,198.79	13.87	4,034.13	6.01
预付款项	1,584.90	1.97	1,324.80	1.83	1,536.29	2.32	772.93	1.15
其他应收款	960.89	1.19	1,007.65	1.39	1,312.89	1.98	21,587.29	32.14

存货	20,650.68	25.68	21,204.95	29.21	17,957.75	27.08	17,167.16	25.56
其他流动资产	3,041.35	3.78	10,070.12	13.87	455.95	0.69	1,233.12	1.84
合 计	80,423.78	100.00	72,585.78	100.00	66,317.70	100.00	67,157.97	100.00

报告期内，公司流动资产结构基本保持稳定，主要为货币资金、应收账款、其他应收款和存货，合计比例分别为 97.01%、96.88%、83.45%和 93.69%，资产结构符合公司经营情况，变现能力较强。

(1) 货币资金

报告期内各期末，货币资金明细情况如下：

项 目	2017.6.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
现金	5.25	0.01	7.14	0.02	5.51	0.01	5.32	0.02
银行存款	48,797.63	97.51	28,639.58	93.30	34,141.86	95.43	21,126.64	94.47
其他货币资金	1,238.47	2.47	2,050.64	6.68	1,630.89	4.56	1,231.39	5.51
合 计	50,041.35	100.00	30,697.36	100.00	35,778.26	100.00	22,363.35	100.00

报告期内各期末，货币资金余额分别为 22,363.35 万元、35,778.26 万元、30,697.36 万元和 50,041.35 万元，占流动资产总额的比例分别为 33.30%、53.95%、42.29%和 62.22%。公司货币资金构成主要为银行存款，符合公司的经营需求。

报告期内各期末，公司货币资金规模较大，主要系公司主营业务为研发、生产和销售化妆品，属于快速消费品行业，公司产品的生产销售周转速度较快，因此，公司期末持有较多的现金。2015 年末货币资金余额较 2014 年末增长较多，主要原因系 2015 年度经营性现金流入及收回委托贷款所致。2017 年 6 月末余额较 2016 年末余额增长较多，系公司经营活动现金流入增加及赎回理财产品所致。

(2) 应收票据

报告期内各期末，应收票据明细情况如下：

项 目	2017.6.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
银行承兑汇票	449.00	100.00	620.00	100.00	77.77	100.00	-	-

合 计	449.00	100.00	620.00	100.00	77.77	100.00	-	-

报告期内各期末，应收票据余额分别为 0.00 万元、77.77 万元、620.00 万元和 449.00 万元，占流动资产总额的比例分别为 0.00%、0.12%、0.85%和 0.56%。报告期内各期末公司持有的票据均系银行承兑汇票。2016 年末余额较 2015 年末增加，主要原因系选用银行承兑汇票付款的客户增加所致。

(3) 应收账款

报告期内各期末，公司应收账款账面余额情况如下：

项目	2017.6.30			2016.12.31		
	账面余额 (万元)	比例 (%)	账面价值 (万元)	账面余额 (万元)	比例 (%)	账面价值 (万元)
1 年以内	3,831.26	95.35	3,639.70	7,873.18	95.04	7,379.16
1—2 年	184.58	4.59	54.80	381.42	4.60	266.99
2—3 年	2.22	0.06	1.11	29.49	0.36	14.74
合计	4,018.05	100.00	3,695.61	8,284.09	100.00	7,660.90

项目	2015.12.31			2014.12.31		
	账面余额 (万元)	比例 (%)	账面价值 (万元)	账面余额 (万元)	比例 (%)	账面价值 (万元)
1 年以内	9,637.76	99.37	9,155.87	4,240.51	99.85	4,028.48
1—2 年	61.31	0.63	42.92	6.27	0.15	5.64
合计	9,699.07	100.00	9,198.79	4,246.78	100.00	4,034.13

报告期内各期末，公司应收账款前五名金额如下：

时点	序号	单位名称	金额 (万元)	账龄	占期末应收账款余额比例 (%)
2017.6.30	1	唯品会（中国）有限公司	1,605.05	1 年以内	39.95
	2	天津聚美优品科技有限公司[注 1]	448.60	1 年以内	11.16
	3	昆明娇雅化妆品有限公司	237.25	1 年以内	5.90
	4	格渥(香港)投资有限公司[注 2]	164.80	1 年以内	4.10
	5	杭州壹品壹冠生物科技有限公司	151.90	1 年以内	3.78
	合 计		2,607.60	-	64.89

时点	序号	单位名称	金额 (万元)	账龄	占期末应收账款余额比例 (%)
2016.12.31	1	天津聚美优品科技有限公司	2,228.32	1 年以内	26.90
	2	北京京东世纪贸易有限公司[注 3]	1,104.18	1 年以内	13.33
	3	唯品会（中国）有限公司	665.04	1 年以内	8.03
	4	杭州艾珀莉电子商务有限公司	637.64	[注 4]	7.70
	5	格渥（香港）投资有限公司	371.32	1 年以内	4.48
	合 计		5,006.50	-	60.44
2015.12.31	1	天津聚美优品科技有限公司	2,339.76	1 年以内	24.12
	2	北京京东世纪贸易有限公司	1,742.19	1 年以内	17.96
	3	杭州艾珀莉电子商务有限公司	789.66	1 年以内	8.14
	4	唯品会（中国）有限公司	367.33	1 年以内	3.79
	5	格渥（香港）投资有限公司	364.48	1 年以内	3.76
	合计		5,603.42	-	57.77
2014.12.31	1	天津聚美优品科技有限公司	1,312.46	1 年以内	30.90
	2	唯品会（中国）有限公司	784.99	1 年以内	18.48
	3	杭州艾珀莉电子商务有限公司[注 5]	440.93	1 年以内	10.38
	4	格渥（香港）投资有限公司	424.33	1 年以内	9.99
	5	康成投资（中国）有限公司	348.87	1 年以内	8.22
	合计		3,311.58	-	77.97

注 1：应收账款余额系将天津聚美优品科技有限公司和上海聚美优品科技有限公司合并统计。

注 2：发行人直接与格渥（香港）投资有限公司投资的各地“屈臣氏”门店发生业务往来，因此，该应收账款余额为应收各地“屈臣氏”门店款项的汇总；

注 3：应收账款余额系将北京京东世纪贸易有限公司及其子公司江苏京东信息技术有限公司合并统计；

注 4：账龄一年以内 430.54 万元，1-2 年 207.10 万元；

注 5：应收账款余额系将杭州艾珀莉电子商务有限公司、成都庭萱网络科技有限公司、成都小姿情调电子商务有限公司合并统计。

报告期内，发行人应收账款净额占流动资产的比例分别为 6.01%、13.87%、10.55%和 4.60%，占比较低，主要系公司对大部分经销商主要采取先款后货的销售政策。

2016 年末、2015 年末应收账款期末余额较 2014 年末增长较多主要系：一方面，近年来为了把握电子商务渠道迅速崛起的市场机会，公司部署了包括聚美优

品、京东、唯品会等众多电商平台渠道，并根据销售规模给予一定时间的信用期。随着对上述大型 B2C 平台销售规模的不断提高，应收账款余额较报告期初增长较多。

同时，化妆品行业竞争的日益加剧以及电子商务渠道的快速发展，对传统日化专营店、商场、超市等渠道的销售产生一定的影响。本着互利共赢的理念，公司逐步增加了对优质经销商的扶植力度，对符合条件的经销商给予一定的信用期，因此，公司应收账款余额增长较快，与此同时预收账款余额逐年下降。

2017 年 6 月末，公司应收账款期末余额较 2016 年末下降较多，主要系：①根据公司与京东签订的合同，2017 年初开始与京东的合作模式由经销方式变更为代销方式，部分已发货产品尚未收到代销清单，该部分未确认收入，故应收账款余额较 2016 年末有所减少；②根据公司与聚美优品签订的合同，公司给予其 1-2 个月的信用期，11 月、12 月一般为线上活动的旺季，公司 11 月、12 月对其销售额较大，导致 2016 年末应收款余额较大；③2017 年 1-6 月，经销商客户回款情况较好。

总体来看，报告期末应收账款前五名客户均与公司合作多年，报告期内未发生过坏账损失。

（4）预付款项

报告期内各期末，预付款项余额的明细情况如下：

项 目	2017.6.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	账面价值 (万元)	比例 (%)	账面价值 (万元)	比例 (%)	账面价值 (万元)	比例 (%)	账面价值 (万元)	比例 (%)
1 年以内	1,575.41	99.40	1,302.76	98.33	1,524.41	99.23	753.48	97.48
1-2 年	9.49	0.60	10.15	0.77	11.40	0.74	12.63	1.63
2-3 年	-	-	11.40	0.86	0.48	0.03	6.82	0.89
3 年以上	-	-	0.48	0.04	-	-	-	-
合计	1,584.90	100.00	1,324.80	100.00	1,536.29	100.00	772.93	100.00

报告期内各期末，公司预付款项账龄基本在一年以内，预付款项质量较好。

2015 年末余额较 2014 年末增加，主要原因系 2015 年末预付采购货款、房租和广告代言费等增加。

截至报告期末，公司预付款项主要情况如下：

序号	单位名称	金额(万元)	账龄	占比(%)	内容
1	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	461.27	1 年以内	29.10	预付费用
2	SISTERS AND MOM LTD.,	417.00	1 年以内	26.31	预付代言费
3	重庆京东海嘉电子商务有限公司	150.85	1 年以内	9.52	预付费用
4	杭州驴妈妈国际旅行社有限公司	143.66	1 年以内	9.06	预付费用
5	浙江丽晶商业经营管理有限公司	131.67	1 年以内	8.31	预付租金
合 计		1,304.44	-	82.30	-

(5) 其他应收款

报告期内各期末，公司其他应收款账面价值分别为 21,587.29 万元、1,312.89 万元、1,007.65 万元和 960.89 万元。

其中，2014 年 12 月 31 日其他应收款余额较大，主要系应收珀宇实业委托借款本金及利息计 12,174.62 万元和应收珀轩投资委托借款本金及利息 9,961.05 万元所致；2015 年，珀宇实业、珀轩投资归还上述借款本金及利息，因此，其他应收款余额恢复到正常水平。委托借款相关事项详见本《招股意向书》“第七节同业竞争与关联交易之‘三、关联方与关联交易’之‘(二)关联交易’之‘2. 偶发性关联交易’之‘(1) 委托贷款’”。

截至报告期末，其他应收款前 5 名情况如下：

序号	单位名称	金额(万元)	账龄	占例(%)	内容
1	浙江广播电视传媒集团有限公司	340.00	[注 1]	28.39	押金保证金
2	重庆京东海嘉电子商务有限公司	100.00	1 年以内	8.35	押金保证金
3	支付宝(中国)网络技术有限公司	81.62	[注 2]	6.82	押金保证金
4	上海智度亦复信息技术有限公司	70.00	1 年以内	5.85	押金保证金
5	上海东方海外凯旋房地产有限公司	54.33	1 年以内	4.54	押金保证金
小 计		645.95	-	53.95	-

注 1：1 年以内 300.00 万元，1-2 年 35.00 万元，3 年以上 5.00 万元。

注 2：1 年以内 6.74 万元，1-2 年 15.17 万元，3 年以上 59.70 万元。

(6) 存货

①报告期内各期末，公司存货构成如下：

项 目	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31

	账面价值 (万元)	比例 (%)	账面价值 (万元)	比例 (%)	账面价值 (万元)	比例 (%)	账面价值 (万元)	比例 (%)
原材料	3,430.21	16.61	4,585.73	21.63	4,791.02	26.68	3,898.65	22.71
在产品	379.24	1.84	663.50	3.13	772.44	4.30	615.48	3.59
库存商品	16,392.14	79.38	15,658.49	73.84	12,180.55	67.83	12,467.00	72.62
低值易耗品	449.09	2.17	297.23	1.40	213.74	1.19	186.03	1.08
合 计	20,650.68	100.00	21,204.95	100.00	17,957.75	100.00	17,167.16	100.00

报告期内，由于公司产品生产周期较短，因此存货构成中在产品相对较少，主要为原材料和库存商品。

②报告期内，公司存货跌价准备的计提情况如下：

项 目	2017.6.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	计提余额 (万元)	计提比例 (%)	计提余额 (万元)	计提比例 (%)	计提余额 (万元)	计提比例 (%)	计提余额 (万元)	计提比例 (%)
原材料	742.01	17.78	664.28	12.65	451.05	8.60	447.18	10.29
在产品	171.57	31.15	96.00	12.64	30.37	3.78	22.50	3.53
库存商品	1,033.23	5.93	1,129.96	6.73	291.09	2.33	189.98	1.50
低值易耗品	18.85	4.03	141.64	32.27	-	-	-	-
合 计	1,965.66	8.69	2,031.88	8.74	772.51	4.12	659.66	3.70

报告期内，公司对部分无法继续销售的库存商品、部分无法使用的原材料和部分不再继续生产的在产品计提了存货跌价准备。报告期内，公司存货跌价准备的计提比例分别为 3.70%、4.12%、8.74%和 8.69%。报告期内，公司存货跌价准备计提比例略有提高，主要系受宏观经济增速放缓影响，公司的存货周转速度下降，部分产品由于更新换代等原因出现滞销。

③报告期各期末各类存货账面余额库龄及保质期情况

报告期内，发行人存货主要由原料、包装物、在产品、库存商品、低值易耗品和外购赠品构成，具体说明如下：

A、报告内各期，原料主要包括保湿剂、活性物、油酯蜡等，保质期以 1-4 年为主。原料库龄及跌价准备情况见下：

单位：万元

原料	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计

2017年6月30日	账面价值	755.73	188.46	93.12	166.05	1,203.37
	跌价准备	-	-	-	166.05	166.05
2016年12月31日	账面价值	1,075.35	55.56	60.60	147.95	1,339.46
	跌价准备	22.04	-	-	10.43	32.47
2015年12月31日	账面价值	858.16	84.56	26.66	142.24	1,111.62
	跌价准备	-	-	-	-	-
2014年12月31日	账面价值	676.35	68.01	265.70	-	1,010.07
	跌价准备	-	-	-	-	-

报告期内，发行人原料库龄主要集中在1年以内，发行人已对下线产品的原料或后续继续使用可能性较小的原料全额计提跌价准备。

B、报告期内，包装物主要包括玻璃瓶、盖子、彩盒等。包装物库龄及跌价准备情况见下：

单位：万元

包装物		1年以内	1-2年	2-3年	3年以上	合计
2017年6月30日	账面价值	1,860.12	526.30	202.86	379.57	2,968.85
	跌价准备	42.63	67.08	86.68	379.57	575.96
2016年12月31日	账面价值	2,379.34	601.48	331.35	598.37	3,910.54
	跌价准备	28.05	1.01	4.37	598.37	631.81
2015年12月31日	账面价值	2,932.22	403.44	343.79	451.01	4,130.45
	跌价准备	-	-	0.04	451.01	451.05
2014年12月31日	账面价值	2,141.63	710.37	140.21	343.56	3,335.77
	跌价准备	55.25	19.74	18.79	343.56	437.34

报告期内，发行人包装物库龄主要集中在1年以内。报告期内各期末发行人的包装物大部分属于未下线的产品包装物，仍可继续使用。发行人对已下线产品包装物全额计提了跌价准备。

C、报告期内，在产品主要包括膏体、尚未最终包装完成的产成品，保质期以1-4年为主。在产品库龄及跌价准备情况见下：

单位：万元

在产品		1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
2017 年 6 月 30 日	账面价值	246.66	145.58	57.35	101.22	550.82
	跌价准备	31.22	22.26	16.87	101.22	171.57
2016 年 12 月 31 日	账面价值	522.15	96.47	91.04	49.84	759.50
	跌价准备	46.16	-	-	49.84	96.00
2015 年 12 月 31 日	账面价值	601.98	117.46	69.26	14.10	802.80
	跌价准备	8.59	6.39	1.29	14.10	30.37
2014 年 12 月 31 日	账面价值	493.10	125.95	15.12	3.82	637.98
	跌价准备	8.19	-	1.98	3.82	13.99

报告期内，发行人在产品库龄主要集中在 1 年以内。发行人 3 年以上的在产品已临近保质期，故发行人已全额计提跌价准备。

D、报告期内，库存商品包括护肤和彩妆两大类，发行人主要护肤类产品保质期多为 4 年，彩妆类产品保质期多为 3 年。库存商品库龄及跌价准备情况见下：

单位：万元

库存商品		1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
2017 年 6 月 30 日	账面价值	13,903.15	1,256.06	500.23	550.66	16,210.09
	跌价准备	168.47	9.43	224.30	550.66	952.86
2016 年 12 月 31 日	账面价值	12,977.22	1,162.97	753.93	381.54	15,275.65
	跌价准备	472.46	79.02	149.23	377.12	1,077.83
2015 年 12 月 31 日	账面价值	9,432.34	1,606.27	448.16	107.57	11,594.34
	跌价准备	118.46	40.58	24.48	107.57	291.09
2014 年 12 月 31 日	账面价值	10,162.53	1,233.62	232.73	39.90	11,668.78
	跌价准备	114.81	31.49	14.56	39.90	200.75

报告期内，发行人库存商品库龄主要集中在 1 年以内。1-3 年库龄的护肤品保质期均在 1 年以上，后续销售可能性较高，故未对该部分仍可正常销售的护肤品计提减值准备；对于 2-3 年中彩妆类产品考虑距离保质期已在 1 年以内，已全额计提减值准备；对 3 年以上的库存商品考虑已临近保质期，发行人全额计提跌价准备。

E、报告期内，低值易耗品、外购赠品较为分散且金额较小，大多无有效期限制。发行人主要根据其账龄、是否继续销售以及配套产品是否下线为依据计提跌价准备。发行人该部分存货库龄及跌价准备情况如下：

单位：万元

低值易耗品		1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
2017 年 6 月 30 日	账面价值	375.69	47.19	34.24	10.82	467.95
	跌价准备	-	7.31	0.72	10.82	18.85
2016 年 12 月 31 日	账面价值	262.40	59.01	50.96	66.50	438.87
	跌价准备	10.43	-	-	66.50	76.93
2015 年 12 月 31 日	账面价值	78.63	67.69	67.42	-	213.74
	跌价准备	-	-	-	-	-
2014 年 12 月 31 日	账面价值	75.31	80.87	22.27	7.58	186.03
	跌价准备	-	-	-	7.58	7.58

单位：万元

外购赠品		1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
2017 年 6 月 30 日	账面价值	921.06	214.26	58.97	20.98	1,215.27
	跌价准备	2.56	29.69	27.14	20.98	80.37
2016 年 12 月 31 日	账面价值	928.06	267.46	211.20	106.08	1,512.80
	跌价准备	2.64	0.96	7.16	106.08	116.84
2015 年 12 月 31 日	账面价值	515.57	221.10	140.64	-	877.31
	跌价准备	-	-	-	-	-
2014 年 12 月 31 日	账面价值	671.83	273.77	42.59	-	988.20
	跌价准备	-	-	-	-	-

报告期内，发行人低值易耗品、外购赠品库龄主要集中在 1 年以内。发行人已对 3 年以上的低值易耗品、外购赠品全额计提了跌价准备。

④发行人与同行业可比公司存货跌价说明

发行人遵循存货成本与可变现净值孰低法计量，根据个别认定原则，结合实际经营情况，对临近保质期（临近保质期确定为离到期日 1 年以内）库存商品、

市场上已下线、残次品、有质量问题等原因无法使用或销售的存货按照账面成本全额计提存货跌价准备。

对比同行业可比公司存货跌价准备计提政策，发行人与同行业可比公司存货跌价准备计提政策和方法基本相同。

报告期内公司与同行业可比公司存货跌价计提情况见下：

单位：万元

指标			上海家化	L'OCCITANE	拉芳家化	丸美股份	发行人
存货跌价及占存货余额比例	2017.6.30	账面余额	63,687.89	-	24,610.43	-	22,616.35
		跌价准备	2,142.57	-	-	-	1,965.66
		计提比例	3.36%	-	-	-	8.69%
	2016.12.31	账面余额	60,862.33	16,784.40	23,840.68	10,728.14	23,236.83
		跌价准备	1,492.60	1,188.00	-	-	2,031.88
		计提比例	2.45%	7.08%	-	-	8.74%
	2015.12.31	账面余额	69,554.92	14,896.70	20,213.47	11,619.43	18,730.25
		跌价准备	1,844.10	1,197.30	-	-	772.51
		计提比例	2.65%	8.04%	-	-	4.12%
	2014.12.31	账面余额	53,703.44	17,556.60	19,982.83	7,482.01	17,826.82
		跌价准备	1,258.61	1,561.90	-	-	659.66
		计提比例	2.34%	8.90%	-	-	3.70%
存货周转率	2017 年 1-6 月	次/年	2.60	-	-	-	2.98
	2016 年度	次/年	3.24	1.39	1.94	3.50	3.15
	2015 年度	次/年	3.97	1.49	2.16	3.91	3.39
	2014 年度	次/年	4.24	1.39	2.40	3.38	3.30

经核查，保荐机构、申报会计师认为，报告期内各期末，发行人计提的存货跌价准备是充分的。

(7) 其他流动资产

报告期内各期末，公司其他流动资产构成如下：

项 目	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31

	账面余额 (万元)	比例 (%)	账面余额 (万元)	比例 (%)	账面余额 (万元)	比例 (%)	账面余额 (万元)	比例 (%)
预缴所得税	221.71	7.29	381.25	3.79	339.71	74.51	1,088.29	88.25
待抵扣消费税	69.84	2.30	104.59	1.04	107.61	23.60	144.83	11.75
待抵扣增值税	749.80	24.65	584.28	5.80	8.62	1.89	-	-
理财产品	2,000.00	65.76	9,000.00	89.37	-	-	-	-
合 计	3,041.35	100.00	10,070.12	100.00	455.95	100.00	1,233.12	100.00

2014 年期末余额较大主要原因系子公司珀莱雅贸易 2014 年底预缴较多的企业所得税。2016 年期末其他流动资产期末余额较大，系公司购买保本理财产品，期末本金为 9,000.00 万元，占期末其他流动资产总额的 89.37%。2017 年 6 月末其他流动资产余额较 2016 年末下降较多，主要系公司赎回理财产品所致。

2、非流动资产

报告期内各期末，公司非流动资产情况如下：

项 目	2017.6.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
固定资产	26,563.53	32.28	27,686.12	35.66	29,548.32	41.39	30,211.66	41.99
在建工程	13,082.44	15.90	6,605.85	8.51	2,380.04	3.33	1,422.16	1.98
无形资产	34,506.78	41.93	35,040.37	45.13	35,873.26	50.25	36,702.75	51.01
长期待摊费用	3,212.41	3.90	3,995.69	5.15	1,331.97	1.87	1,781.73	2.48
递延所得税资产	4,924.18	5.98	4,320.30	5.56	2,259.77	3.17	1,409.96	1.96
其他非流动资产	-	-	-	-	-	-	425.00	0.59
合 计	82,289.35	100.00	77,648.32	100.00	71,393.35	100.00	71,953.26	100.00

(1) 固定资产

公司固定资产主要包括房屋建筑物、通用设备、专用设备及运输工具。截至报告期末，公司固定资产整体财务成新率为 68.36%，运行状况良好，具体如下：

项目	原值 (万元)	累计折旧 (万元)	减值准备 (万元)	账面价值 (万元)	财务成新率 (%)
房屋及建筑物	23,902.00	4,492.03	-	19,409.97	81.21
通用设备	1,959.18	1,184.38	-	774.80	39.55
专用设备	11,811.08	5,847.07	76.34	5,887.67	49.85

项目	原值 (万元)	累计折旧 (万元)	减值准备 (万元)	账面价值 (万元)	财务成新率 (%)
运输工具	1,186.43	695.34	-	491.09	41.39
合计	38,858.70	12,218.82	76.34	26,563.53	68.36

截至报告期末，固定资产中有账面价值 17,705.38 万元的房屋及建筑物设定抵押担保。

报告期末，公司对部分闲置资产计提的减值准备计 76.34 万元，占期末固定资产账面价值的 0.29%，金额较小，发行人整体资产状况良好。

(2) 在建工程

截至报告期末，公司在建工程账面余额 13,082.44 万元，主要为珀莱雅大厦项目的在建工程，该项目已于 2015 年 9 月 9 日取得编号为 330106201509090101 的建筑工程施工许可证，并已正式开工。报告期内各期末在建工程逐年增加，主要原因系珀莱雅大厦开工建设后，投入逐渐增加。

截至报告期末，公司因建造珀莱雅大厦借款产生资本化利息金额为 49.23 万元。

(3) 无形资产

报告期内各期末，发行人的无形资产构成具体如下：

项 目	2017.6.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
土地使用权	37,592.37	95.56	37,592.37	95.75	37,592.37	96.72	37,592.37	97.50
办公软件	1,651.92	4.20	1,572.85	4.01	1,178.36	3.03	867.78	2.25
专利权	42.00	0.11	42.00	0.11	42.00	0.11	42.00	0.11
非专利技术	53.26	0.14	53.26	0.14	53.26	0.14	53.26	0.14
账面原值合计	39,339.55	100.00	39,260.48	100.00	38,865.99	100.00	38,555.42	100.00
土地使用权	3,666.63	75.87	3,205.52	75.96	2,283.31	76.30	1,361.09	73.47
办公软件	1,075.93	22.26	928.74	22.01	632.30	21.13	423.17	22.84
专利权	38.50	0.80	34.30	0.81	51.22	1.71	17.50	0.94
非专利技术	51.71	1.07	51.55	1.22	25.90	0.87	50.90	2.75
累计摊销合计	4,832.78	100.00	4,220.12	100.00	2,992.73	100.00	1,852.66	100.00
土地使用权	33,925.74	98.32	34,386.85	98.13	35,309.06	98.43	36,231.28	98.72

项 目	2017.6.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
办公软件	575.99	1.67	644.10	1.84	546.06	1.52	444.61	1.21
专利权	3.50	0.01	7.70	0.02	2.04	0.01	2.36	0.01
非专利技术	1.55	0.00	1.71	0.00	16.10	0.04	24.50	0.07
账面价值合计	34,506.78	100.00	35,040.37	100.00	35,873.26	100.00	36,702.75	100.00

报告期内各期末，发行人的无形资产构成主要为土地使用权、办公软件等，其中土地使用权为湖州分公司生产用地以及珀莱雅大厦建设用地等，办公软件主要为发行人生产办公所需要的软件，如 SAP 财务系统软件等。

截至报告期末，无形资产中有账面价值 32,277.45 万元的土地使用权用于发行人及子公司借款抵押担保。

（4）长期待摊费用

报告期内各期末，发行人长期待摊费用的构成具体如下：

项 目	2017.6.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
车库使用费	106.12	3.30	115.77	2.90	135.06	10.14	154.36	8.66
代言费	1,382.52	43.04	2,262.35	56.62	128.62	9.66	770.88	43.27
装修费	1,322.92	41.18	1,004.90	25.15	1,068.29	80.20	856.49	48.07
租赁及物业费	375.83	11.70	580.83	14.54	-	-	-	-
模具费	25.02	0.78	31.84	0.80	-	-	-	-
合 计	3,212.41	100.00	3,995.69	100.00	1,331.97	100.00	1,781.73	100.00

报告期内各期末，发行人长期待摊费用中的代言费项目下余额波动较大的主要原因系 2014 年发行人签约徐熙媛、佟丽娅和李多海等作为公司产品的形象代言人，代言期限 18 个月至 24 个月不等，发行人根据合同约定向其一次性支付了全部代言费，该部分代言人费用摊销至 2015 年末，已大部分摊销完毕或即将摊销完毕，故 2015 年末，长期待摊费用-代言费项目下余额较小。2016 上半年，发行人新签约宋仲基、郑爽等作为品牌代言人，发行人按照合同一次性支付了代言期限内的代言费，故 2016 年底长期待摊费用-代言费项目下余额较大。因代言尚

未到期，2017 年 1-6 月对 2016 年支付的代言费用进行了摊销，故 2017 年 6 月底代言费余额下降较多。

2016 年末新增租赁及物业费余额主要系 2016 年度公司推出悦芙媿品牌，该品牌以开立直营店的方式进行销售，直营店均系租赁房屋，发行人按照合同约定支付超过 1 年的房租费及物业费。装修费 2017 年 6 月末余额增加较多，主要系悦芙媿品牌拓展市场新开直营店发生的装修费。

（5）递延所得税资产

报告期内各期末，公司递延所得税资产金额分别为 1,409.96 万元、2,259.77 万元、4,320.30 万元和 4,924.18 万元，递延所得税资产系公司按照会计政策规定计提坏账准备、存货跌价准备、预计退货损失、抵消内部交易未实现利润、与资产相关的政府补助等导致的会计与税法规定之间形成的可抵扣暂时性差异所致。2016 年末递延所得税资产较 2015 年末增长较多，主要原因系子公司珀莱雅贸易和悦芙媿（杭州）等新增可抵扣亏损计提递延所得税资产增加。

（二）资产减值准备计提情况

1、报告期内，公司资产减值损失为计提的坏账准备、存货跌价准备和固定资产减值准备，计提情况如下：

单位：万元

项 目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
坏账准备	-244.82	19.56	-598.62	1,319.62
其中：应收账款	-300.55	122.91	287.63	180.61
其他应收款	55.73	-103.35	-886.25	1,139.01
存货跌价准备	898.05	1,434.34	299.70	518.32
固定资产减值准备	-	-	-	76.34
合 计	653.24	1,453.90	-298.92	1,914.28

除上述减值准备外，公司未计提其他减值准备。

（1）坏账准备

报告期内，公司的坏账准备计提政策详见本《招股意向书》“第十节财务会计信息”之“四、发行人采用的重要会计政策和会计估计”。

报告期内，公司应收账款计提的坏账准备逐年增加主要系公司应收账款余额逐年增加所致。应收账款余额逐年增加的原因分析详见本节“一、财务状况分析”之“（一）资产状况”之“1、流动资产”之“（3）应收账款”。

2014 年度其他应收款计提较多的坏账准备，主要原因系 2014 年 12 月 31 日其他应收款余额中包含应收珀宇实业委托借款及利息计 12,174.62 万元和应收珀轩投资委托借款及利息 9,961.05 万元，该些应收款项按账龄分析法计提坏账准备，因此坏账准备余额较大。2015 年，珀宇实业、珀轩投资归还上述借款及利息，冲回原计提的坏账准备，其他应收款余额恢复到正常水平。因此，导致 2015 年资产减值损失低于其他年份。

（2）存货跌价准备

报告期内，公司对部分无法继续销售的库存商品、部分无法使用的原材料和部分不再继续生产的在产品计提了存货跌价准备。

（3）固定资产减值准备

报告期内，公司对部分闲置资产计提的减值准备计 76.34 万元。

2、同行业公司比较

同行业已上市公司中上海家化（SH600315）、L'OCCITANE（HK00973）、拉芳家化（SH603630）的主要业务与公司相似，其主要从事化妆品和日用化学品的开发、生产和销售；已预披露的拟上市公司丸美股份主要从事各类型护肤品的研发、设计、生产、销售及服务。

（1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项的确认标准

项目	上海家化	拉芳家化	丸美股份	发行人
单项金额重大的判断依据或金额标准	应收款项余额前五名。	应收款项余额前五名或占应收款项余额 10% 以上的款项。	单个法人主体、自然人欠款余额超过人民币 100 万元。	金额占应收款项账面余额 10% 以上的款项。

单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	公司年末对于单项金额重大的应收款项单独进行减值测试。如有客观证据表明其发生了减值的,根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额,确认减值损失,计提坏账准备;经单独测试未发生减值的,以账龄为信用风险特征根据账龄分析法计提坏账准备。	当存在客观证据表明公司将无法按应收款项的原有条款收回所有款项时,根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额,单独进行减值测试,计提坏账准备。单独进行减值测试未发生减值且与相同账龄的应收款项具有类似信用风险特征的,参照信用风险组合以账龄分析法计提坏账准备。	单独进行减值测试,如有客观证据表明其已发生减值,根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额,确认减值损失,计提坏账准备。	单独进行减值测试,根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

注: L'OCCITANE 未披露单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项的确认标准。

发行人对于单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项的确认标准与同行业公司不存在实质差异。

(2) 账龄分析法计提坏账准备计提比例

上海家化、L'OCCITANE、拉芳家化、丸美股份及发行人按账龄分析法计提坏账准备的具体比例如下:

项目	上海家化[注 1]	L'OCCITANE [注 2]	拉芳家化	丸美股份	平均	发行人
1 年以内	5%、0.5%	-	5%	5%	5.00%	5%
1-2 年	30%	-	30%	20%	26.67%	30%
2-3 年	60%	-	50%	40%	50.00%	50%
3-4 年	100%	-	100%	60%	86.67%	100%
4-5 年	100%	-	100%	80%	93.33%	100%
5 年以上	100%	-	100%	100%	100.00%	100%

数据来源: 东方财富网、上市公司年度报告。拉芳家化、丸美股份数据来源于其《招股意向书》。

注 1: 上海家化 1 年以内应收账款计提比例为 5%, 1 年以内其他应收款计提比例为 0.5%。

注 2: L'OCCITANE 未按账龄分析计提坏账准备, 其坏账准备的计提标准为: 损失金额按照该资产的账面金额与该财务资产按原来实际利率贴现后的预计未来现金流(不包含尚未发生的未来信息损失)的现值之间的差额进行计量。

发行人应收款项的坏账准备计提政策与同行业公司的不存在实质差异。

报告期内, 公司的资产质量良好, 资产结构符合行业特点, 且制定了较为稳健的会计政策和会计估计, 各项资产减值准备计提充分, 未来不会发生因资产的突发减值而影响持续经营能力的情况。

(三) 负债结构

报告期内各期末，公司的负债结构如下：

项 目	2017.6.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
流动负债	91,345.06	93.43	89,107.07	94.62	91,995.92	94.82	108,982.62	96.51
其中：短期借款	46,334.73	47.39	44,153.93	46.89	44,300.00	45.66	28,900.00	25.59
应付票据	789.00	0.81	4,671.03	4.96	2,400.22	2.47	1,017.00	0.90
应付账款	24,041.84	24.59	19,494.60	20.70	21,208.28	21.86	17,710.60	15.68
预收款项	7,840.70	8.02	6,246.46	6.63	9,318.50	9.60	10,480.20	9.28
应付职工薪酬	3,628.75	3.71	3,675.37	3.90	3,271.06	3.37	4,252.29	3.77
应交税费	3,320.78	3.40	5,327.63	5.66	6,207.80	6.40	3,582.06	3.17
应付利息	63.19	0.06	60.33	0.06	67.35	0.07	52.16	0.05
应付股利	-	-	-	-	-	-	36,000.00	31.88
其他应付款	5,326.08	5.45	5,477.70	5.82	5,222.70	5.38	6,988.31	6.19
非流动负债	6,420.05	6.57	5,064.81	5.38	5,026.64	5.18	3,944.27	3.49
其中：长期借款	1,259.78	1.29	-	-	-	-	-	-
预计负债	2,701.48	2.76	2,911.20	3.09	2,863.86	2.95	-	-
递延收益	2,458.80	2.52	2,153.61	2.29	2,162.78	2.23	3,944.27	3.49
负债合计	97,765.11	100.00	94,171.88	100.00	97,022.56	100.00	112,926.88	100.00

报告期内各期末，公司主要负债情况如下：

1、短期借款

单位：万元

项 目	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
短期借款	46,334.73	44,153.93	44,300.00	28,900.00
合 计	46,334.73	44,153.93	44,300.00	28,900.00

随着公司业务规模的扩大，公司业务需要更多的资金支持，因此，报告期末短期借款余额较报告期初增长幅度较大。

2、应付票据

单位：万元

项 目	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31

银行承兑汇票	789.00	4,671.03	2,400.22	1,017.00
合 计	789.00	4,671.03	2,400.22	1,017.00

2014 年—2016 年，公司的应付票据余额逐年增加主要原因系公司因业务需要开立的银行承兑汇票逐年增加所致。2017 年 6 月末，公司的应付票据余额下降，主要系 2016 年末开出的银行承兑汇票已到期，公司新开出的银行承兑汇票减少。

3、应付账款

报告期内各期末，发行人的应付账款具体构成如下：

项 目	2017.6.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
货款	15,769.20	65.59	14,882.38	76.34	16,989.44	80.11	12,146.87	68.59
应付款项	4,882.30	20.31	4,173.02	21.41	3,648.54	17.20	3,822.00	21.58
设备工程款	3,390.34	14.10	439.20	2.25	570.30	2.69	1,741.73	9.83
合 计	24,041.84	100.00	19,494.60	100.00	21,208.28	100.00	17,710.60	100.00

报告期内各期末，公司应付账款余额分别为 17,710.60 万元、21,208.28 万元、19,494.60 万元和 24,041.84 万元。公司应付账款主要为应付各供应商的货款和费用结算款。2017 年 6 月末余额较 2016 年末增加，主要系发行人珀莱雅大厦本期完工的工程量较多，部分工程款尚未支付。

截至报告期末，公司无应付直接持有公司 5%以上(含 5%)表决权股份的股东单位款项。

4、预收款项

报告期内各期末，发行人的预收账款具体构成如下：

项 目	2017.6.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
预收货款	3,348.20	42.70	3,201.69	51.26	4,630.33	49.69	3,334.00	31.81
预提返利及补贴	4,492.50	57.30	3,044.77	48.74	4,688.17	50.31	7,146.20	68.19
合 计	7,840.70	100.00	6,246.46	100.00	9,318.50	100.00	10,480.20	100.00

报告期内各期末，公司预收账款余额分别为 10,480.20 万元、9,318.50 万元、6,246.46 万元和 7,840.70 万元，主要为经销商客户预先支付的货款和预提的返利及补贴。报告期内各期末，预收账款余额逐年减少，主要原因系各期末预提年度返利及订货会返利减少。

5、应付职工薪酬

报告期内各期末，应付职工薪酬余额如下：

单位：万元

项 目	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
应付职工薪酬	3,628.75	3,675.37	3,271.06	4,252.29
合 计	3,628.75	3,675.37	3,271.06	4,252.29

报告期内各期末，公司应付职工薪酬主要为预提的将于下一会计期间支付的工资及奖金、社会保险费等以及累积计提未使用的职工教育经费。

截至报告期末，公司无拖欠性质的职工薪酬。

6、应交税费

报告期内各期末，应交税费明细如下：

单位：万元

项 目	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
应交税费	3,320.78	5,327.63	6,207.80	3,582.06
合 计	3,320.78	5,327.63	6,207.80	3,582.06

报告期内各期末，公司应交税费主要为应交的增值税、企业所得税和城市维护建设税等。2015 年末，应交税费余额较大，主要原因系（1）随着公司业务的不不断扩大，期末应计提的增值税、企业所得税和城市维护建设税的余额不断增大（2）发行人利润分配代扣代缴个人所得税 1,960 万元于 2016 年缴纳。

2017 年 6 月末较 2016 年末应交税费余额下降主要系：（1）2016 年期末应交增值税余额中包含经税务局批准缓交的 2016 年 11 月份的应交增值税 645.67 万元；（2）因发行人 2016 年“双 12 天”猫旗舰店及对大型 B2C 平台客户 12 月销售收入高于 2017 年 6 月销售收入，故 2017 年 6 月应交增值税低于 2016 年 12 月应交增值税；（3）受“双 11”、“双 12”等电子商务渠道促销活动影响，2016 年四季度，发行人销售额较大，利润较高，故 2016 年末应交所得税余额较高。

7、应付股利

单位：万元

项 目	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
应付普通股股利	-	-	-	36,000.00
合 计	-	-	-	36,000.00

根据 2014 年 8 月 27 日公司 2014 年第三次临时股东大会决议，公司向全体股东分派现金股利 36,000 万元（含税）。

8、其他应付款

截至报告期末，其他应付款明细如下：

项 目	期末余额（万元）	占比（%）
押金保证金	5,109.38	95.93
其他	216.70	4.07
合计	5,326.08	100.00

报告期期末，其他应付款主要为公司经销商客户或合作伙伴按照合同约定缴纳的各项保证金。

9、长期借款

截至报告期末，公司长期借款余额为 1,259.78 万元，长期借款余额均系为建设珀莱雅大厦而借入的银行借款。

10、预计负债

截至报告期末，公司预计负债余额为 2,701.48 万元，主要为公司计提的销售退回损失。

11、递延收益

报告期内各期末，公司递延收益余额分别为 3,944.27 万元、2,162.78 万元、2,153.61 万元和 2,458.80 万元。2014 年末余额较大主要原因系 2014 年末尚未兑换的会员积分较多。

（四）所有者权益分析

1、股本

报告期内各期末，发行人股本总额情况如下：

项 目	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
股本总额（万元）	15,000.00	15,000.00	15,000.00	9,000.00

2015 年末股本总额较 2014 年末增加，主要原因系 2014 年度发行人以资本公积转增资本的方式增加注册资本 6,000.00 万元。

2、资本公积

报告期内各期末，发行人资本公积情况如下：

项 目	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
股本溢价（万元）	13,368.44	13,368.44	13,368.44	14,265.48

3、盈余公积

报告期内各期末，发行人盈余公积情况如下：

项 目	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
盈余公积（万元）	2,892.60	2,892.60	1,040.75	93.58

报告期内各期，发行人盈余公积变动主要系发行人根据当期经营累积计提盈余公积的影响。

4、未分配利润

报告期内各期末，发行人未分配利润情况如下：

项 目	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
未分配利润（万元）	33,700.44	24,801.67	11,291.24	2,837.53

报告期内各期，发行人未分配利润变动主要系发行人当期经营累积的影响。

（五）偿债能力分析

1、本公司偿债能力分析

报告期内，公司偿债能力的主要财务指标如下：

财务指标	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31

流动比率（倍）	0.88	0.81	0.72	0.62
速动比率（倍）	0.60	0.45	0.50	0.44
母公司资产负债率（%）	46.69	53.12	61.98	75.29
财务指标	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
息税折旧摊销前利润（万元）	13,666.03	23,332.52	21,627.77	22,767.61
利息保障倍数（倍）	11.59	9.35	8.06	14.37

（1）报告期内各期末，公司流动比率分别为 0.62、0.72、0.81 和 0.88；速动比率分别为 0.44、0.50、0.45 和 0.60。

报告期内，随着公司经营积累的不断增长，公司的流动比率逐年提高，公司的短期偿债能力不断增强。

（2）报告期内各期末，公司资产负债率（母公司）分别为 75.29%、61.98%、53.12%和 46.69%，总体来看，公司资产负债率较高，偿债能力有待提高；同时随着公司经营积累的不断增长，公司的资产负债率（母公司）不断降低，公司的短期偿债能力不断增强。2014 年期末资产负债率较高主要原因系 2014 年度末存在未支付的普通股股利 36,000.00 万元。

（3）报告期内各期，公司息税折旧摊销前利润分别为 22,767.61 万元、21,627.77 万元、23,332.52 万元和 13,666.03 万元；利息保障倍数分别为 14.37 倍、8.06 倍、9.35 倍和 11.59 倍；公司盈利能力较强，能满足公司持续筹措资金支付利息和偿还债务的需要。

2、同行业可比公司偿债能力比较

同行业可比公司偿债能力比较如下：

主要财务指标		上海家化	L'OCCITAN E	拉芳家化	丸美股份	平均	发行人
流动比率	2017.6.30	2.74	-	-	-	2.74	0.88
	2016.12.31	2.90	3.57	3.77	1.72	2.99	0.81
	2015.12.31	3.33	3.50	4.42	1.56	3.20	0.72
	2014.12.31	2.69	3.55	3.33	1.42	2.75	0.62
速动比率	2017.6.30	2.43	-	-	-	2.43	0.60
	2016.12.31	2.58	2.91	2.72	1.56	2.44	0.45
	2015.12.31	3.01	2.57	3.23	1.39	2.55	0.50
	2014.12.31	2.36	2.48	2.28	1.29	2.10	0.44

主要财务指标		上海家化	L'OCCITANE	拉芳家化	丸美股份	平均	发行人
母 公 司 资 产 负 债 率 (%)	2017.6.30	23.09	-	-	-	23.09	46.69
	2016.12.31	19.52	25.98	28.37	22.80	24.17	53.12
	2015.12.31	25.32	28.00	26.72	25.97	26.50	61.98
	2014.12.31	26.03	28.87	30.66	33.88	29.86	75.29

数据来源：东方财富网、上市公司年度报告。拉芳家化、丸美股份数据来源于其《招股意向书》。

注：L'OCCITANE财政年度起于4月1日。

报告期内公司流动比率、速动比率均低于同行业可比公司平均值，母公司资产负债率高于同行业可比公司主要原因系：①公司2013年度以3.311亿元受让位于杭州市西湖区的一处土地使用权，用于建造珀莱雅大厦，因此公司非流动资产规模较大；②公司作为非公众公司，融资渠道较为单一，主要依赖于银行借款融资，从而推高了公司的负债水平。

（六）资产周转能力分析

同行业可比公司资产周转能力比较如下：

主要财务指标		上海家化	L'OCCITANE	拉芳家化	丸美股份	平均	发行人
应 收 账 款 周 转 率 (次/年)	2017 年 1-6 月	7.90	-	-	-	7.90	27.11
	2016 年度	7.67	12.88	13.77	75.65	27.49	18.05
	2015 年度	9.05	12.55	14.96	315.34	87.98	23.59
	2014 年度	11.12	12.25	16.42	200.43	60.06	71.20
存 货 周 转 率 (次 / 年)	2017 年 1-6 月	2.60	-	-	-	2.60	2.98
	2016 年度	3.24	1.60	1.94	3.50	2.57	3.15
	2015 年度	3.97	1.49	2.16	3.91	2.88	3.39
	2014 年度	4.24	1.39	2.40	3.38	2.85	3.30

数据来源：东方财富网、上市公司年度报告。拉芳家化、丸美股份数据来源于其《招股意向书》。

注：L'OCCITANE财政年度起于4月1日。

2014 年度，发行人的应收账款周转率高于同行业可比公司平均值，2015 年度、2016 年度发行人的应收账款周转率低于同行业可比公司，主要系报告期内公司对大部分经销商采用先款后货的销售模式销售商品，在此模式下，应收账款余额相对销售收入的规模略低于同行业大部分公司。2014 年度-2016 年度，发行

人应收账款周转率逐年下降，主要系应收账款余额的增长速度高于营业收入的增长速度所致。2017 年 1-6 月，发行人应收账款周转率有所上升，主要系发行人 2017 年上半年回款情况较好，应收账款余额降低所致。

发行人的存货周转率与行业平均值基本相当，存货周转速度处于平均水平；另外，公司不断提升存货管理水平，2014-2015 年度，存货周转率逐年上升。自 2016 年度开始，受国内宏观经济增速放缓的影响，公司主营业务增长随之放缓，导致公司期末存货余额略为上升，因此，公司的存货周转速度有所下降。

二、盈利能力分析

（一）报告期内经营成果变动趋势

报告期内公司的经营成果情况如下：

项 目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度
	金额 (万元)	增长率 (%)	金额 (万元)	增长率 (%)	金额 (万元)	增长率 (%)	金额 (万元)
营业收入	83,379.11	12.54	162,337.39	-1.33	164,521.04	-5.45	174,010.18
营业利润	9,465.86	42.47	15,306.20	3.36	14,808.42	-23.08	19,251.18
利润总额	10,810.83	57.26	17,547.62	3.95	16,880.02	-12.46	19,281.94
净利润	8,898.77	54.26	15,362.30	6.87	14,374.96	-9.14	15,821.62

化妆品行业是中国对外开放最早的产业之一，企业数量众多，市场竞争激烈，外资品牌在中高端化妆品市场占据较为明显的优势，位于我国市场份额前列的中高端化妆品品牌主要来自欧美、韩国、日本。尽管外资品牌在传统化妆品领域占据优势，但由于化妆品行业整体容量大，消费者需求呈现多样性且不断变化，本土品牌依然可以基于对本土文化的深入理解和消费者心理的准确把握、通过清晰准确的定位，在某些细分领域获得长足的发展，甚至取得领先地位。在此环境下，发行人不断加大宣传力度，珀莱雅品牌的消费者认知度进一步提高。

2014 年—2016 年，受国内宏观经济增长放缓的影响，公司主营业务出现下滑；同时，由于固定成本的调整存在一定的滞后性，因此，公司营业利润的下降幅度更大。

发行人 2017 年 1-6 月销售收入较上年同期增长 9,287.61 万元，增幅为

12.54%，主要系：（1）受益于电子商务渠道的迅速发展，2017年1-6月，发行人电子商务渠道实现销售收入26,028.74万元，较上年同期增长6,593.18万元，增幅33.92%，占主营业务收入的比重由上年同期的26.27%上升至31.25%。（2）发行人2017年1-6月日化专营店、商场超市、连锁商超渠道销售收入合计较上年同期增长1,324.50万元，增幅为2.45%，主要系①发行人于2015年开始调整“优资莱”品牌销售策略，导致经销商更替较多，因此，2016年1-6月优资莱品牌的销售收入较少；2017年1-6月“优资莱”品牌的销售收入逐步恢复正常，因此2017年1-6月“优资莱”品牌日化专营店、商场超市、连锁商超渠道的销售收入较上年同期增长1,172.92万元。②为了应对日化专营店、百货、商超等传统渠道增速放缓且市场总体占比下降的整体市场环境，发行人及时调整战略，充分发挥日化专营店渠道的销售优势及“珀莱雅”品牌作为成熟品牌的作用，做深做透各类渠道。2017年1-6月，发行人“珀莱雅”品牌日化专营店的销售收入略有上升，商场超市和连锁商超渠道的销售收入略有下降，两相作用，“珀莱雅”品牌日化专营店、商场超市、连锁商超渠道与上年同期基本持平。（3）2017年1-6月，发行人“悦芙媿”品牌的销售收入较上年同期增长1,080.24万元，主要系“悦芙媿”单品牌直营店于2016年6月开设，因此2016年1-6月实现的销售收入较少。

2017年1-6月，发行人净利润同比增长3,130.10万元，增幅为54.26%，净利润的增长幅度高于营业收入的增长幅度，主要原因为：（1）销售费用中薪酬及差旅费占营业收入的比重同比略有下降，具体系①发行人“珀莱雅”品牌商超渠道的销售情况不及预期，故自2016年下半年开始，发行人主动关闭了商超渠道部分单店零售额较低的销售网点，导致商超渠道促销人员数量同比下降约320人；②2017年初开始，发行人对部分“珀莱雅”品牌商超渠道的经销商供货折扣由6.5折转为5.1折，同时相应商超渠道的促销人员改由该些经销商自行聘任，导致商超渠道促销人员数量同比下降约250人；③根据商超渠道发展情况和市场需求，为共享渠道资源，发行人自2016年下半年起对“珀莱雅”品牌的商场、超市渠道的人员进行优化整合，统一管理商超渠道，导致相应人员较上年同期平均数减少60人左右；同时因传统渠道销售额下降，部分销售员工因绩效考核不理想等原因离职较多导致销售人员有所下降，需要承担的职工薪酬及差旅费同比略

有下降。上述原因共同作用导致公司 2017 年上半年销售费用中职工薪酬较上年同期减少 1,900.00 万元左右。④发行人电子商务渠道的销售收入达 26,028.74 万元，较上年同期增长 6,593.18 万元，销售占比由上年同期的 26.27% 上升至 2017 年 1-6 月的 31.25%，电子商务渠道的销售收入增长需要新增配置的人员与日化、商超等传统渠道相比相对节约；⑤近年来，发行人不断进行组织架构优化，人员的积极性和效率有所提高，规模效应开始显现；上述④⑤共同作用，导致销售费用中人员薪酬并未随着销售收入的增长而同比例增长。（2）2017 年 1-6 月，发行人收到的政府补贴金额增加，同时对外捐赠等支出减少，导致营业外收支净额同比增加 1,114.56 万元。

（二）营业收入情况分析

1、营业收入构成

项 目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
营业收入	83,379.11	100.00	162,337.39	100.00	164,521.04	100.00	174,010.18	100.00
其中：主营业务收入	83,299.76	99.90	162,185.76	99.91	164,373.22	99.91	173,803.69	99.88
其他业务收入	79.35	0.10	151.63	0.09	147.82	0.09	206.49	0.12

（1）营业收入构成分析

报告期内各期，公司主营业务收入分别为 173,803.69 万元、164,373.22 万元、162,185.76 万元和 83,299.76 万元。公司主营业务收入占营业收入的比例分别为 99.88%、99.91%、99.91% 和 99.90%，主营业务突出。

报告期内各期，公司其他业务收入分别为 206.49 万元、147.82 万元、151.63 万元和 79.35 万元，主要为销售废旧物资收入。

（2）营业收入变动分析

报告期内，公司营业收入分别为 174,010.18 万元、164,521.04 万元、162,337.39 万元和 83,379.11 万元，2014 年—2016 年，公司的主营业务收入小幅下降，2017 年 1-6 月，公司的主营业务收入同比略有上升。公司营业收入波动的原因主要包括以下方面：

①行业发展和竞争

2015 年度中国经济总体增速放缓趋势，GDP 同比增速 6.9%，近 25 年来首度回落到 7%以下区间，未来几年内 GDP 整体预期增速在 5-7%之间。受整体经济环境影响，全国居民人均可支配收入增速略有下降，居民消费较难保持快速增长，消费更为理性，快速消费品行业整体增速有所放缓。同时行业呈现出销售量缓慢增长态势，竞争更为激烈。在激烈的竞争环境下，公司 2015 年度的营业收入较 2014 年度出现小幅下滑。

根据国家统计局统计，2016 年度国内生产总值（GDP）同比增长 6.70%，社会消费品零售总额同比增长 10.40%，增速均创下近年新低。2016 年度，在宏观经济增速放缓及竞争加剧的大环境下，消费者保持谨慎的消费态度，国内日化行业整体增速继续呈现放缓趋势。受此影响，公司的营业收入出现小幅下滑。

根据国家统计局统计，2017 年 1-6 月国内生产总值（GDP）同比增长 6.90%，社会消费品零售总额同比增长 10.40%，比上年同期加快 0.1 个百分点，其中日用品零售总额同比增长 9.0%，化妆品零售总额同比增长 11.3%（限额以上单位商品零售），全国网上零售额同比增长 33.4%，2017 年上半年，国民经济稳中向好态势更趋明显。受此影响，公司的营业收入同比略有上升。

②电子商务渠道销售蓬勃发展

根据 Euromonitor 统计，化妆品电商渠道销售额占比从 2011 年的 5.2%上升到 2016 年的 20.6%，成为继超市、百货后的第三大流通渠道。公司及时调整战略，积极开拓电子商务渠道的销售，与唯品会、京东、聚美优品等大型 B2C 平台建立合作关系进行销售；同时，公司通过在天猫商城等平台开设直营店的模式进行直销。报告期内，公司电子商务渠道的销售情况及占当期主营业务收入的比例如下：

项 目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
电子商务渠道	26,028.74	31.25	49,139.25	30.30	38,444.67	23.39	27,233.52	15.67
其中：直营销售	9,448.90	11.34	16,464.32	10.15	12,595.51	7.66	6,810.45	3.92

2、主营业务收入分部分析

(1) 按品牌分析

项 目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
珀莱雅品牌	72,932.26	87.55	142,844.05	88.07	144,652.55	88.00	142,816.99	82.17
其他品牌	10,367.50	12.45	19,341.71	11.93	19,720.67	12.00	30,986.70	17.83
合 计	83,299.76	100.00	162,185.76	100.00	164,373.22	100.00	173,803.69	100.00

报告期内，公司主要产品为珀莱雅品牌化妆品的生产和销售，其销售收入占当期主营业务收入的比例分别为 82.17%、88.00%、88.07%和 87.55%；其他品牌主要包括优资莱、悠雅、韩雅、悦芙媞等品牌系列，其中优资莱和韩雅品牌的销售收入占比相对较大，2015 年度其他品牌的销售收入较 2014 年下降 36.36%，主要原因系公司 2015 年对优资莱品牌销售策略进行了调整和整合，导致优资莱品牌销售收入下降较多；同时，公司根据优资莱品牌期后退货情况计提了预计退货冲减了部分营业收入。

2017 年 1-6 月，“珀莱雅”品牌的销售收入与上年同期相比增长 6,388.56 万元，同比增长 9.60%；主要系受益于电子商务渠道的迅速发展，2017 年 1-6 月，“珀莱雅”品牌电子商务渠道实现销售收入 23,523.80 万元，较上年同期增长 5,794.18 万元，增幅 32.68%。其他品牌的销售收入与上年同期相比增长 2,914.35 万元，同比增长 39.10%，主要系①发行人于 2015 年开始调整“优资莱”品牌销售策略，导致经销商更替较多，因此，2016 年 1-6 月优资莱品牌的销售收入较少；2017 年 1-6 月优资莱品牌的销售收入逐步恢复正常水平，因此 2017 年 1-6 月“优资莱”品牌的销售收入较上年同期增长 1,397.92 万元；②发行人创立的“悦芙媞”新品牌于 2016 年 6 月开始实现销售收入，因此 2016 年 1-6 月实现的销售收入较少，2017 年 1-6 月，发行人“悦芙媞”品牌的销售收入较上年同期增长 1,080.24 万元。

(2) 按销售模式分析

报告期内，公司采取渠道分销和直销相结合的销售模式：

销售模式	销售类型		销售渠道	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
				金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
渠道 分销	与经销商合作		日化专营店	46,230.49	55.50	93,386.59	57.58	102,738.53	62.50	116,143.27	66.82
			商场超市	8,524.17	10.23	16,395.62	10.11	21,308.88	12.96	28,867.48	16.61
			电子商务	5,009.77	6.01	8,848.40	5.46	7,658.14	4.66	8,069.52	4.64
			小 计	59,764.43	71.75	118,630.61	73.14	131,705.55	80.13	153,080.28	88.08
	大型 B2C 平台		京东、聚美优品、唯品会等	11,570.07	13.89	23,826.53	14.69	18,191.02	11.07	12,353.55	7.11
	与连锁商超合作		沃尔玛、屈臣氏等	558.71	0.67	1,817.23	1.12	983.00	0.60	1,100.30	0.63
	其他		电视购物、悦芙媿单品牌加盟店及其他	917.31	1.10	897.18	0.55	789.34	0.48	290.87	0.17
	小 计			72,810.52	87.41	145,171.55	89.51	151,668.91	92.27	166,825.01	95.98
直销 模式	电子商务	天猫旗舰店、淘宝直营店等	9,448.90	11.34	16,464.32	10.15	12,595.51	7.66	6,810.45	3.92	
	直营店	悦芙媿单品牌直营店等	913.93	1.10	357.33	0.22	-	-	-	-	
	其他	其他零星销售	126.40	0.15	192.56	0.12	108.80	0.07	168.24	0.10	
	小 计		10,489.23	12.59	17,014.22	10.49	12,704.31	7.73	6,978.69	4.02	
合 计			83,299.76	100.00	162,185.76	100.00	164,373.22	100.00	173,803.69	100.00	

①渠道分销

报告期内各期，公司通过渠道分销实现收入分别为 166,825.01 万元、151,668.91 万元、145,171.55 万元和 72,810.52 万元，占各期主营业务收入的比例分别为 95.98%、92.27%、89.51%和 87.41%，是构成收入来源最主要的销售模式。公司采取渠道分销的销售模式，利于公司集中优势资源和精力做好销售管理和销售支持，迅速占领和扩大市场份额。

渠道分销模式下按照客户的不同可以分为与经销商合作、大型 B2C 平台、与连锁商超合作及其他客户销售。

与经销商合作模式下，按销售渠道的不同可以分为日化专营店、商场超市和电子商务。公司产品主要定位于二三线城市消费群体，公司在发展初期优先开拓日化专营店渠道的销售，因此，日化专营店渠道是公司最主要的销售渠道，收入占比分别为 66.82%、62.50%、57.58%和 55.50%；报告期内，公司商场超市（含连锁商超）渠道的收入占比分别为 17.24%、13.56%、11.23%和 10.90%；日化专营店和商场超市渠道是传统的分销渠道，报告期内，传统分销渠道的销售仍然为公司销售收入的重要来源。近年来，电子商务的快速发展对传统渠道的销售带来了一定的冲击，因此，报告期内，上述传统渠道的销售占比有所下降。与经销商合作模式下的电子商务渠道是指公司授权经销商通过天猫商城等平台开设网店销售产品，收入占比分别为 4.64%、4.66%、5.46%和 6.01%。

报告期内各期，发行人的日化专营店、商场超市渠道的销售收入波动情况如下：

销售渠道	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度
	金额(万元)	增长率(%)	金额(万元)	增长率(%)	金额(万元)	增长率(%)	金额(万元)
日化专营店	46,230.49	5.24	93,386.59	-9.10	102,738.53	-11.54	116,143.27
商场超市	8,524.17	-8.13	16,395.62	-23.06	21,308.88	-26.18	28,867.48

注：2017 年 1-6 月的增长率系与上年同期比较。

2015 年度，发行人日化专营店渠道的销售收入较 2014 年下降 11.54%，而商场超市渠道的销售收入较 2014 年度下降 26.18%，商场超市渠道的销售收入下降幅度大于日化专营店渠道销售收入的下降幅度，主要系发行人于 2015 年下半年

开始调整优资莱品牌销售策略，导致经销商更替较多，优资莱品牌的销售收入较上期下降较多。近年来，电子商务的快速发展对日化专营店、商场超市等传统渠道的销售带来了一定的冲击，受此影响，发行人“珀莱雅”品牌日化专营店渠道和商场超市渠道 2015 年度的销售收入较 2014 年度出现一定下滑，但下降幅度基本一致。

2016 年度，发行人日化专营店渠道的销售收入较 2015 年下降 9.10%，而商场超市渠道的销售收入较 2015 年度下降 23.06%，商场超市渠道的销售收入下降幅度大于日化专营店渠道销售收入的下降幅度，主要系（1）2016 年度，在宏观经济增速放缓及竞争加剧的大环境下，消费者保持谨慎的消费态度，国内日化行业整体增速继续呈现放缓趋势，同时电子商务的快速发展对日化专营店、商场超市等传统渠道的销售带来了一定的冲击，上述原因共同作用导致发行人 2016 年度与经销商合作销售收入较 2015 年度下降。（2）商场、超市所处的地理位置一般优于日化专营店，租金等成本较高，同时商场、超市顾客容易接受网络销售，因此，商超受到电子商务发展的冲击更大，自 2016 年 4 季度起，发行人“珀莱雅”品牌商超渠道的经销商因终端网点销售情况不及预期，主动关闭了部分单店零售额较低的商超网点，因此，导致 2016 年度商场超市渠道的销售收入下降幅度大于日化专营店渠道销售收入的下降幅度。

2017 年 1-6 月，发行人日化专营店渠道的销售收入较上年同期上升 5.24%，而商场超市渠道的销售收入较上年同期下降 8.13%，商场超市渠道和日化专营店销售收入波动趋势存在差异，主要系：（1）根据国家统计局统计，2017 年 1-6 月国内生产总值（GDP）同比增长 6.90%，社会消费品零售总额同比增长 10.40%，其中日用品零售总额同比增长 9.0%，化妆品零售总额同比增长 11.3%，较 2016 年度加快 3 个百分点，化妆品市场回升态势明显，2017 年上半年，国民经济稳中向好态势更趋明显。同时发行人及时调整战略，充分发挥日化专营店渠道的销售优势及“珀莱雅”品牌作为成熟品牌的作用，因此，2017 年 1-6 月，发行人“珀莱雅”品牌日化专营店的销售收入同比略有上升；（2）商场、超市受到电子商务发展的冲击较大，自 2016 年 4 季度起，发行人“珀莱雅”品牌商超渠道的经销商因终端网点销售情况不及预期，主动关闭了部分单店零售额较低的商超网点；（3）为充分利用“珀莱雅”品牌经销商本地经营的优势，促进商超渠道的销售，实现共

赢，发行人自 2017 年初对“珀莱雅”品牌商超渠道进行优化管理，由经销商进行自主申请，同时发行人对其商超渠道的运作能力进行评估，对于经申请且通过评估的经销商，发行人将其商超渠道的供货折扣由 6.5 折调整为 5.1 折供货，同时相应商超渠道的促销人员改由经销商自行聘任。受上述网点关闭及下调供货价的影响，2017 年 1-6 月商场超市渠道的销售收入同比有所下降。

综上所述，经核查，保荐机构、申报会计师认为，报告期内，发行人商场超市渠道和日化专营店渠道的销售收入变动幅度存在一定的差异符合其实际经营情况。

大型 B2C 平台主要是指公司向唯品会、京东、聚美优品等网络平台商销售产品，收入占比分别为 7.11%、11.07%、14.69%和 13.89%，销售收入金额逐年增长。其他客户是指通过电视购物、悦芙媞单品加盟店及其他零星客户进行销售。

②直销模式

报告期内各期，公司通过直销模式实现收入分别为 6,978.69 万元、12,704.31 万元、17,014.22 万元和 10,489.23 万元，占各期主营业务收入的比例分别为 4.02%、7.73%、10.49%和 12.59%。公司直销模式主要系公司通过在“天猫商城”开设旗舰店的形式进行销售。直销模式作为经销模式的一种补充，一方面，形成公司直接接触消费者的一个窗口，有利于公司了解消费者反馈信息；另一方面，网络旗舰店作为网上的宣传窗口为公司产品的品牌形象建设和知名度提升起到了促进作用，第三，随着电子商务的快速发展，电子商务渠道已经成公司重要的销售渠道，公司近年来比较重视直营旗舰店的发展，并给予较多的资源支持。上述原因共同作用使得该模式下收入逐年上升。

2016 年 6 月开始，公司旗下品牌“悦芙媞”开始以开立单品牌直营店的形式进行销售，收入规模较小。截至 2017 年 6 月 30 日，公司已开立 24 家直营店，因此，2017 年 1-6 月直营店销售收入较上年同期增长较多。

（3）按产品销售区域分析

报告期内，公司主营业务收入地区分布情况如下：

项 目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度

	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
华中区	17,181.64	20.63	32,992.75	20.34	37,857.81	23.03	42,447.24	24.42
华东区	11,716.95	14.07	23,026.21	14.20	23,236.07	14.14	27,916.68	16.06
华南区	6,743.68	8.10	13,995.60	8.63	17,054.72	10.38	19,999.92	11.51
西南区	6,728.80	8.08	14,557.00	8.98	13,872.06	8.44	16,848.49	9.69
华北区	5,938.56	7.13	11,955.25	7.37	14,094.23	8.57	16,775.75	9.65
西北区	4,788.53	5.75	9,396.30	5.79	10,023.70	6.10	11,456.35	6.59
东北区	3,098.65	3.72	4,893.50	3.02	8,677.82	5.28	9,740.06	5.60
网络及其他	27,102.94	32.54	51,369.15	31.67	39,556.82	24.07	28,619.20	16.47
合 计	83,299.76	100.00	162,185.76	100.00	164,373.22	100.00	173,803.69	100.00

公司产品在全国 30 余省、直辖市、自治区等实现销售，尤其在经济发达的长三角、珠三角区域以及人口密集的中部地区销售较为突出。公司通过线上渠道销售化妆品，消费者分部较为分散，单客购买金额较小，因此，未对其最终区域进行分类。

(4) 按产品功能分析

项 目		2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
		金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
护肤品	化妆水	17,581.77	21.11	37,157.32	22.91	40,117.62	24.41	46,702.97	26.87
	乳液	17,451.96	20.95	32,419.13	19.99	35,305.76	21.48	32,231.84	18.54
	面霜	13,710.29	16.46	27,421.73	16.91	29,808.40	18.13	31,457.32	18.10
	洁面乳	7,457.08	8.95	18,435.21	11.37	20,014.28	12.18	20,606.21	11.86
	精华	6,088.42	7.31	10,334.33	6.37	12,604.16	7.67	9,523.84	5.48
	眼霜	4,680.76	5.62	10,781.64	6.65	10,618.24	6.46	10,361.36	5.96
	面膜	9,315.93	11.18	15,308.40	9.44	5,748.80	3.50	6,346.67	3.65
	防晒霜	4,313.60	5.18	6,848.95	4.22	6,588.69	4.01	9,856.97	5.67
	其他	1,569.26	1.88	1,707.45	1.05	957.37	0.58	1,846.64	1.06
彩妆		1,130.69	1.36	1,771.59	1.09	2,609.90	1.59	4,869.86	2.80
合 计		83,299.76	100.00	162,185.76	100.00	164,373.22	100.00	173,803.69	100.00

公司主营业务收入按照产品类型可以分为护肤类和彩妆类。其中护肤类产品主要包括化妆水、乳液、面霜、洁面乳、精华、眼霜、面膜、防晒霜等，系构成

公司营业收入的主要来源，报告期内合计占营业收入比例均达 95%以上。

(5) 主营业务收入按客户分析

报告期内，公司主营业务收入前 5 大客户情况如下：

期间	序号	客户名称（全称）	金额（万元）	占当期主营业务收入的比例（%）
2017 年 1-6 月	1	唯品会（中国）有限公司[注 1]	7,670.26	9.21
	2	天津聚美优品科技有限公司[注 2]	2,346.32	2.82
	3	深圳市怡亚通供应链股份有限公司[注 3]	2,141.29	2.57
	4	济南优雅商贸有限责任公司[注 4]	2,029.05	2.44
	5	武汉利标日化有限公司[注 5]	1,831.45	2.20
	合计		16,018.37	19.23
2016 年度	1	唯品会（中国）有限公司[注 1]	12,621.59	7.78
	2	天津聚美优品科技有限公司[注 2]	6,593.93	4.07
	3	深圳市怡亚通供应链股份有限公司 [注 3]	5,074.54	3.13
	4	济南优雅商贸有限责任公司[注 4]	4,258.63	2.63
	5	杭州恒浩贸易有限公司[注 6]	4,219.89	2.60
	合计		32,768.58	20.20
2015 年度	1	唯品会（中国）有限公司	8,052.27	4.90
	2	天津聚美优品科技有限公司	5,535.38	3.37
	3	北京京东世纪贸易有限公司[注 7]	4,119.19	2.51
	4	济南优雅商贸有限责任公司	3,443.05	2.09
	5	杭州恒浩贸易有限公司	3,364.53	2.05
	合计		24,514.42	14.91
2014 年度	1	天津聚美优品科技有限公司	4,568.87	2.63
	2	唯品会（中国）有限公司	4,412.57	2.54
	3	苏州爱尚化妆品有限责任公司[注 8]	3,893.29	2.24
	4	长沙炫美化妆品贸易有限公司[注 9]	3,638.18	2.09
	5	杭州艾珀莉电子商务有限公司[注 10]	3,538.96	2.04
	合计		20,051.87	11.54

近年来为了把握电子商务渠道迅速崛起的市场机会，公司部署了包括聚美优品、京东、唯品会等众多电商平台渠道，因此，对上述电商平台的年度销售额逐年增长。

(6) 深圳市怡亚通供应链股份有限公司相关情况

①报告期内，发行人对怡亚通销售增长较多的原因，怡亚通采购发行人产品后的用途及产品去向

A、报告期内发行人对怡亚通销售增长较多的原因

深圳市怡亚通供应链股份有限公司成立于 1997 年 11 月 10 日，注册资本为 209,903.1424 万元，主要从事批发和零售业务，于 2007 年在深交所上市。

根据怡亚通披露的年度报告等资料显示，近年来，怡亚通推出深度供应链服务，将传统渠道代理商模式转变为平台运营模式，通过整合各区域优质经销商的渠道，实现国内外城市平台共享与分销体系优化，构建一个快捷、高效的直供渠道，为客户实现供应链管理的优化，提高市场竞争力。

深度供应链是怡亚通转型升级的重点战略之一，深度 380 分销服务平台是其最重要的组成部分，主要业务领域涵盖日化、食品、母婴、酒饮、家电等，通过搭建全国性的直供终端平台，提供市场、销售、信息、物流、商务、结算等一站式供应链服务，有效解决企业渠道下沉的成本、人才、运营三大难题，帮助品牌企业高效分销、快速覆盖终端网点，提高商品流通环节的效率并降低流转成本。近年来，怡亚通逐步通过收购、增资经销商公司或新设公司等方式完成了对发行人的部分经销商团队的并购，具体变动情况如下：

现经销商名称	原经销商名称	合作品牌	怡亚通控股后开始与发行人合作时间
长沙新燎原供应链有限公司	长沙炫姿化妆品贸易有限公司/长沙炫美化妆品贸易有限公司	珀莱雅	2015 年 10 月至今
广西科桂贸易有限责任公司	南宁市科桥佳贸易有限责任公司	珀莱雅	2014 年 7 月至今
广西怡亚通大泽深度供应链管理有限公司	南宁北存江贸易有限公司	珀莱雅	2014 年至今
郑州怡亚通翔隆供应链管理有限公司	郑州未来祥隆商贸有限公司	珀莱雅	2015-2016 年 4 月
哈尔滨怡亚通三星深度供应链管理有限公司	哈尔滨鑫人美容有限公司	珀莱雅	2016-2017 年 2 月
珠海市怡亚通顺潮深度供应链管理有限公司	珠海市拱北顺潮发展有限公司	珀莱雅	2016 年至今
福州兴联汇都贸易有限公司	福建法尔宫珠宝首饰有限公司	珀莱雅	2015 年至今
福州鸿瑞达贸易有限公司	福州兴联汇都贸易有限公司	珀莱雅	2017 年至今
新疆怡亚通嘉乐供应链管理有限公司	乌鲁木齐市友合实业有限公司	优资莱	2016 年至今

沈阳怡亚通泽庆供应链管理 有限公司	-	优资莱	2015-2016 年 12 月

根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 1 号—招股意向书（2015 年修订）》的规定，报告期内各期，发行人将对怡亚通下属控股子公司的销售金额合并披露。报告期内各期，发行人对怡亚通下属控股子公司的销售额及变动情况列示如下：

客户名称	经销区域	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年		2014 年	
		销售收入 (万元)	占对怡亚通 收入比例	销售收入 (万元)	占对怡 亚通收 入比例	销售收入 (万元)	占对怡亚通收 入比例	销售收入 (万元)	占对怡亚 通收入比 例
长沙新燎原供应链有限公司	湖南省长沙、湘潭等地	1,285.00	60.01%	2,040.38	40.21%	210.98	8.69%	-	-
广西科桂贸易有限责任公司	广西省柳州、防城港等地	385.20	17.99%	1,541.10	30.37%	1,060.28	43.68%	612.38	45.79%
广西怡亚通大泽深度供应链管理有限公司	广西省南宁、桂林等地	397.15	18.55%	1,063.37	20.96%	598.60	24.66%	705.26	52.73%
郑州怡亚通翔隆供应链管理有限公司	河南省洛阳、平顶山等地	0.64	0.03%	85.89	1.69%	436.34	17.98%	-	-
其他怡亚通下属的六家子公司	福建省福州、莆田等地	73.30	3.42%	343.79	6.77%	120.92	4.99%	19.75	1.48%
合计	-	2,141.29	100.00%	5,074.54	100.00%	2,427.12	100.00%	1,337.38	100.00%
较上期增长额（万元）	-	181.48[注]	-	2,647.42	-	1,089.74	-	1,337.38	-
增长比例	-	9.26% [注]	-	109.08%	-	81.48%	-	-	-

注：2017 年 1-6 月的增长额和增长比例系与 2016 年同期的比较。

2015 年度，发行人对怡亚通销售额较上年增长 81.48%，主要系（1）郑州怡亚通翔隆供应链管理有限公司新承接了原经销商在河南省信阳、洛阳等地“珀莱雅”品牌日化专营店渠道和商场超市渠道的业务；（2）广西科桂贸易有限责任公司自 2014 年 7 月承接了原经销商在广西省柳州市、防城港等地“珀莱雅”品牌日化专营店渠道和商场超市渠道以及韩雅品牌日化专营店渠道的业务，2015 年度为承接完成的第一个完整年度，因此，发行人对其销售金额大于 2014 年。上述因素共同作用，导致 2015 年度发行人对怡亚通的销售收入较 2014 年度增加较多。

2016 年度，发行人对怡亚通销售额较上年增长 109.08%，主要系（1）2015 年 10 月起长沙新燎原供应链有限公司逐步承接了长沙炫美化妆品贸易有限公司、长沙炫姿化妆品贸易有限公司的业务，2016 年起，长沙炫美化妆品贸易有限公司、长沙炫姿化妆品贸易有限公司与公司终止合作，故发行人 2016 年对长沙新燎原供应链有限公司的销售增加；（2）广西科桂贸易有限责任公司 2016

年新增了广西省贵港、玉林、梧州地区日化专营店渠道，因此其销售金额较 2015 年有所增长。（3）广西怡亚通大泽深度供应链管理有限公司 2016 年新增了广西省百色、北海、崇左地区日化专营店渠道业务，因此其销售金额较 2015 年度有所增长；上述因素共同作用，导致 2016 年度发行人对怡亚通的销售收入较 2015 年度增加较多。

2017 年 1-6 月，发行人对怡亚通销售额较 2016 年同期增长 9.26%，主要系 2017 年 1-6 月，长沙新燎原供应链有限公司新增电子商务渠道业务，并且完成了对原归属于长沙炫美化妆品贸易有限公司、长沙炫姿化妆品贸易有限公司的日化专营店及商超渠道业务的整合，使其经营状况有所改善，故 2017 年 1-6 月发行人对长沙新燎原供应链有限公司的销售额增加。

B、怡亚通采购发行人产品后的用途及产品去向

a、针对经销日化专营店渠道的怡亚通子公司，自发行人采购产品后，进一步销售给下游日化专营店等终端网点，再由终端网点最终销售给消费者；

b、针对经销商超渠道的怡亚通子公司，自发行人采购产品后，通过其在商场或超市中开立专柜，将产品直接销售给消费者；

c、针对经销天猫旗舰店等电子商务渠道的怡亚通子公司，自发行人采购产品后，由其在天猫商城等网络平台上直接对最终消费者进行销售。

综上所述，怡亚通下属子公司采购发行人产品后均通过直接或间接方式最终销售给消费者。

②与其他客户相比，报告期发行人对怡亚通在信用政策、结算方式等方面的差异及原因

A、与经销商合作类型下，经销商一般采用先款后货的结算方式，同时经经销商提出申请，发行人审批后给予部分优质经销商一定的信用额度，信用期一般为 1-3 个月。信用额度和信用期由发行人根据申请情况进行审批，每家经销商每次申请的金额和期限均不固定；报告期内，发行人所有经销商均使用银行存款或银行承兑汇票的形式进行结算。

报告期内，发行人对怡亚通下属子公司的结算方式、信用政策等均与其他经销商一致。报告期内各期末，发行人应收怡亚通下属子公司余额及信用政策具体列示如下：

单位：万元

经销商名称	2017年6月30日	2016年12月31日	2015年12月31日	2014年12月31日	信用政策
长沙新燎原供应链有限公司	-32.39	-199.03	-63.37	-	款到发货
广西科桂贸易有限责任公司	-139.79	-27.24	-64.97	-68.50	款到发货
广西怡亚通大泽深度供应链管理有限公司	-44.60	7.98	-39.25	-68.29	2014年、2015年、2017年1-6月为款到发货；2016年未经申请，发行人审批后给予其25.3万元的固定信用额度
郑州怡亚通翔隆供应链管理有限公司	106.28	106.28	13.70	-	经申请，发行人曾审批后给予其134万元的固定信用额度。
其他怡亚通下属的六家子公司	-42.82	-55.33	-20.99	-	款到发货
合计	-153.30	-167.34	-174.88	-136.79	

注：上表中应收账款余额系扣除返利、补贴后的净额，负数为公司预收账款。

综上所述，发行人对怡亚通下属各子公司的信用额度、结算方式并未与与经销商合作下的其他客户存在明显差异。

（三）毛利率分析

1、公司主营业务毛利率分析

（1）按品牌分析毛利率

项 目	2017年1-6月		2016年度		2015年度		2014年度	
	毛利 (万元)	毛利率 (%)	毛利 (万元)	毛利率 (%)	毛利 (万元)	毛利率 (%)	毛利 (万元)	毛利率 (%)
珀莱雅品牌	46,268.58	63.44	90,603.45	63.43	94,923.54	65.62	90,894.13	63.64
其他品牌	5,829.09	56.22	9,826.04	50.80	9,992.16	50.67	19,233.95	62.07
合 计	52,097.67	62.54	100,429.49	61.92	104,915.71	63.83	110,128.08	63.36

报告期内，珀莱雅品牌系列产品实现了最主要的毛利贡献，占当期毛利总额的比例分别为82.53%、90.48%、90.22%和88.81%，毛利率分别为63.64%、65.62%、63.43%和63.44%，保持稳定水平。

其他品牌主要包括优资莱、悠雅、韩雅、悦芙媞等，其中优资莱和韩雅品牌的毛利贡献占比较大，2015年度上述品牌的毛利率较2014年下降11.40个百分点。

点，主要原因系 2015 年上半年公司为推动优资莱品牌的销售，投入较多物料，但未达到预期效果。故公司自 2015 年下半年开始调整了优资莱品牌的销售策略，并对优资莱品牌的经销商队伍也进行了整合。

2017 年 1-6 月，其他品牌的毛利率较上年有所提高，主要系发行人创立的“悦芙媿”单品牌店于 2016 年 6 月开设，“悦芙媿”品牌以直营销售为主，毛利率较高；2017 年 1-6 月，发行人“悦芙媿”品牌的销售收入占比提高，拉升了其他品牌的毛利率。

（2）按销售模式分析毛利率

报告期内，公司采取渠道分销和直销相结合的销售模式，每种模式下的毛利及毛利率如下：

销售模式	销售类型	销售渠道	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
			毛利 (万元)	毛利率 (%)	毛利 (万元)	毛利率 (%)	毛利 (万元)	毛利率 (%)	毛利 (万元)	毛利率 (%)
渠道 分销	与经销商合作	日化专营店	26,520.02	57.36	53,874.35	57.69	62,493.47	60.83	70,108.98	60.36
		商场超市	5,738.03	67.31	9,569.57	58.37	12,594.68	59.11	18,176.62	62.97
		电子商务	3,094.54	61.77	5,432.84	61.40	5,242.51	68.46	5,699.80	70.63
		小 计	35,352.59	59.15	68,876.76	58.06	80,330.67	60.99	93,985.41	61.40
	大型 B2C 平台	京东、聚美优品、唯品会等	7,865.14	67.98	16,669.47	69.96	13,332.11	73.29	9,662.47	78.22
	与连锁商超合作	沃尔玛、屈臣氏等	454.39	81.33	1,468.46	80.81	897.25	91.28	887.66	80.67
	其他	电视购物、悦芙媿单品牌加盟店及其他	541.57	59.04	533.12	59.42	517.47	65.56	190.86	65.62
	小 计		44,213.70	60.72	87,547.81	60.31	95,077.49	62.69	104,726.40	62.78
直销 模式	电子商务	天猫旗舰店、淘宝直营店等	7,223.43	76.45	12,512.63	76.00	9,775.70	77.61	5,318.05	78.09
	直营店	悦芙媿单品牌直营店等	610.45	66.79	265.68	74.35	-	-	-	-
	其他	其他零星销售	50.10	39.64	103.37	53.68	62.51	57.45	83.64	49.71
	小 计		7,883.98	75.16	12,881.68	75.71	9,838.21	77.44	5,401.68	77.40
合 计			52,097.67	62.54	100,429.49	61.92	104,915.71	63.83	110,128.08	63.36

报告期内，发行人的促销方式主要有特价品、返利和补贴、套盒等。特价品是指发行人以较优惠的价格向渠道分销客户销售指定的产品，直接在原销售价格上折扣折让；发行人对渠道分销模式下与经销商合作类型和大型 B2C 平台客户制定了不同的返利和补贴政策，发行人的返利政策有年度返利、月度及季度返利和大客户返利等，补贴政策主要有赠品补贴、贴花补贴、活动支持补贴、新品上市补贴等。返利和补贴基本以货物兑付，发行人对返利和补贴通过商业折扣方式执行，抵减当期的销售收入。套盒是指发行人迎合市场需求，将不同用途的产品组合成套盒进行销售，套盒中产品的售价较单品价格更优惠。报告期内各期，发行人在不同时期对不同渠道的客户使用的促销方式不尽相同，故上述促销方式对分渠道毛利率的影响程度在各期有所不同。

日化专营店渠道 2016 年的毛利率较 2015 年下降 3.14 个百分点，主要系，公司加大促销力度，特价品的销售比例增加所致。

商场超市渠道 2017 年 1-6 月毛利率较上年上升 8.94 个百分点，主要系：① 2016 年下半年，发行人采用特价品、买赠、买减等促销方式进行销售，导致 2016 年商超渠道的毛利率较低；2017 年 1-6 月，发行人针对商超渠道的促销活动相对较少且“珀莱雅”品牌芯肌系列新产品全面上市，新产品毛利率较高；②发行人于 2015 年开始调整“优资莱”品牌销售策略，导致经销商更替较多，因此 2016 年度“优资莱”品牌商超渠道的销售额较少，毛利率较低；③为充分利用“珀莱雅”品牌经销商本地经营的优势，促进商超渠道的销售，实现共赢，发行人自 2017 年初对“珀莱雅”品牌商超渠道进行优化管理，由经销商进行自主申请，同时发行人对其商超渠道的运作能力进行评估，对于经申请且评估通过的经销商，将其商超渠道的供货折扣由 6.5 折供货调整为 5.1 折供货，同时相应商超渠道的促销人员改由该些经销商自行聘任，因此，2017 年 1-6 月“珀莱雅”品牌商超渠道的毛利率有所下降。上述因素共同作用，导致 2017 年 1-6 月商超渠道毛利率有所上升。

与经销商合作下的电子商务渠道 2016 年度的毛利率较 2015 年度下降 7.06 个百分点，主要系报告期各期，电子商务渠道发展较快，发行人加大了对该渠道的促销力度，2016 年度特价品的销售比例增加，同时提高了该渠道的返利和补贴。

大型 B2C 平台渠道 2016 年度的毛利率较 2015 年度下降 3.33 个百分点，主要系，电子商务渠道发展较快，为支持该渠道发展，发行人加大了对该渠道的促销力度，2016 年度给予该渠道的返利和补贴增加；2015 年度较 2014 年度下降 4.93 个百分点，主要系发行人对聚美优品自 2014 年下半年开始降低了供货价格。

2016 年，公司直销模式下的电子商务渠道毛利率较 2015 年下降 1.61 个百分点，主要系各品牌天猫旗舰店促销力度加大，聚划算等天猫品牌团活动次数增加，品牌团活动产生的销售收入在 2016 年度增长较多，导致 2016 年度毛利率有所下降。

2017 年 1-6 月，直营店的毛利率较上年所有下降，主要系“悦芙媞”直营店的促销力度较大所致。

(3) 按化妆品小类分析毛利率

报告期内，发行人销售的产品主要为化妆水、乳液、面霜、洁面乳、精华、眼霜、面膜、防晒霜、彩妆等，每种产品的销售收入、销售成本、毛利率情况如下：

项 目	年度	主营业务收入（万元）	主营业务成本（万元）	毛利率（%）
化妆水	2017 年 1-6 月	17,581.77	6,138.83	65.08
	2016 年度	37,157.32	15,292.19	58.84
	2015 年度	40,117.62	16,084.43	59.91
	2014 年度	46,702.97	17,926.85	61.62
乳液	2017 年 1-6 月	17,451.96	6,315.18	63.81
	2016 年度	32,419.13	12,156.15	62.50
	2015 年度	35,305.76	12,356.39	65.00
	2014 年度	32,231.84	12,299.59	61.84
面霜	2017 年 1-6 月	13,710.29	4,713.13	65.62
	2016 年度	27,421.73	8,793.85	67.93
	2015 年度	29,808.40	9,645.76	67.64
	2014 年度	31,457.32	10,927.82	65.26
洁面乳	2017 年 1-6 月	7,457.08	2,510.50	66.33
	2016 年度	18,435.21	5,966.37	67.64
	2015 年度	20,014.28	6,612.34	66.96

	2014 年度	20,606.21	6,617.65	67.89
精华	2017 年 1-6 月	6,088.42	1,788.71	70.62
	2016 年度	10,334.33	3,295.66	68.11
	2015 年度	12,604.16	4,303.60	65.86
	2014 年度	9,523.84	2,917.10	69.37
眼霜	2017 年 1-6 月	4,680.76	1,151.70	75.40
	2016 年度	10,781.64	2,391.29	77.82
	2015 年度	10,618.24	2,354.14	77.83
	2014 年度	10,361.36	2,156.22	79.19
面膜	2017 年 1-6 月	9,315.93	5,510.02	40.85
	2016 年度	15,308.40	9,227.89	39.72
	2015 年度	5,748.80	3,563.69	38.01
	2014 年度	6,346.67	3,997.00	37.02
防晒霜	2017 年 1-6 月	4,313.60	1,924.60	55.38
	2016 年度	6,848.95	2,585.00	62.26
	2015 年度	6,588.69	2,441.30	62.95
	2014 年度	9,856.97	3,023.43	69.33
彩妆	2017 年 1-6 月	1,130.69	476.85	57.83
	2016 年度	1,771.59	931.96	47.39
	2015 年度	2,609.90	1,418.11	45.66
	2014 年度	4,869.86	2,539.50	47.85
其他	2017 年 1-6 月	1,569.26	672.58	57.14
	2016 年度	1,707.45	1,115.91	34.64
	2015 年度	957.37	677.75	29.21
	2014 年度	1,846.64	1,270.44	31.20
总 计	2017 年 1-6 月	83,299.76	31,202.09	62.54
	2016 年度	162,185.76	61,756.27	61.92
	2015 年度	164,373.22	59,457.51	63.83
	2014 年度	173,803.69	63,675.61	63.36

报告期内，发行人按化妆品小类的收入变动及毛利率波动情况如下：

项 目	年度	收入变动（万元）	收入变动比例（%）	毛利率变动（百分点）
化妆水	2017 年 1-6 月	1,365.15	8.42	6.24
	2016 年度	-2,960.30	-7.38	-1.06

项 目	年度	收入变动（万元）	收入变动比例（%）	毛利率变动（百分点）
	2015 年度	-6,585.35	-14.10	-1.71
乳液	2017 年 1-6 月	2,993.02	20.70	1.31
	2016 年度	-2,886.63	-8.18	-2.50
	2015 年度	3,073.93	9.54	3.16
面霜	2017 年 1-6 月	2,239.61	19.52	-2.31
	2016 年度	-2,386.67	-8.01	0.29
	2015 年度	-1,648.92	-5.24	2.38
洁面乳	2017 年 1-6 月	129.75	1.77	-1.31
	2016 年度	-1,579.07	-7.89	0.67
	2015 年度	-591.93	-2.87	-0.92
精华	2017 年 1-6 月	1,500.31	32.70	2.51
	2016 年度	-2,269.82	-18.01	2.25
	2015 年度	3,080.31	32.34	-3.51
眼霜	2017 年 1-6 月	70.73	1.53	-2.42
	2016 年度	163.40	1.54	-0.01
	2015 年度	256.88	2.48	-1.36
面膜	2017 年 1-6 月	500.17	5.67	1.13
	2016 年度	9,559.60	166.29	1.71
	2015 年度	-597.87	-9.42	0.99
防晒霜	2017 年 1-6 月	-527.06	-10.89	-6.88
	2016 年度	260.26	3.95	-0.69
	2015 年度	-3,268.28	-33.16	-6.38
彩妆	2017 年 1-6 月	342.77	43.50	10.44
	2016 年度	-838.31	-32.12	1.73
	2015 年度	-2,259.96	-46.41	-2.19
其他	2017 年 1-6 月	688.46	78.16	22.50
	2016 年度	750.08	78.35	5.44
	2015 年度	-889.27	-48.16	-2.00
总 计	2017 年 1-6 月	9,302.91	12.57	0.62
	2016 年度	-2,187.46	-1.33	-1.91
	2015 年度	-9,430.47	-5.43	0.46

①、收入波动分析

A、2015 年度较 2014 年度，化妆水、面霜、防晒霜销售收入下降较多，乳液、精华销售收入增长较多，主要原因系发行人转变营销策略，2015 年以套盒销售的形式主推乳液、精华，因此其销售额上升，化妆水、面霜及防晒霜的销售收入相应下降。

B、2016 年度较 2015 年度，化妆水、乳液、面霜、洁面乳、精华的销售收入有所下降，面膜销售收入增长较多，主要原因系发行人根据市场需求，加大对面膜的宣传投入力度，其他品类宣传力度相应减少。同时精华的销售收入与 2015 年度相比下降较多，主要原因系发行人转变营销策略，以精华组套盒进行销售的金额减少。

C、2017 年 1-6 月，发行人化妆水、乳液、面霜、精华销售收入较上年同期有所增长，主要系 2016 年下半年起，发行人逐步推出芯肌系列新产品，该系列产品以化妆水、乳液、面霜、精华等组成，2017 年上半年上述产品的销售量及销售价格略有上升；同时天猫旗舰店等电子商务渠道的销售情况较好，导致上述产品的销售量增加。精华的销售收入同比增加还受到因销售策略调整，组装入套盒的精华数量下降，以单品的形式销售比重提高，以单品进行销售的单价略高于组装入套盒相关产品的单价，从而导致精华相关产品的单位售价同比略有增长的影响。

D、2014 年—2016 年，发行人彩妆销售规模逐年减少，主要系彩妆的品类较多且日常需求小，发行人集中优势资源支持护肤类产品的营销推广，在彩妆上投入的资源较少，因此，彩妆的销售额逐年减少。2017 年 1-6 月，彩妆的销售收入同比增长，主要系发行人 2016 年 6 月推出“悦芙媿”品牌，“悦芙媿”品牌的彩妆销售金额增长所致。

②、毛利波动分析

A、化妆水

2017 年 1-6 月，化妆水的毛利率与上年相比有所提升，主要系：①2017 年 1-6 月发行人直营网店、与经销商合作的电子商务渠道等电子商务渠道化妆水的销售情况较好，销售量较上年同期略有增加，直营网店等电子商务渠道的单位售价较高，其销售量占比的提高拉升了化妆水的单位售价；②2016 年度，发行人

以特价品和组入套盒的形式销售化妆水占比较高，拉低了 2016 年度化妆水的单位售价。两相作用导致 2017 年 1-6 月化妆水的单位售价较上年有所上升，毛利率相应增长。

B、乳液

2015 年度，乳液的毛利率较高，主要系受发行人营销策略影响，2015 年度乳液作为赠品或小样的比例较其他年份低，2015 年度乳液标准产品的出货量占比较高，标准产品销售的毛利率较高，因此 2015 年度乳液的毛利率较高。

C、面霜

2014 年度，面霜的毛利率较低，主要系受发行人营销策略影响，2014 年度面霜作为赠品或小样的比例较其他年份高，2014 年度面霜标准产品的出货量占比较低，因此 2014 年度面霜的毛利率较低。

2017 年 1-6 月，面霜的毛利率较上年略有下降，主要系①发行人 2017 年 1-6 月推出素颜霜、BB 霜等面霜新产品，并同时对上述产品以特价品的形式进行促销，导致单位售价被拉低；②2016 年下半年，发行人推出芯肌系列新产品时进行了设计调整，导致其单位生产成本较原有产品略有下降。2017 年 1-6 月发行人以销售芯肌系列新产品为主，因此，单位成本较上年略有下降。单位售价下降的幅度略大于单位成本的下降幅度，导致 2017 年 1-6 月面霜的毛利率较上年略有下降。

D、精华

2015 年度，精华的毛利率较低，主要系 2015 年度发行人对精华的促销力度较大，以特价品或套盒进行销售金额较高，因此，2015 年度毛利率较低。

2017 年 1-6 月，精华的毛利率较上年略有上升，主要系：①发行人 2016 年下半年起推出芯肌系列新品，芯肌系列的精华单位售价较其他产品略有提高；②2017 年 1-6 月，因销售策略调整，组装入套盒的精华数量下降，以单品形式销售的比重提高，以单品进行销售的单价略高于组装入套盒相关产品的单价，从而导致精华相关产品的单位售价同比略有增长；③“珀莱雅”品牌精华升级过程中对包装进行了改造升级，导致其单位成本略有增长。上述因素共同作为导致 2017

年 1-6 月精华产品的单位售价和单位成本均有所上升，但单位售价的上升幅度略大于单位成本的上升幅度，从而导致 2017 年 1-6 月精华的毛利率略有上升。

E、眼霜

2017 年 1-6 月，眼霜的毛利率较上年略有下降，主要系①发行人 2016 年下半年起推出芯肌系列新品，芯肌系列的眼霜单位售价较其他产品略有提高；②“珀莱雅”品牌眼霜升级过程中对包装进行了改造升级，导致其单位成本略有增长。单位成本的增长幅度略大于单位售价的增长幅度，从而导致 2017 年 1-6 月眼霜的毛利率略有下降。

F、面膜

2017 年 1-6 月，面膜的毛利率较上年略有下降，主要系发行人根据市场需求，加大面膜的宣传促销投入力度，降低了面膜产品的供货价，同时由于面膜由采购半成品变为自产为主，导致单位成本有所下降，上述原因共同作用，2017 年 1-6 月面膜的毛利率变动不大。

G、防晒霜

2017 年 1-6 月，防晒霜的毛利率较上年有所下降，主要系 2017 年 1-6 月发行人以特价品进行销售的比例提高，导致单位售价降低，从而导致 2017 年 1-6 月防晒霜的毛利率有所下降。

H、彩妆

2017 年 1-6 月，彩妆的毛利率较上年有所上升，主要系：2017 年 1-6 月彩妆销售收入中“悦芙媞”品牌的占比较高，该品牌以直营销售为主，因此单位售价较高，从而导致毛利率有所上升。

2、同行业综合毛利率分析比较

单位：%

年度	上海家化	L'OCCITANE	拉芳家化	丸美股份	平均	发行人
2017 年 1-6 月	69.92	-	-	-	69.92	62.58
2016 年度	61.26	83.32	59.19	67.67	67.86	61.96
2015 年度	59.30	82.76	55.94	68.66	66.67	63.86
2014 年度	61.89	81.80	50.26	74.88	67.21	63.26

数据来源：东方财富网、上市公司年度报告。拉芳家化、丸美股份数据来源于其《招股

意向书》。

注：L'OCCITANE 财政年度起于 4 月 1 日。

报告期内，公司综合毛利率分别为 63.26%、63.86%、61.96%和 62.58%，略低于行业平均毛利率水平。

各公司间毛利率差异一方面受销售模式的差异影响：L'OCCITANE 主要采取直销为主的销售模式，L'OCCITANE 2015 年年度报告显示，其 75%的收入由直销产生，直销模式下公司直接与消费者接触，无需中间商参与，因此，该种销售模式下公司的毛利率较高。发行人主要通过渠道分销模式销售，因此毛利率低于 L'OCCITANE。

同时毛利率还会受到产品种类的影响：2014 年—2016 年，上海家化产品包括佰草集、高夫、美加净、启初、六神、家安等品牌，上海家化以差异化的品牌定位覆盖不同年龄和消费层次的消费需求。其产品种类较多，部分产品售价较低摊低了整体毛利率，因此，发行人的毛利率略高于上海家化。根据上海家化披露的定期报告分析，2017 年 1-6 月，上海家化因毛利率较低的花王代理业务结束，导致其毛利率较上年上升较多。

拉芳家化的主要产品为洗护类产品和香皂，其整体定价较低，因此其毛利率低于发行人。

丸美股份的主要产品为眼部护理类、面部护肤类产品，其产品定位为中高端，定价普遍高于发行人的相关产品，因此，其毛利率高于发行人。

（四）利润表逐项分析

报告期内，公司利润表各项目及占营业收入比例如下：

项 目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
一、营业收入	83,379.11	100.00	162,337.39	100.00	164,521.04	100.00	174,010.18	100.00
减：营业成本	31,203.60	37.42	61,756.27	38.04	59,457.51	36.14	63,935.36	36.74
税金及附加	1,184.63	1.42	1,898.64	1.17	2,139.17	1.30	2,244.38	1.29
销售费用	29,998.40	35.98	61,996.75	38.19	69,642.87	42.33	68,073.98	39.12
管理费用	9,971.81	11.96	18,002.90	11.09	17,147.24	10.42	17,927.57	10.30

财务费用	935.23	1.12	1,981.06	1.22	1,663.83	1.01	1,198.83	0.69
资产减值损失	653.24	0.78	1,453.90	0.90	-298.92	-0.18	1,914.28	1.10
加：投资收益（损失以“-”号填列）	33.67	0.04	58.34	0.04	39.08	0.02	535.40	0.31
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	9,465.86	11.35	15,306.20	9.43	14,808.42	9.00	19,251.18	11.06
加：营业外收入	1,421.22	1.70	2,661.39	1.64	2,579.15	1.57	578.75	0.33
减：营业外支出	76.25	0.09	419.96	0.26	507.55	0.31	547.99	0.31
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	10,810.83	12.97	17,547.62	10.81	16,880.02	10.26	19,281.94	11.08
减：所得税费用	1,912.06	2.29	2,185.33	1.35	2,505.05	1.52	3,460.32	1.99
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	8,898.77	10.67	15,362.30	9.46	14,374.96	8.74	15,821.62	9.09
归属于母公司所有者的净利润	8,898.77	10.67	15,362.30	9.46	14,374.96	8.74	15,821.62	9.09

1、收入分析

报告期内，公司分别实现营业收入 174,010.18 万元、164,521.04 万元、162,337.39 万元和 83,379.11 万元。公司营业收入情况详见本节“二、盈利能力分析”之“（二）营业收入情况分析”。

2、成本分析

（1）主营业务成本构成

项 目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
直接材料	27,918.38	89.48	55,147.23	89.30	53,637.11	90.21	56,694.61	89.04
直接人工	1,993.58	6.39	3,933.81	6.37	3,393.19	5.71	4,033.48	6.33
制造费用	1,290.13	4.13	2,675.23	4.33	2,427.21	4.08	2,947.52	4.63
合 计	31,202.09	100.00	61,756.27	100.00	59,457.51	100.00	63,675.61	100.00

报告期内各期，公司主营业务成本主要由直接材料构成，占比分别为 89.04%、90.21%、89.30%和 89.48%。报告期内公司主营业务成本构成基本保持稳定。

报告期内各期，发行人直接材料主要包括原料、包装物及其他零星物料，具体构成如下：

项 目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
原料	8,250.22	29.55	16,878.37	30.61	16,177.81	30.16	17,634.95	31.11
包装物	19,338.36	69.27	37,880.61	68.69	36,361.34	67.79	37,609.71	66.34
其他零星物料	329.80	1.18	388.24	0.70	1,097.95	2.05	1,449.95	2.56
小 计	27,918.38	100.00	55,147.23	100.00	53,637.11	100.00	56,694.61	100.00

报告期内各期，发行人直接材料中原料、包装物的占比基本保持稳定。

（2）分产品类别主营业务成本构成

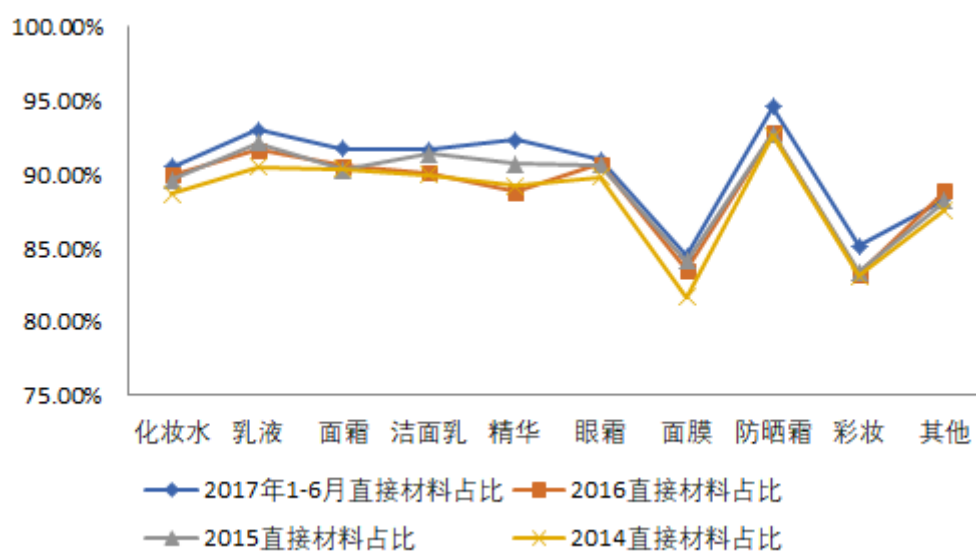
报告期内各期，发行人销售的产品主要为化妆水、乳液、面霜、洁面乳、精华、眼霜、面膜、防晒霜、彩妆等，分产品类别的主营业务成本构成如下：

类别	年份	成本（万元）	直接材料（万元）	占比（%）	直接人工（万元）	占比（%）	制造费用（万元）	占比（%）
化妆水	2017 年 1-6 月	6,138.82	5,490.40	89.44	420.08	6.84	228.33	3.72
	2016 年	14,781.74	13,293.64	89.93	932.97	6.31	555.13	3.76
	2015 年	15,937.21	14,282.99	89.62	1,021.26	6.41	632.97	3.97
	2014 年	17,481.41	15,492.17	88.62	1,203.49	6.88	785.75	4.49
乳液	2017 年 1-6 月	6,315.18	5,826.44	92.26	303.98	4.81	184.76	2.93
	2016 年	11,626.85	10,655.85	91.65	580.56	4.99	390.44	3.36
	2015 年	12,259.86	11,293.12	92.11	571.57	4.66	395.17	3.22
	2014 年	11,987.82	10,847.39	90.49	638.85	5.33	501.57	4.18
面霜	2017 年 1-6 月	4,713.13	4,277.97	90.77	277.13	5.88	158.04	3.35
	2016 年	8,525.24	7,717.52	90.53	472.21	5.54	335.51	3.94
	2015 年	9,582.52	8,654.31	90.31	524.59	5.47	403.62	4.21
	2014 年	10,615.44	9,587.68	90.32	578.58	5.45	449.17	4.23
洁面乳	2017 年 1-6 月	2,510.50	2,283.56	90.96	107.38	4.28	119.55	4.76
	2016 年	7,168.58	6,458.21	90.09	366.86	5.12	343.50	4.79
	2015 年	7,196.60	6,573.89	91.35	302.62	4.21	320.09	4.45
	2014 年	8,493.00	7,636.20	89.91	459.33	5.41	397.46	4.68

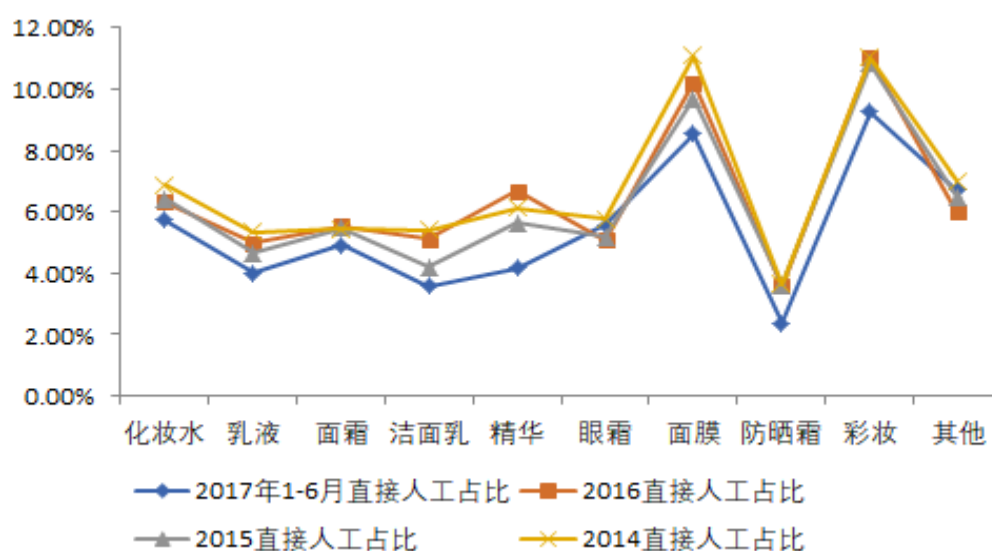
类别	年份	成本 (万元)	直接材料 (万元)	占比 (%)	直接人工 (万元)	占比 (%)	制造费用 (万元)	占比 (%)
精华	2017 年 1-6 月	1,788.71	1,636.68	91.50	89.41	5.00	62.62	3.50
	2016 年	3,163.28	2,807.89	88.77	211.07	6.67	144.32	4.56
	2015 年	4,200.10	3,808.00	90.66	237.08	5.64	155.02	3.69
	2014 年	2,833.72	2,527.03	89.18	174.08	6.14	132.62	4.68
眼霜	2017 年 1-6 月	1,151.70	1,035.51	89.91	76.67	6.66	39.52	3.43
	2016 年	2,278.76	2,066.75	90.70	116.03	5.09	95.98	4.21
	2015 年	2,325.64	2,107.44	90.62	120.21	5.17	97.99	4.21
	2014 年	2,107.20	1,892.37	89.80	121.36	5.76	93.47	4.44
面膜	2017 年 1-6 月	5,510.02	4,572.64	82.99	557.74	10.12	379.64	6.89
	2016 年	9,057.12	7,560.14	83.47	923.92	10.20	573.06	6.33
	2015 年	3,570.67	3,002.08	84.08	345.31	9.67	223.28	6.25
	2014 年	3,920.33	3,199.30	81.61	434.86	11.09	286.17	7.30
防晒霜	2017 年 1-6 月	1,924.60	1,811.18	94.11	55.19	2.87	58.22	3.02
	2016 年	2,456.88	2,280.18	92.81	87.98	3.58	88.72	3.61
	2015 年	2,418.42	2,243.40	92.76	87.30	3.61	87.72	3.63
	2014 年	2,908.08	2,692.74	92.60	105.74	3.64	109.59	3.77
彩妆	2017 年 1-6 月	476.85	398.16	83.50	52.34	10.98	26.36	5.53
	2016 年	1,604.93	1,335.63	83.22	176.68	11.01	92.62	5.77
	2015 年	1,284.44	1,070.55	83.35	138.99	10.82	74.90	5.83
	2014 年	2,099.04	1,743.07	83.04	231.10	11.01	124.87	5.95
其他	2017 年 1-6 月	672.58	585.84	87.10	53.66	7.98	33.09	4.92
	2016 年	1,092.89	971.42	88.88	65.53	6.00	55.95	5.12
	2015 年	682.05	601.33	88.17	44.28	6.49	36.44	5.34
	2014 年	1,229.57	1,076.66	87.56	86.07	7.00	66.84	5.44
合 计	2017 年 1-6 月	31,202.09	27,918.38	89.48	1,993.58	6.39	1,290.13	4.13
	2016 年	61,756.27	55,147.23	89.30	3,933.81	6.37	2,675.23	4.33
	2015 年	59,457.51	53,637.11	90.21	3,393.19	5.71	2,427.21	4.08

类别	年份	成本 (万元)	直接材料 (万元)	占比 (%)	直接人工 (万元)	占比 (%)	制造费用 (万元)	占比 (%)
	2014 年	63,675.61	56,694.61	89.04	4,033.48	6.33	2,947.52	4.63

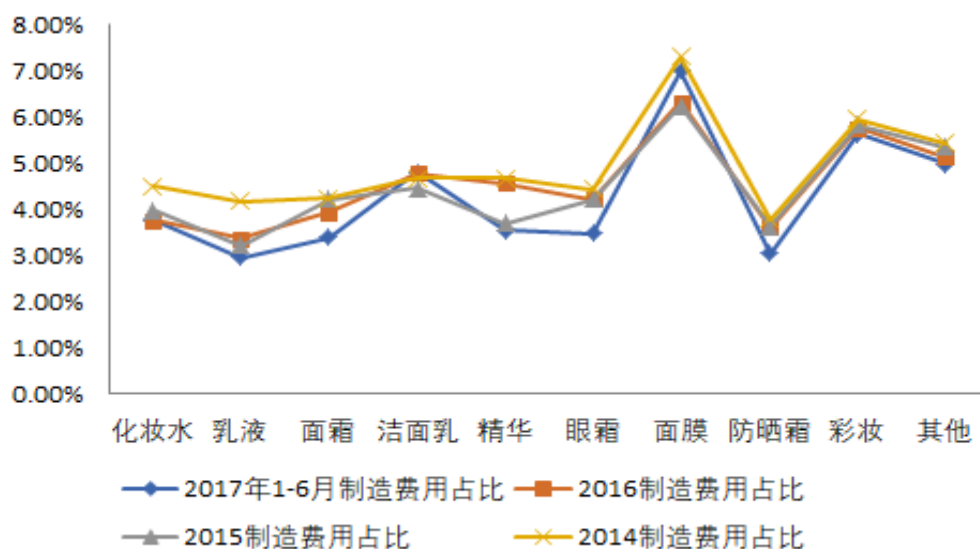
①直接材料分产品类别变动趋势图见下：



②直接人工分产品类别变动趋势图见下：



③制造费用分产品类别变动趋势图见下：



报告期内各期，发行人不同产品类别的成本构成略有差异，但同类产品的成本结构基本保持稳定。

(3) 毛利对原材料成本的敏感性分析

时间	成本类别	金额（万元）	成本变动	毛利变动（万元）	毛利敏感度
2017 年 1-6 月	原料	8,250.22	1%	82.50	0.16
	包装物	19,338.36	1%	193.38	0.37
2016 年度	原料	16,878.37	1%	168.78	0.10
	包装物	37,880.61	1%	378.81	0.24
2015 年度	原料	16,177.81	1%	161.77	0.10
	包装物	36,361.34	1%	363.61	0.22
2014 年度	原料	17,634.95	1%	176.35	0.11
	包装物	37,609.71	1%	376.09	0.21

报告期内，公司综合毛利率较高，因此，毛利对各项材料成本的敏感性较低。

3、税金及附加

报告期内各期，公司税金及附加明细情况如下：

单位：万元

项 目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
消费税	3.31	134.10	291.96	485.39
营业税	-	-	39.05	-
城市维护建设税	536.78	795.47	970.80	946.34

教育费附加	274.84	407.29	502.42	487.59
地方教育附加	183.22	270.92	334.95	325.06
房产税	122.49	175.86	-	-
土地使用税	53.14	76.39	-	-
印花税	8.66	38.61	-	-
车船税	2.20	-	-	-
合 计	1,184.63	1,898.64	2,139.17	2,244.38

报告期内，公司营业税金及附加的变动基本与销售收入变动一致。根据财政部《增值税会计处理规定》（财会〔2016〕22号）以及《关于<增值税会计处理规定>有关问题的解读》，公司将2016年5-12月印花税、房产税、土地使用税等税金发生额列报于“税金及附加”项目，2016年5月之前的发生额仍列报于“管理费用”项目。

4、期间费用

报告期内，期间费用及其占当期营业收入比例情况如下：

项 目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
销售费用	29,998.40	35.98	61,996.75	38.19	69,642.87	42.33	68,073.98	39.12
管理费用	9,971.81	11.96	18,002.90	11.09	17,147.24	10.42	17,927.57	10.30
财务费用	935.23	1.12	1,981.06	1.22	1,663.83	1.01	1,198.83	0.69
合 计	40,905.44	49.06	81,980.71	50.50	88,453.94	53.76	87,200.38	50.11
营业收入	83,379.11	100.00	162,337.39	100.00	164,521.04	100.00	174,010.18	100.00

由上表可以看出，报告期内公司期间费用随着公司经营规模的扩大而扩大，期间费用占当期营业收入的比例基本保持稳定。

（1）销售费用

①销售费用明细

报告期内公司销售费用金额分别为68,073.98万元、69,642.87万元、61,996.75万元和29,998.40万元，占当期营业收入的比重分别为39.12%、42.33%、38.19%和35.98%。公司销售费用明细及构成比例如下：

项 目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度

	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
形象宣传推广费	16,601.70	55.34	31,528.25	50.85	37,020.54	53.16	41,835.05	61.46
职工薪酬	8,590.00	28.63	19,755.13	31.86	21,208.77	30.45	14,952.46	21.97
运费	1,656.54	5.52	3,109.07	5.01	3,021.78	4.34	3,099.38	4.55
差旅费	818.93	2.73	2,263.07	3.65	2,685.87	3.86	2,862.23	4.20
会务费	598.81	2.00	3,112.57	5.02	2,850.58	4.09	2,217.03	3.26
办公费	1,477.01	4.92	1,467.59	2.37	1,512.66	2.17	1,611.84	2.37
调研咨询费	205.27	0.68	722.65	1.17	929.08	1.33	1,336.46	1.96
其他	50.14	0.17	38.44	0.06	413.59	0.59	159.54	0.23
合 计	29,998.40	100.00	61,996.75	100.00	69,642.87	100.00	68,073.98	100.00

品牌形象和营销宣传是公司业务取得成功的关键因素，因此报告期内公司销售费用投入较大，占当期营业收入比重较高。

销售费用主要由形象宣传推广费、职工薪酬、运费等构成，上述费用占销售费用比例合计在 80%以上。

形象宣传推广费主要包含投放的日化专营店和商场超市展示柜台费用、终端销售网点举办营销推广活动、在媒体投放广告和电商平台收取的市场推广服务费等；报告期内，公司为提升品牌形象和扩大营销宣传，该项支出占销售费用的比例一直处于较高水平。2016 年度，公司形象宣传推广费有所下降，主要原因系：A、2016 年度，公司主推面膜产品，面膜产品的目标消费群体主要为年轻人，公司为提高广告传播效果，逐步减少在传统媒体上的广告投放力度，相应增加年轻人接受程度高的网络等新媒体的广告投放力度；B、公司珀莱雅品牌已相对成熟，公司逐步缩减珀莱雅品牌的广告投放，同时，公司加大了悦芙媿品牌的培育和开拓；C、公司以前年度投放的柜台，尚未达到更新周期，因此，2016 年度柜台物料费的投放减少。

2017 年 1-6 月，公司形象宣传推广费较上年同期增长 2,879.02 万元，增幅 20.98%，略高于营业收入的增长比例，主要系 2016 年下半年开始发行人推出“珀莱雅”品牌芯肌系列产品，2017 年上半年，发行人通过电视广告的形式对新产品进行宣传推广。

职工薪酬主要包括公司支付的销售人员的工资、奖金等；2015 年度较 2014 年度大幅增长 41.84%，主要系商场促销人员增加所致，商超促销人员上升主要系从 2015 年年初，发行人为提升企业品牌形象，加强珀莱雅品牌商超终端销售渠道的控制，逐步将部分由经销商管理的商超渠道促销人员聘用为公司在册员工，导致商超促销人员增加 1,100 人左右。由于 2015 年下半年起发行人对优资莱品牌销售策略进行调整，部分经销商退出，导致商超终端销售渠道促销人员下降 170 人左右。

2016 年度较 2015 年度下降 6.85%，主要系销售人员、商超促销人员减少所致，具体如下：

（1）商超促销人员下降主要系①2015 年下半年起发行人对优资莱品牌销售策略进行调整，部分经销商退出导致发行人商超终端销售渠道所需促销人员有所下降；并且 2015 年下半年发行人对优资莱品牌商超渠道经销商的价格政策进行调整，由按照零售价 6.5 折改为 3 折供货，由优资莱经销商负责商超终端销售渠道的开拓和管理，商超终端促销人员由经销商自行聘用并支付薪酬。上述因素导致优资莱品牌的 2016 年度促销人员较 2015 年度平均人数下降 350 人左右。②由于电子商务对商超渠道的冲击，珀莱雅品牌 2016 年度商超网点净减少数量较 2015 年增加较多，商超渠道促销人员相应下降 150 人左右。

（2）销售人员下降主要系：根据商超渠道发展情况和市场需求,为共享渠道资源，发行人自 2016 年下半年起对珀莱雅品牌销售事业部内的商场、超市渠道的人员进行优化整合，统一管理商超渠道，导致相应人员平均数减少 35 人左右，同时因传统渠道销售额下降，部分销售员工因绩效考核不理想等原因离职较多导致销售人员有所下降。

2017 年 1-6 月职工薪酬较上年同期减少 1,929.74 万元，同比减少 18.34%，主要系①发行人“珀莱雅”品牌商超渠道的销售情况不及预期，故自 2016 年四季度开始，发行人主动关闭了部分单店零售额较低商超渠道销售网点，导致商超渠道促销人员数量同比下降约 320 人；②2017 年初开始，发行人对部分“珀莱雅”品牌商超渠道的经销商供货折扣由 6.5 折转为 5.1 折，同时相应商超渠道的促销人员改由上述经销商自行聘任，导致商超渠道促销人员数量同比下降约 250 人；③根据商超渠道发展情况和市场需求,为共享渠道资源，发行人自 2016 年下

半年起对珀莱雅品牌销售事业部内的商场、超市渠道的人员进行优化整合，统一管理商超渠道，导致相应人员较上年同期平均数减少 60 人左右，同时因传统渠道销售额下降，部分销售员工因绩效考核不理想等原因离职较多导致销售人员有所下降，需要承担的职工薪酬同比略有下降。

②行业销售费用率对比

单位：%

年度	上海家化	L'OCCITANE	拉芳家化	丸美股份	平均	发行人
2017 年 1-6 月	48.87	-	-	-	48.87	35.98
2016 年度	44.81	59.92	36.69	39.09	45.13	38.19
2015 年度	34.81	59.21	32.31	35.24	40.39	42.33
2014 年度	32.75	57.28	28.85	37.64	39.13	39.12

数据来源：东方财富网、上市公司年度报告。拉芳家化、丸美股份数据来源于其《招股意向书》。

注：L'OCCITANE 财政年度起于 4 月 1 日。

报告期内各期，公司销售费用占营业收入的比例分别为 39.12%、42.33%、38.19%和 35.98%，低于 L'OCCITANE，主要原因 L'OCCITANE 主要采取直营的销售模式，销售费用中包括店铺租金、营业员费用等，因此销售费用率较高。

2014 年度-2015 年度，公司的销售费用率高于上海家化和拉芳家化，主要系上海家化和拉芳家化的产品中有较大的比例为生活护理类产品，而公司的产品主要为护肤类化妆品，护肤类产品销售过程中，需要更多的促销人员和宣传推广费用。2016 年度开始，随着上海家化不断加大营销投入，其销售费用率大幅上涨。报告期内，公司与丸美股份的销售费用率基本保持一致。

(2) 管理费用

报告期内公司管理费用金额分别为 17,927.57 万元、17,147.24 万元、18,002.90 万元和 9,971.81 万元，占当期营业收入的比例分别为 10.30%、10.42%、11.09%和 11.96%。

公司管理费用明细及构成比例如下：

项 目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)

项 目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
职工薪酬及劳务费	3,627.80	36.38	5,821.74	32.34	6,755.36	39.40	6,954.63	38.79
研究开发费用	2,012.80	20.18	4,746.13	26.36	3,504.51	20.44	3,572.46	19.93
折旧、摊销及租赁费	1,549.91	15.54	2,937.01	16.31	2,614.52	15.25	2,668.53	14.89
办公及业务招待费	1,230.03	12.34	1,619.96	9.00	1,742.72	10.16	1,582.81	8.83
咨询及中介机构费	808.65	8.11	1,349.32	7.50	805.00	4.69	1,464.90	8.17
差旅交通及会务费	275.55	2.76	670.74	3.73	639.63	3.73	845.55	4.72
税费	24.48	0.25	245.97	1.37	489.95	2.86	362.73	2.02
其他	442.59	4.44	612.02	3.40	595.55	3.47	475.96	2.65
合 计	9,971.81	100.00	18,002.90	100.00	17,147.24	100.00	17,927.57	100.00

2016 年度较 2015 年度研究开发费用增长 35.43%，主要原因系：发行人为保持产品竞争力，加大了研发投入力度。

2016 年度咨询及中介机构费增长 67.62%，主要原因系：发行人为了新品牌“悦芙媿”的开拓，支付较多的产品形象设计费用和销售管理系统维护费用。

2016 年度税费较 2015 年度下降 49.80%，主要原因系：根据财政部《增值税会计处理规定》（财会〔2016〕22 号）以及《关于<增值税会计处理规定>有关问题的解读》，公司将 2016 年 5-12 月印花税、房产税、土地使用税等税金发生额列报于“税金及附加”项目，2016 年 5 月之前的发生额仍列报于“管理费用”项目。

职工薪酬 2016 年度较 2015 年度下降 13.82%，主要系 2016 年度管理人员较 2015 年度下降所致。为快速适应市场变化，全面规划各品牌的发展，2015 年末发行人通过去中心制变事业部制、撤销驻外办事处等方式将组织架构转向扁平化，因职能调整、岗位合并等原因，导致管理人员下降 50 人左右，同时因销售人员离职较多，为保证公司销售力量，发行人将部分管理人员充实到销售队伍，加大对销售方面人力资源的投入力度，导致管理人员下降较多。

（3）财务费用

报告期内公司财务费用明细如下：

项目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
利息支出	1,021.02	109.17	2,102.17	106.11	2,389.64	143.62	1,442.54	120.33
银行存款利息收入	-108.60	-11.61	-154.08	-7.78	-160.34	-9.64	-134.58	-11.23
委托贷款利息收入	-	-	-	-	-645.33	-38.79	-135.67	-11.32
手续费	15.23	1.63	24.92	1.26	34.53	2.08	26.11	2.18
汇兑损益	7.58	0.81	8.05	0.41	45.33	2.72	0.42	0.04
合 计	935.23	100.00	1,981.06	100.00	1,663.83	100.00	1,198.83	100.00

2015 年度财务费用较 2014 年度增加较多，主要原因系公司 2015 年度短期借款规模增加，相应利息支出随之增加。

5、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失分别为 1,914.28 万元、-298.92 万元、1,453.90 万元和 653.24 万元，为计提的坏账准备、存货跌价准备和固定资产减值准备。波动分析详见本节“一、财务状况分析”之“（二）资产减值准备计提情况”。

6、投资收益

报告期内，公司的投资收益分别为 535.40 万元、39.08 万元、58.34 万元和 33.67 万元，均系公司投资银行理财产品获得的收益。2015 年度投资收益较少，主要原因系 2015 年度公司银行理财产品投资收益较少。

7、营业外收支

报告期内，公司营业外收支情况主要如下：

项 目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
营业外收入	1,421.22	100.00	2,661.39	100.00	2,579.15	100.00	578.75	100.00
其中：政府补助	1,311.07	92.25	2,510.03	94.31	2,397.94	92.97	491.20	84.87
营业外支出	76.25	100.00	419.96	100.00	507.55	100.00	547.99	100.00

项 目	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
其中：地方水利建设基金	-	-	156.77	37.33	302.83	59.67	286.38	52.26
对外捐赠	20.00	26.23	245.93	58.56	149.36	29.43	197.78	36.09

报告期内，公司营业外收入分别为 578.75 万元、2,579.15 万元、2,661.39 万元和 1,421.22 万元，主要为政府补助及少量罚没收入，占报告期内公司归属于母公司股东净利润的比重分别为 3.66%、17.94%、17.32%和 15.97%。

报告期内，公司营业外支出分别为 547.99 万元、507.55 万元、419.96 万元和 76.25，主要系公司缴纳的地方水利建设基金、捐赠支出等，金额较小，对公司财务状况影响较小。根据《浙江省财政厅 浙江省地方税务局关于暂停向企事业单位和个体经营者征收地方水利建设基金的通知》（浙财综〔2016〕43 号）的规定，自 2016 年 11 月 1 日（费款所属期）起，暂停向企事业单位和个体经营者征收地方水利建设基金，因此 2017 年 1-6 月，公司未缴纳地方水利建设基金。

8、所得税费用

报告期内，公司企业所得税费用情况如下：

单位：万元

项 目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
当期所得税费用	2,515.95	4,245.86	3,354.86	4,520.24
递延所得税费用	-603.89	-2,060.53	-849.80	-1,059.92
合 计	1,912.06	2,185.33	2,505.05	3,460.32

三、现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项 目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
现金流入小计	105,625.50	189,731.03	190,603.14	198,519.84
现金流出小计	90,109.11	176,436.98	174,389.96	179,974.98
经营活动产生的现金流量净额	15,516.40	13,294.05	16,213.17	18,544.86
二、投资活动产生的现金流量				

现金流入小计	9,056.36	7,160.48	32,113.63	32,394.35
现金流出小计	6,500.12	21,853.96	14,274.36	51,710.56
投资活动产生的现金流量净额	2,556.24	-14,693.48	17,839.27	-19,316.20
三、筹资活动产生的现金流量				
现金流入小计	29,340.58	66,253.93	66,800.00	28,900.00
现金流出小计	26,967.39	70,469.20	87,814.44	24,473.82
筹资活动产生的现金流量净额	2,373.18	-4,215.26	-21,014.44	4,426.18
四、现金及现金等价物净增加额	20,432.85	-5,603.25	13,038.31	3,655.11

（一）经营活动现金流量分析

公司致力于发展主业，经营活动产生的现金流入与流出是公司现金流的主要构成部分。报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 18,544.86 万元、16,213.17 万元、13,294.05 万元和 15,516.40 万元，占当期营业利润的比例分别为 96.33%、109.49%、86.85%和 163.92%，经营活动现金流状况良好。

（二）投资活动现金流量分析

1、发行人报告期内投资活动产生的现金流入如下：

单位：万元

项 目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
赎回理财产品	9,000.00	7,100.00	9,000.00	30,400.00
收回委托贷款及利息	-	-	22,781.00	-
收到的与资产相关的政府补助	-	-	285.00	1,456.14
理财产品投资收益	33.67	58.34	39.08	535.40
处置固定资产	22.68	2.14	8.55	2.81
合 计	9,056.36	7,160.48	32,113.63	32,394.35

报告期内，发行人为提高资金的使用效率，获得一定的投资收益，购买了银行理财产品。

报告期内，公司与珀宇实业、珀轩投资之间的委托借款说明详见本《招股意向书》“第七节同业竞争与关联交易”之“三关联方与关联交易”。

2、发行人报告期内投资活动产生的现金流出如下：

单位：万元

项 目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
购置固定资产、无形资产等	4,500.12	5,753.96	5,274.36	9,110.56

项 目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
购买理财产品	2,000.00	16,100.00	9,000.00	20,600.00
委托贷款放款	-	-	-	22,000.00
合 计	6,500.12	21,853.96	14,274.36	51,710.56

报告期内，公司购置固定资产的支出主要系为建造珀莱雅大厦、湖州分公司的厂房、宿舍楼和购置生产设备的支出。

（三）筹资活动现金流量分析

1、公司筹资活动现金流入均系银行借款，报告期各期，公司取得的借款金额分别为 28,900.00 万元、66,800.00 万元、66,253.93 万元和 29,340.58 万元。

2、发行人报告期内筹资活动产生的现金流出如下：

单位：万元

项 目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
偿还银行借款	25,900.00	66,400.00	51,400.00	23,040.00
偿还银行借款利息	1,067.39	2,109.20	2,374.44	1,433.82
支付股利	-	1,960.00	34,040.00	-
合 计	26,967.39	70,469.20	87,814.44	24,473.82

四、资本性支出分析

（一）报告期内重大资本性支出情况

报告期内公司发生的重大资本性支出主要是购买固定资产、无形资产和租赁的办公用房装修费支出等。报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金分别为 9,110.56 万元、5,274.36 万元、5,753.96 万元和 4,500.12 万元。

报告期内公司的资本性支出对公司的经营规模和盈利能力的增长产生了积极的影响。

（二）未来重大资本性支出计划及资金需求量

截至本《招股意向书》签署日，除本次发行募集资金投资项目外，发行人正在投资建设“珀莱雅大厦”项目（西发改改变备[2015]4 号），项目预计总投资 80,040.00 万元，截至报告期末发行人已累计投入 46,973.53 万元，预计以后年度

尚需投资 33,066.47 万元。本次发行募集资金投资项目详见本《招股意向书》“第十三节 募集资金运用”。

五、重大或有事项和期后事项

详见本《招股意向书》“第十节 财务会计信息”之“十、财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项”。

六、公司面临的主要困难以及财务状况和盈利能力的未来趋势

（一）未来发展趋势

公司目前的主营业务基础扎实，盈利能力较强，财务状况良好。基于以下因素的考虑，预计公司的财务状况和盈利能力将保持持续良好的发展趋势：

1、中国化妆品行业发展前景广阔

过去十年，国内化妆品市场一直保持稳定增长，虽然近年来增速有所放缓，但仍是全球范围内增长最快速的地区之一。2014 年中国化妆品市场增长率为 7.2%，而同期日本、法国、美国和韩国的增长率分别为 2.3%、0.5%、1.9%和 5.5%。

人口结构变化、收入水平提升带来的消费升级、消费习惯的改变、核心消费人群的增加、化妆品消费理念的加强、营销渠道的多元化将是决定未来中国化妆品市场容量的核心因素。根据 Euromonitor 的预测，中国化妆品行业将在未来几年继续保持稳定增长态势，预计到 2021 年市场容量将达到 4,337 亿元，2017 至 2021 年年均复合增长率 5.4%，行业发展空间巨大，行业内的龙头企业也将从行业增长中获得更多的红利。

2、国家产业政策支持

随着我国国民经济的发展，居民对各类消费品的需求量和需求水平都不断增加，化妆品已经成为一类重要的居民消费品。近年来，我国相继出台了一系列扶持国内化妆品企业发展的政策。2012 年国家标准委、国家质检总局、国家食药局联合发布《关于化妆品领域落实<标准化事业发展“十二五”规划>的意见》，提出到“十二五”末，努力实现我国化妆品标准质量水平明显提高，化妆品标准化整体质量效益明显提升，标准体系能基本满足化妆品生产、流通、消费和监管需要。

2012年1月19日，工信部发布的《轻工业“十二五”发展规划》明确指出日化行业重点发展科技含量和附加值高、绿色环保和具有民族特色的化妆品，培育知名品牌。加大化妆品安全性技术的研发，提升产品的安全性。

2012年我国香料香精化妆品工业协会发布化妆品“十二五”规划，不仅确定了未来5年行业发展目标，而且还制定了为实现这一目标而要实施的战略，包括：鼓励支持基础较好的大中型企业做强做大；引导企业完善、改进经营方式，拓宽销售渠道，加大网络营销力度；推动有实力的企业建设实验室和检测中心；建议有关部门建立完善促进化妆品行业良性发展的法律法规及监管体系等。

2017年2月，国务院发布了“十三五”国家药品安全规划，明确“十三五”期间将完善化妆品法规制度，制修订化妆品禁用、限用物质检验检测方法30-50项，加强化妆品检查等工作。

3、公司具有较强的竞争优势

公司拥有多年的行业经验，营销网络、品牌建设、产品研发、综合服务、人力资源及业务规模等方面构筑了立体的核心竞争优势，保证了公司较强的市场竞争力和业务盈利能力。

（二）公司面临的主要困难

化妆品行业具有资金密集型特点，资金规模对于公司投入产品研发、营销网络建设、营销宣传、人才汇集等具有重要作用。与上海家化、L'OCCITANE等国内外竞争对手相比，公司资产规模相对偏小，资金实力有限且来源过于单一，主要都是通过自身积累、商业信用及短期银行借款来满足公司发展的需求。因此，公司急需拓宽融资渠道，通过股权融资等融资方式满足公司迅速扩大经营规模对资金的需求。

报告期内各期，公司主要品牌为“珀莱雅”品牌，其销售收入占当期主营业务收入的比例分别为82.17%、88.00%、88.07%和87.55%，公司现存的其他品牌如优资莱、韩雅等品牌，虽然经过多年的培育，但因为投入的资源有限，销售规模仍较小，盈利能力未及预期。化妆品行业新品牌的创立、开拓和推广需要较大的资金投入，若新品牌的市场认可程度不及预期，可能导致公司的整体盈利能力。

公司本次募集资金投资项目完成后，公司的实力将得到提升，有利于公司进一步扩大市场规模，提高市场占有率。

本次发行上市后，公司自有资本金实力将得到增强，融资空间也将扩大，将为公司后续业务拓展提供强有力的资金支持。

七、公司即期回报趋势及填补措施

根据公司的合理预测，若发行人2017年度内能够完成公开发行并上市，与2016年度数据相比，公司2017年度的基本每股收益和稀释每股收益以及扣除非经常性损益后的基本每股收益和稀释每股收益均存在下降趋势。

（一）董事会选择本次融资的必要性和合理性

公司本次募集资金投资项目围绕化妆品主业进行，拟募集不超过92,783.47万元用于营销网络建设项目、产品中心建设项目和湖州分公司化妆品生产线技术改造项目的建设。本次融资必要性和合理性分析如下：

1、优化营销渠道加强品牌建设的需要

近年来，化妆品线上渠道销售异军突起，线上渠道的销售占比从2011年的5.2%增长到2015年的18.1%。通过近几年在线上渠道的大力投入，目前公司产品已经覆盖天猫商城、京东、唯品会、聚美优品等主流电商平台。“营销网络建设项目”将借助PC端及移动端的宣传提升公司产品在线上渠道的市场占有率。

此外，虽然化妆品线上渠道近年来经历了爆发式增长，但考虑到线上渠道的消费者对于化妆品品牌消费忠诚度不高，需要吸引大量新消费者等因素，单纯依靠线上渠道的快速增长来支撑企业未来发展存在不确定性。通过本次公开发行股票融资，将对现有日化专营店、商场和超市柜台等进行改造升级，进一步巩固公司产品在线下渠道的优势。通过线上线下渠道的不断投入，实现公司营销网络的均衡发展。

良好的品牌形象是化妆品企业的一项重要无形资产，品牌建设对企业整体战略实施及市场占有率提升具有重要意义。公司将通过包括媒体宣传推广、网络媒体、形象广告等多元化广告手段，全方位提升公司品牌影响力，进一步拉升公司的产品销售。

2、提升公司产品设计能力及精准营销的需要

公司现有“珀莱雅”、“优资莱”、“悠雅”、“韩雅”、“猫语玫瑰”、“悦芙媿”等品牌，每个品牌的内涵和针对的客户群体都不尽相同。化妆品行业设计的更新速度非常快，尤其是在现阶段的快节奏社会，人们对于新鲜事物的接纳程度加快，接受的信息量不断增大，要让产品形象设计吸引客户眼球，难度在不断加大。根据公司以往经验，产品整体设计（从包装到柜台形象、广告设计）更换最佳周期为2-3年，只有保持这一更新速度，才能保持品牌的新鲜感，增强客户粘性，吸引客户重复购买。“产品中心建设项目”的实施将提高公司产品设计能力，有助于保持现有品牌的更新及未来新产品系列的开拓。

2016年公司销售各类化妆品数量超过1亿支，虽然公司通过线上及线下销售平台接触到大量消费者，形成海量购买数据，但公司缺乏大数据采集、存储、分析和挖掘的能力。公司急需建立大数据中心，将大数据分析作为市场营销的重要补充手段。

3、缓解劳动力成本持续上升及产品品质升级的需要

据国家统计局数据显示，中国城镇居民可支配收入从2001年的6,860元增长到2016年的33,616元，复合年均增长率11.18%；农村居民可支配收入从2001年的2,366元增长到2016年的12,363元，复合年均增长率为11.65%。人工成本随着人均收入和生活水平的提高显著上升。

“湖州分公司化妆品生产线技术改造项目”的实施将新增4条全自动化化妆品生产线，替换原有的10条半自动线，在总产能不变的情况下减少用工数量132人，降幅达82.50%。

此外，化妆品作为直接接触皮肤的产品，其产品品质 and 安全性已成为消费者最为关注的问题之一。随着自我保障意识的加强，消费者对化妆品安全性的要求日益增高，持续提升产品品质 and 安全性不仅仅是企业赖以生存发展之本，也是企业获取市场竞争优势的关键。“湖州分公司化妆品生产线技术改造项目”通过引进国际先进的自动化化妆品生产线，提高公司产品品质的稳定性和安全性，以适应化妆品行业日益注重产品品质的发展特点。

（二）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系及公司从事募投项目在

人员、技术、市场等方面的储备情况

1、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

(1) 营销网络建设项目

“营销网络建设项目”的实施对于公司提升珀莱雅品牌形象起着至关重要的作用。对柜台形象的更新有助于保持消费者对品牌及产品的新鲜度和忠诚度；柜台形象升级可以与新产品的推广相结合，对新产品推广、吸引老客户购买具有很好的促进作用。此外，品牌建设对企业整体战略实施及市场占有率提升具有重要意义。公司成立至今一直致力于品牌形象的建设，通过签约明星代言人、与联合国妇女署合作等方式来打造品牌影响力、知名度和美誉度。近年来化妆品行业竞争日趋激烈，持续加大品牌建设将有利于企业保持长期较快发展。

(2) 产品中心建设项目

“产品中心建设项目”建设完成后，将形成市场研究中心、设计中心、创意中心、体验互动中心和大数据中心五大板块。该项目的实施将提高公司产品、品牌设计能力，有助于保持现有品牌的更新及未来新产品的开发；大数据中心的建立可以帮助公司精准定位消费者的地域分布、兴趣爱好等信息，根据分析结论，公司可以适时调整营销策略；体验互动中心为客户展示公司产品的生产全过程及公司产品的最新体验，通过与消费者的互动进一步提升公司品牌形象、扩大销售；创意中心对公司营销策划能力的提升具有重要意义。

(3) 湖州分公司化妆品生产线技术改造项目

“湖州分公司化妆品生产线技术改造项目”将对现有厂房进行装修改造，引进先进的自动化化妆品生产线及配套设备，对原有的半自动生产线进行替换，项目建设完成并达产后，可替代原有产能 2,688 万支，减少用工量 132 人。项目建设完成后，将较大程度提升公司生产自动化水平，提高生产效率，进一步减少用工成本，有利于缓解国内劳动力成本持续上升带来的影响。此外，引进国际先进的自动化化妆品生产线有助于提高公司产品品质的稳定性和安全性，以适应化妆品行业日益注重产品品质的发展特点。

2、公司从事募集资金投资项目的人员、技术、市场等方面的储备情况

（1）人员储备方面

公司组建了一支优秀、稳定的管理团队，拥有一大批在化妆品行业经验丰富的技术与研发人才、专业制造人才和营销人才。董事长、总经理等中高层以上的人员，均有 10 多年以上的化妆品领域从业经历，具有丰富的行业经验和行业技术素养，对市场和技术发展趋势具有前瞻把握能力，有能力领导公司继续保持长期健康、稳定的成长。近年来公司重视人才引进，吸引了包括品牌策划、营销管理、技术研发等一系列高端人才，为公司募投项目的顺利实施提供了保障。

（2）技术储备方面

公司自成立以来研发体系一直伴随业务的拓展而快速发展完善，技术研发始终处于核心地位，目前公司已拥有发明专利 29 项，实用新型专利 28 项，外观设计专利 80 项及多项核心技术。公司研发创新中心汇集了化学、物理、生物、植物学、香精香料、机械工程、包装工程和计算机等不同学科的各类专业人才，使公司在现代配方（乳化）技术、植物研究技术、包装设计、产品开发和评估技术等五个方面与国际全面接轨。

（3）市场储备方面

公司营销网络已覆盖全国30余个省、自治区、直辖市，销售终端网点2万余家。公司已拥有规模化的营销网络和专业化的品牌运营团队，营销管理运作经验丰富。公司于2012年成立美丽谷，全力拓展电子商务渠道销售，与唯品会、京东、聚美优品等大型电商平台建立了稳定的长期合作关系，报告期内公司电子商务销售占比大幅提高。

（三）填补回报的具体措施

为保证本次募集资金有效使用、有效防范即期回报被摊薄的风险和提高未来的回报能力，公司拟通过加强经营管理和内部控制、加快募投项目建设进度、强化投资者回报机制等措施，从而提升资产质量、增加营业收入、增厚未来收益、实现可持续发展，以填补被摊薄即期回报。具体措施如下：

1、加强经营管理和内部控制

公司已根据法律法规和规范性文件的规定建立健全了股东大会、董事会及其

各专门委员会、监事会、独立董事、董事会秘书和高级管理层的治理结构，夯实了公司经营管理和内部控制的基础。未来几年，公司将进一步提高经营管理水平、加快项目建设周期，提升公司的整体盈利能力；同时，公司将努力提高资金的使用效率，完善并强化投资决策程序，设计更为合理的资金使用方案，合理运用各种融资工具和渠道，控制公司资金成本，节省财务费用支出；另外，公司也将继续加强企业内部控制，加强成本管理并强化预算执行监督，全面有效地控制公司经营和管控风险。

2、加快募投项目建设进度

公司本次募集资金投资项目均围绕于主营业务，从现有业务出发，增强公司的经营能力。本次发行募集资金到位后，公司将加快推进募投项目建设，争取募投项目早日达产并实现预期效益。

3、强化投资者回报机制

为完善公司利润分配政策，增强利润分配的透明度，保护公众投资者的合法权益，公司已根据中国证监会下发的《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》（证监会公告[2013]43号），对公司上市后适用的《公司章程（草案）》中关于利润分配政策条款进行了相应规定。

公司股东大会已对《关于制定公司上市后三年股东分红回报规划的议案》进行了审议，强化对投资者的收益回报，建立了对股东持续、稳定、科学的回报规划与机制，对利润分配做出制度性安排，保证利润分配政策的连续性和稳定性。

公司承诺将根据中国证监会、上海证券交易所后续出台的实施细则，持续完善填补被摊薄即期回报的各项措施。

本公司如违反前述承诺，将及时公告违反的事实及原因，除因不可抗力或其他非归属于本公司的原因外，将向本公司股东和社会公众投资者道歉，同时向投资者作出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的利益，并在公司股东大会审议通过后实施补充承诺或替代承诺。

上述填补被摊薄即期回报的措施不等于对发行人未来利润做出保证。

4、相关责任主体的承诺

(1) 控股股东、实际控制人承诺

为保证公司填补被摊薄即期回报的措施能够得到切实履行，本人作为公司的控股股东、实际控制人承诺：

①任何情形下，本人承诺均不滥用控股股东、实际控制人地位，均不会越权干预公司经营管理活动，不会侵占公司利益；

②在中国证监会、上海证券交易所另行发布填补被摊薄即期回报的措施及其承诺的相关意见及实施细则后，如果公司的相关规定及本人承诺与该等规定不符时，本人承诺将立即按照中国证监会及上海证券交易所的规定出具补充承诺，并积极推进公司作出新的承诺或措施，以符合中国证监会及上海证券交易所的要求；

③本人承诺全面、完整、及时履行公司制定的有关填补被摊薄即期回报的措施以及本人对此作出的任何有关填补被摊薄即期回报的措施的承诺。若本人违反该等承诺，给公司或者股东造成损失的，本人愿意：A、在股东大会及中国证监会指定披露媒体公开作出解释并道歉；B、依法承担对公司和/或股东的补偿责任；C、无条件接受中国证监会和/或上海证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出的处罚或采取的相关监管措施。

上述填补被摊薄即期回报的措施不等于对公司未来利润做出保证。

(2) 公司董事、高级管理人员承诺

为保证公司填补被摊薄即期回报的措施能够得到切实履行，本人作为公司的董事、高级管理人员承诺：

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，也不得采用其他方式损害公司利益；

②本人承诺将严格遵守公司的预算管理，本人的任何职务消费行为均将在为履行本人职责之必须的范围内发生，并严格接受公司监督管理，避免浪费或超前消费；

③本人承诺不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；

④本人承诺积极推动公司薪酬制度的完善，使之更符合填补被摊薄即期回报的要求；支持公司董事会或薪酬委员会在制订、修改补充公司的薪酬制度时与公

司填补被摊薄即期回报的措施的执行情况相挂钩；承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

⑤在中国证监会、上海证券交易所另行发布填补被摊薄即期回报的措施及其承诺的相关意见及实施细则后，如果公司的相关规定及本人承诺与该等规定不符时，本人承诺将立即按照中国证监会及上海证券交易所的规定出具补充承诺，并积极推进公司作出新的承诺或措施，以符合中国证监会及上海证券交易所的要求；

⑥本人承诺全面、完整、及时履行公司制定的有关填补被摊薄即期回报的措施以及本人对此作出的任何有关填补被摊薄即期回报的措施的承诺。若本人违反该等承诺，给公司或者股东造成损失的，本人愿意：A、在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉；B、依法承担对公司和/或股东的补偿责任；C、无条件接受中国证监会和/或上海证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出的处罚或采取的相关监管措施。

上述填补被摊薄即期回报的措施不等于对发行人未来利润做出保证。

八、未来分红回报规划

（一）股东分红回报规划制定考虑因素

公司现有股东以及管理层重视对投资者给予持续稳定的回报。公司着眼于长远和可持续发展，在综合分析公司经营发展实际、股东要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等因素的基础上，充分考虑公司的盈利及现金流量情况、所处发展阶段、项目资金需求等因素，确定了公司的分红回报规划。

经公司股东大会审议通过的《公司章程（草案）》明确规定了公司的利润分配政策，详见本《招股意向书》“第十四节股利分配政策”之“三、本次发行上市后的股利分配政策”之“（一）本次发行上市后的股利分配政策”。

（二）公司上市后未来三年具体股利分配计划

根据公司股东大会决议，公司上市后三年内，公司在足额提取法定公积金以后，每年向股东现金分配股利不低于当年实现的可供分配利润的 20%；进行利润分配时，具体比例由董事会根据公司实际情况制定后提交股东大会审议通过。在

确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票股利分配或公积金转增。各期留存的未分配利润将用于满足公司发展的需求等。

九、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

（一）审计截止日（2017年6月30日）后主要经营情况

截至本《招股意向书》签署日，公司主要经营状况正常，经营业绩继续保持稳定。此外，公司经营模式、主要原材料的采购规模及采购价格、主要产品的销售规模及销售价格、主要客户及供应商的构成、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项方面未发生重大变化。发行人预计2017年1-9月公司营业收入及净利润不会发生重大波动。

根据公司目前的财务状况、经营成果和预测情况，公司预计2017年1-9月实现营业收入为116,202.99万元~126,581.90万元，较上年同期增长14%~24%；归属于母公司股东的净利润为12,052.70万元~12,835.51万元，较上年同期增长60%~70%；扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润为10,960.57万元~11,659.30万元，较上年同期增长60%~70%。（上述数据不构成盈利预测）

第十二节 业务发展目标

一、公司发展战略及目标

公司以实现“美丽人生，美好生活”为使命，坚持“多品牌、多品类、多渠道、多模式”的发展战略，以差异化定位品牌来覆盖多年龄段、宽收入区间、多层次的客户群，产品覆盖护肤、彩妆、精油等化妆品领域；以覆盖日化专营店、商场超市、电子商务、电视购物、单品牌店、化妆品零售连锁店等渠道的营销网络，紧紧抓住我国化妆品行业发展的历史机遇，通过不断的技术创新、产品优化以及营销创新，致力于成为最具竞争力的中国优秀民族化妆品企业。

二、发行人发行当年和未来两年的发展计划

公司结合自身发展特点和外部市场环境，制定了如下发展计划：

1、坚持多品牌发展战略

除主品牌“珀莱雅”外，目前公司旗下拥有“优资莱”、“韩雅”、“悠雅”、“猫语玫瑰”、“悦芙媞”等品牌。此外，公司将结合旗下各品牌的特点有针对性地加大不同品牌的广告宣传，聘请符合各品牌定位的知名代言人，通过电视、杂志、互联网及移动端媒体深度挖掘品牌价值，提升品牌形象，增强品牌好感度和美誉度。

2、产品中心计划

公司计划在未来二年内，建设建筑面积 9,000 平方米的产品中心，主要用于化妆品市场研究、新产品设计、产品创意、消费者体验互动及大数据分析。公司历年来在化妆品原材料基础研究和新产品开发研究方面投入较大，但在产品整体创意设计、精准营销、对消费者的大数据分析及使用等方面相对薄弱。产品中心的建成将有效弥补这一短板，极大提升公司产品在市场上的竞争力，满足公司长远发展的需要。

3、单品牌店战略

随着本草养颜护肤理念日益受到追捧，化妆品“韩流”的兴起，韩国化妆品品牌直营店“悦诗风吟”的成功，为紧跟行业发展潮流，公司计划通过聘请资深韩国化妆品专家团队打造“悦芙媞”单品牌店。“悦芙媞”产品风格为“自然、

纯真、现代、有趣”，主要消费目标人群为 20-35 岁追求多样性及性价比的年轻消费者。单品牌店是对公司现有产品系列和营销渠道的有效补充，是公司业务发展的进一步提升，使公司可以有效掌控终端销售渠道，大幅提升公司业绩的增长。

4、人力资源开发计划

高素质的人才打造世界级企业的基础，培养造就一支复合型人才队伍是公司未来几年工作的重中之重。未来两年，公司将根据业务发展目标制定相应的人才培养计划，不断引进新的人才和调整人才结构，在策划、销售、研发、管理、生产等方面全面提升员工素质。同时，公司人力资源部门将根据公司业务发展的不同阶段，分别就公司员工培训与开发、绩效考核与管理、员工福利与激励、社会保险等方面作出详细规划并组织实施，以满足公司长远发展的需要。

5、融资计划

在融资安排上，公司计划通过本次发行进入资本市场，并按相应的募集资金管理规定合理使用募集资金，用于本《招股意向书》中所列项目，以优化公司产品结构，进一步巩固和提高公司领先优势。此外，公司将根据自身业务发展需要，多方位拓展融资渠道，在保持公司资本结构合理的前提下，综合利用银行借款、发行债券、增发股票等多种融资手段筹集公司发展所需资金，以满足公司业务发展的需要。

三、发行人拟定上述计划所依据的假设条件

拟定上述业务发展规划是以公司现有的业务发展条件和市场地位为基础，主要依据以下假设条件：

- 1、公司所遵循的国家现行的法律、法规、方针、政策无重大变化；
- 2、国家现行的利率、汇率、税收政策无重大变化；
- 3、公司所处行业处于正常发展状态，没有出现重大不利市场突变情形；
- 4、公司所在地区的社会经济环境没有重大不利变动；
- 5、公司生产经营能力不受能源、动力、原材料短缺等重大不利因素影响；
- 6、公司本次股票发行成功，募集资金及时到位；

- 7、募集资金投入项目能按计划组织实施并如期完成；
- 8、无其他不可抗拒因素或不可预见因素对公司造成重大不利影响。

四、发行人实施上述计划可能面临的主要困难

实施上述计划，本公司可能面临如下主要困难：

- 1、公司在实施上述品牌推广、渠道创新、人才引进等发展计划方面，需要大量的资金投入，充足的资金能保证公司持续快速发展，否则将影响公司发展目标的实现。
- 2、随着经营规模的不断扩大，公司组织结构日益复杂，这对公司管理层运营能力的要求越来越高；同时，公司的人员规模也将有较大扩充，从而对公司的管理提出更高的要求。

五、发行人确保实现上述发展计划拟采用的方式、方法或途径

为确保实现上述发展计划，本公司拟采用以下方式、方法或途径：

- 1、本次公开发行股票为公司实现上述发展目标提供了资金支持，公司将认真组织募集资金投资项目的实施，争取项目高效产出，增强公司产品及品牌在行业内的核心竞争力。
- 2、公司将严格按照上市公司的要求规范运作，完善公司的法人治理结构，强化各项决策的科学性和透明度，促进公司的机制创新和管理升级。
- 3、公司将加快对优秀人才特别是营销人才、研发人才和管理人才的引进，进一步提高公司的综合实力，确保公司业务发展目标的实现。
- 4、充分利用公司现有资源，准确把握市场需求，积极拓展市场，并结合自身优势和市场需求开发新产品，进一步提高公司产品的市场占有率。

六、上述业务发展规划与现有业务的关系

上述业务发展规划是以本公司现有业务为基础，公司旨在通过上述业务发展规划的实施，进一步丰富和完善公司旗下多品牌体系，提高品牌知名度和美誉度。上述业务发展规划与公司现有业务模式一致，是公司现有业务模式的深化与发展，通过上述业务发展规划的实施，将进一步提高公司产品的市场占有率，进一

步提高公司竞争优势和市场地位。

第十三节 募集资金运用

一、募集资金运用计划

（一）募集资金使用依据

公司2016年第二次临时股东大会及2017年第二次临时股东大会审议通过了《关于公司申请首次公开发行股票募集资金投资项目实施方案及其可行性报告的议案》及《关于调整公司首次公开发行股票募集资金投资项目的议案》，实际募集资金扣除发行费用后全部用于公司主营业务相关的项目。

公司《募集资金管理制度》已于2016年第二次临时股东大会审议通过，该制度对募集资金的存储及使用管理、募集资金项目的管理与监督等进行了详细规定。

（二）募集资金具体用途

经公司2016年第二次临时股东大会、2017年第二次临时股东大会及第一届董事会第十七次会议审议通过，本次发行募集资金将按轻重缓急顺序依次投资于下述与公司主营业务相关的项目，具体情况如下表所示：

序号	项目名称	项目总投资（万元）	募集资金投资额（万元）
1	营销网络建设项目	63,198.00	47,516.83
2	产品中心建设项目	22,335.47	16,793.42
3	湖州分公司化妆品生产线技术改造项目	7,250.00	5,451.07
合计		92,783.47	69,761.32

若本次发行实际募集资金低于投资金额，公司将通过自筹解决。本次发行募集资金到位前，若本公司已利用自有资金和银行贷款对上述部分项目进行了先期投入，则募集资金到位后用于项目剩余投资及置换已支付款项。

二、募集资金投资项目符合国家产业政策、投资管理、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定

本次募集资金投资项目均履行了立项手续，取得的备案文件具体如下：

序号	项目名称	备案证文号
1	营销网络建设项目	西发改技备案[2016]5 号
2	产品中心建设项目	西发改技备案[2016]3 号
3	湖州分公司化妆品生产线技术改造项目	吴发改经投备[2016]32 号[注]

注：经湖州市吴兴区发展改革和经济委员会出具的吴发改经投延期[2017]4 号《项目延期通知书》批准，该项目建设起止年限延期至 2018 年 2 月。

经核查，保荐机构、发行人律师认为：发行人募集资金投资项目符合国家产业政策、投资管理、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定。

三、募集资金投资专项存储情况

为了规范募集资金的管理和使用，最大限度保护投资者权益，公司依照相关法律法规并结合公司实际情况，制定了《募集资金管理制度》。该制度经 2016 年第二次临时股东大会审议通过，明确了募集资金使用的分级审批权限、决策程序、风险控制措施及信息披露程序，对募集资金存储、使用、变更、管理与监督等内容进行了明确规定。根据《募集资金管理制度》的要求并结合公司生产经营需要，公司对募集资金采用专户存储制度，对募集资金实行严格的审批制度，便于对募集资金使用情况进行监督，以保证募集资金专款专用。

四、本次募集资金投资项目的可行性分析

公司董事会已对上述募集资金投资项目作出可行性分析，认为上述募集资金投资项目有助于提升公司品牌档次和品牌形象，提高公司产品设计能力和生产效率，且与公司现有生产经营规模、技术水平、财务状况相适应，具有实施的可行性。具体分析如下：

在生产经营规模方面，公司作为集化妆品研发、生产、销售于一体的企业，2017 年 1-6 月化妆品产量为 5,711.48 万支，2017 年 1-6 月化妆品销量 5,723.19 万支。截至 2017 年 6 月末，公司旗下主品牌“珀莱雅”销售终端 13,000 余家，生产和销售均具有一定规模。

在财务状况方面，公司资产结构稳健，经营业绩能够保持稳定。截至 2017 年 6 月末，资产总额达 162,713.13 万元，净资产规模为 64,948.02 万元，2017 年 1-6 月营业收入达 83,379.11 万元。

在技术水平方面，自成立以来研发体系一直伴随业务的拓展而快速发展完善，技术研发始终处于核心地位，目前公司已拥有发明专利 30 项，实用新型专利 28 项，外观设计专利 190 项及多项核心技术。公司研发创新中心汇集了化学、物理、生物、植物学、香精香料、机械工程、包装工程和计算机等不同学科的各类专业人才，使公司在现代配方（乳化）技术、植物研究技术、包装设计、产品开发和评估技术等五个方面与国际全面接轨。

在人员储备方面，公司组建了一支优秀、稳定的管理团队，拥有一大批在化妆品行业经验丰富的技术与研发人才、专业制造人才和营销人才。董事长、总经理等中高层以上的人员，均有 10 多年以上的化妆品领域从业经历，具有丰富的行业经验和行业技术素养，对市场和技术发展趋势具有前瞻把握能力，有能力领导公司继续保持长期健康、稳定的成长。近年来公司重视人才引进，吸引了包括品牌策划、营销管理、技术研发等一系列高端人才，为公司募投项目的顺利实施提供了保障。

在管理水平方面，公司营销网络覆盖全国 30 余个省、自治区、直辖市，销售终端网点 2 万余家。公司已拥有规模化的营销网络和专业化的品牌运营团队，营销管理运作经验丰富。公司于 2012 年成立美丽谷，大力发展电商渠道销售，2017 年 1-6 月，电商渠道销售额达到 2.60 亿元。

综上所述，公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平、人员储备和管理能力为本次募投项目的实施提供了保证。

五、募集资金运用对同业竞争和独立性的影响

本次募集资金投资项目实施后，不会和控股股东之间产生同业竞争或者对公司独立性产生不利影响。

六、募投项目所采取的环保措施及金额

本次募集资金投资项目中与生产相关的为“湖州分公司化妆品生产线技术改造项目”，该项目所需募集资金主要用于对现有厂房进行装修改造，引进先进的自动化化妆品生产线及配套设备替换原有生产线，不涉及新增产能。该项目已于 2016 年 3 月取得湖州市吴兴区环境保护局出具的 2016004 号《浙江省工业企业“零

土地”技术改造项目环境影响评价文件承诺备案受理书》，已履行建设项目环境影响评价备案程序。

根据深圳市前瞻投资顾问有限公司出具的《可行性研究报告》，该项目环保措施如下：

（1）废水污染防治措施

公司现有生产基地建造时，已建成相关污染物环保处理设施。项目实施过程中产生生产废水统一先通过公司的污染物环保处理设施，废水处理达标后，纳入市政污水管网统一排放。

（2）废气污染防治措施

项目实施过程中在加料卸料环节有少量香料气味挥发，经生产车间通风换气装置搜集后，统一经过气体过滤、净化等处理后向外排放，废气排放速率和排放浓度达到《大气污染物综合排放标准》（GB16297—1996）中的二级标准，对周围大气环境不会产生不利影响。

（3）固体废物防治措施

项目实施过程中产生的固废原料包装桶，公司实施收集后，退还给原料供应商；废含油抹布、废油墨、报废的产品和半成品的包装袋均委托有资质单位处理；生活垃圾通过厂区垃圾桶、垃圾分类房等收集设施收集后，交由生活垃圾处理中心统一处理。

（4）噪声污染防治措施：①对产生噪声的生产设备做好防震、减震措施，根据设备运行特征，在设备安装时浇筑混凝土底座和加装防震垫片；②生产车间配备完好的隔声门窗，生产时紧闭门窗；③加强日常的设备维护，保证设备的正常运行，避免由于设备故障导致的噪声超标；④将空气压缩机放置在独立车间内，生产时紧闭门窗，仅机修人员对上述设备进行操作、巡视时短暂停留，相关人员均配有耳塞，避免造成人员伤害。

本项目设备产生的噪声较小，实施上述措施后，可使厂界外噪声达到远高于《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348—2008）中的3类标准，不会对周边环境产生不良影响。

本次募集资金投资项目之“湖州分公司化妆品生产线技术改造项目”系对原有半自动化妆品生产线进行升级改造，生产工艺与现有生产线相同，无新增生产线和新增产能，使用现有环保设备对生产过程中的污染物进行环保处理，拟投入40万元对现有污水处理系统进行升级改造，环保投入与排污量相匹配。

根据该项目可行性研究报告和项目实施地环保部门出具的项目环境影响评价文件，该募投项目环保投入与排污总量匹配，能够实现达标排放。

七、营销网络建设项目

（一）项目基本情况

1、项目主要建设内容

本项目募集资金主要用于渠道形象建设及品牌建设。渠道形象建设计划更新改造现有日化专营店柜台10,000个，商场柜台700个，超市柜台600个；品牌建设将通过传统媒体渠道、PC端渠道及移动端渠道等多种渠道提升公司品牌知名度。本项目建成后，将满足公司在线下渠道柜台的更新改造需求，加大品牌宣传力度，提升公司品牌知名度和影响力。

（二）项目实施的必要性

1、优化营销渠道是化妆品企业发展的需要

近年来，化妆品电商销售异军突起，线上渠道的销售占比从2012年的10.2%增长到2016年的20.6%。通过近几年在线上渠道的大力投入，目前公司产品已经覆盖唯品会、京东、聚美优品、天猫、淘宝等主流网购平台。本项目建成后，公司将借助PC端及移动端的宣传提升公司产品在线上渠道的市场占有率。

此外，虽然化妆品电商渠道近年来经历了爆发式增长，但考虑到线上渠道的化妆品品牌消费忠诚度不高，需要吸引大量新消费者等因素单纯依靠线上渠道的快速增长来支撑企业未来发展存在不确定性。本项目通过对现有日化专营店、商场和超市柜台的更新改造升级，进一步巩固公司产品在线下渠道的传统优势，线上线下渠道的大力投入，将实现公司营销网络的均衡发展。

2、线下渠道更新升级的需要

线下渠道销售网点的柜台形象，对于公司提升珀莱雅品牌档次、树立其良好

品牌形象起着至关重要的作用。从化妆品企业线下渠道的运作经验来看，为保持消费者对品牌及产品的新鲜度和忠诚度，需要每隔 2-3 年对柜台形象进行更新升级。此外，柜台形象升级可以与新产品的推广相结合，对新产品推广、吸引老客户购买及提高产品单价具有很好的促进作用。目前“珀莱雅”品牌正在使用的柜台形象亟需更新，因此本项目的实施具有很强的必要性。

3、加强品牌建设是化妆品企业扩大市场份额的有效途径

良好的品牌形象是化妆品企业的一项重要无形资产，品牌建设对企业整体战略实施及市场占有率提升具有重要意义。成立至今，公司一直致力于品牌形象的建设，通过签约明星代言人、与联合国妇女署合作等方式来打造品牌影响力、知名度和美誉度。持续加大品牌建设将有利于企业长期保持较快发展。

本项目将通过包括电视媒体、杂志媒体在内的传统媒体宣传推广；包括网络视频、网络广告推广、微博、微信官网广告投放等 PC 端及移动端市场宣传推广；包括聘请代言人拍摄广告及活动策划、植入广告及线下推广活动等多元化广告手段，全方位提升公司品牌影响力，进一步拉升公司的产品销售。

（三）项目投资概算

1、项目投资总额

本项目投资总额估算为 63,198 万元，其中渠道形象建设费 24,700 万元，品牌建设费 35,793 万元，铺底流动资金 2,705 万元。本项目投资构成情况如下：

序号	投资内容	投资金额（万元）	占总投资比例（%）
一	渠道形象建设费	24,700	39.08
二	品牌建设费	35,793	56.64
三	铺底流动资金	2,705	4.28
合计		63,198	100.00

2、项目建设投资估算

（1）渠道形象建设费

渠道形象建设费主要是指销售终端柜台的更新改造费用，具体投资估算如下表所示：

销售终端	更新柜台数（个）	更新单价（万元/个）	投资费用（万元）
日化专营店	10,000	1.30	13,000

商场	700	15.00	10,500
超市	600	2.00	1,200
合计	11,300	-	24,700

（2）品牌建设费

品牌建设费主要用于品牌宣传，包括媒体宣传及推广和网络媒体推广及形象广告，具体投资估算如下表所示：

项目	推广方式	推广媒体	金额（万元）
媒体宣传及推广	电视电影媒体推广	一线卫视、电影贴片等	15,000
	杂志媒体推广	时尚杂志等	1,500
	户外媒体推广	机场、地铁、商圈等	3,000
网络媒体	网络视频	视频网站贴片	4,000
	网络推广	网络广告推广	5,000
	微博、微信官网	微博、微信官网运营维护	293
形象广告	代言人	-	2,000
	植入广告	电影、电视剧及综艺节目	4,000
	线下推广活动	新品发布会等	1,000
	合计		35,793

（四）项目的进度安排

本项目建设期为三年，本项目投资金额具体使用进度计划如下表所示：

单位：万元

序号	项目	投资金额	第一年投入	第二年投入	第三年投入
1	渠道形象建设费	24,700.00	10,300.00	7,300.00	7,100.00
2	品牌建设费	35,793.00	10,737.90	10,737.90	14,317.20
3	流动资金	2,705.00	976.00	788.00	941.00
	合计	63,198.00	22,013.90	18,825.90	22,358.20

（五）项目实施主体及选址

本项目由公司自主组织和实施，并在全国范围内对销售终端柜台进行更新改造。

（六）项目的环保情况

本项目建设不涉及生产及新增土地，故无需取得环保部门批复。

（七）项目的经济效益情况

本项目完全建成后，预计年新增销售收入（含税）146,090.47 万元，年新增利润总额为 23,004.12 万元，税前内部收益率为 29.24%，税前投资回收期为 5.91 年（含工程建设期），项目经济效益较好。

截至 2017 年 6 月 30 日，公司已投入 26,540.76 万元用于该项目。

八、产品中心建设项目

（一）项目建设内容

本项目募集资金主要用于建设产品中心，项目拟使用珀莱雅大厦（在建）共计 5 层，总建筑面积 9,000 平方米，产品中心主要包括市场研究中心、设计中心、创意中心、体验互动中心和大数据中心五大板块。

1、市场研究中心

使用建筑面积约 900 平方米；将与第三方市场调研机构合作，主要研究化妆品发展前景及趋势分析、竞争对手情况、消费者偏好情况、消费者满意度等，第一时间捕捉化妆品行业市场动态，及时调整公司发展规划和营销策略，使公司战略更迎合市场发展趋势。

2、设计中心

使用建筑面积约 1,800 平方米；将公司产品的外包装设计 with 产品本身的理念及风格结合，整合“珀莱雅”、“优资莱”、“悠雅”、“韩雅”、“猫语玫瑰”等现有品牌及“悦芙媞”等新品牌资源，把握公司产品的品牌形象的视觉设计风格和方向，塑造良好的视觉整体形象，提高产品品牌形象。

3、创意中心

使用建筑面积约 1,800 平方米；主要承担品牌策划、活动策划及其他创意营销等职能，统筹媒介资源及营销资源，将公司品牌形象传递给消费者，提高公司品牌的认知度和美誉度，充分发挥创意营销的作用，使公司在激烈的市场竞争中占据优势地位。

4、体验互动中心

使用建筑面积约 3,600 平方米；主要分为化妆品展示及交流厅、消费者体验厅和消费者互动厅等三大功能区块。

（1）化妆品展示及交流厅：主要用于公司旗下化妆品展示介绍，科普化妆基本知识，并把化妆品研发、生产、测试、包装等整条生产线以 10:1 比例缩小版模型展示在消费者面前，让消费者可以亲眼见证天然、健康、无污染的生产流程，对公司产品更加放心。

（2）消费者体验厅：下设皮肤馆、SPA 馆及保健美容养生馆，其中使用面积最大的为皮肤馆，主要为各类功能体验室。消费者体验厅主要为消费者提供各种皮肤检测、化妆品适配及美容养生等服务，通过一系列的消费者体验促成销售，提升品牌形象。

（3）消费者互动交流厅：通过组织各种创意营销小游戏、讲座、抽奖活动等节目为消费者最终购买产品持续努力。

5、大数据中心

使用建筑面积约 900 平方米；配置高性能机房及云计算设备，通过大数据技术，一方面可以采集公司线上消费者行为，收集消费者数据，为线上消费者进行精准的个性化推荐；另一方面公司计划在线下渠道进行大规模的会员活动，将线下渠道积累的会员数据反馈给大数据中心，经过有效的数据分析，定期精准地给消费者推送线下活动。

（二）项目实施的必要性

1、提升公司产品设计能力的需要

化妆品产品设计是品牌理念、产品特性、消费心理的综合反映，它直接影响到消费者的购买选择。化妆品行业发展到今天，包装设计与商品已融为一体。产品设计作为功能性和艺术性的结合，在整个化妆品销售环节中，发挥着极其重要的作用。包装设计会根据化妆品的物理特性、品牌内涵、目标客户人群的不同来进行相应的调整。

公司现有“珀莱雅”、“优资莱”、“悠雅”、“韩雅”、“猫语玫瑰”、“悦芙媿”等品牌，每个品牌的内涵和针对的客户群体都不尽相同。化妆品行业

设计的更新速度非常快，尤其是在现阶段的快节奏社会，人们对于新鲜事物的接纳程度加快，接受的信息量不断增大，要让产品形象设计吸引客户眼球，难度在不断加大。根据公司以往经验，产品整体设计（从包装到柜台形象、广告设计）更换最佳周期为 2-3 年，只有保持这一更新速度，才能保持品牌的新鲜感，增强客户粘性，吸引客户重复购买。该项目的实施将提高公司产品设计能力，有助于保持现有品牌的更新及未来新品牌、新产品系列的开发。

2、公司产品精准营销的需要

2015 年公司销售各类化妆品数量超过 1 亿支，虽然公司通过线上及线下销售平台接触到大量消费者，形成海量购买数据，但公司缺乏大数据采集、存储、分析和挖掘的能力。公司急需建立大数据中心，将大数据分析作为市场营销的重要补充手段。与传统的市场研究方法不同，大数据市场研究方法不再局限于抽样调查，而是基于全样本的用户行为数据和多维度研究工具。大数据中心的建立可以帮助公司精准定位消费者的地域分布、兴趣爱好、购买力等信息，根据分析结论，公司可以适时调整营销策略。

大数据中心能够基于购买信息来进行数据分析挖掘并最终输出分析结果。但由于购买信息是在购买行为发生后才能取得，该信息相对滞后，如果公司想要获得前瞻性的客户喜好信息、最新的产品变化趋势，预测客户的购买行为，则需要通过市场调研、客户体验等途径来收集信息。本项目的实施将会强化公司市场调研能力和客户体验服务能力，并与大数据中心一起，形成三位一体的客户信息收集与分析体系，以此来实现公司产品的精准营销。

3、提升公司品牌形象的需要

化妆品品牌内涵与形象的打造与其营销策划息息相关，品牌形象直接影响产品的定价与销售。本项目的实施将通过体验互动中心为客户展示公司产品的生产全过程及公司产品的最新体验。公司将记录参与者的体验经历，并将其通过互联网等渠道分享给更多的潜在消费者。类似于伊利的“天然牧场参观”、肯德基的“健康厨房体验”，公司将打造“现代化生产线”与“绿色纯天然产品”体验，将健康环保与绿色天然理念传递给消费者，进一步提升公司品牌形象。此外，本项目还将通过创意中心的建立，提升公司的营销策划能力。

（三）项目投资概算

1、项目投资总额

本项目投资总额估算为 22,335.47 万元，具体情况如下：

序号	投资内容	投资金额（万元）	占总投资比例（%）
一	建筑工程投资	6,930.00	31.03
1	其中：建安费用	3,150.00	14.10
2	装修及配套设施工程	3,150.00	14.10
3	预备费	630.00	2.82
二	硬件购置费	4,005.45	17.93
三	软件购置费	1,242.02	5.56
四	人员费用	2,438.00	10.92
五	创意服务购买费	5,520.00	24.71
六	产品设计费用	800.00	3.58
七	市场调研费用	400.00	1.79
八	铺底流动资金	1,000.00	4.48
合计		22,335.47	100.00

2、项目投资估算

（1）建筑工程投资

建筑工程投资主要包括：建安费用、装修及配套设施工程和预备费。根据当地建筑工程标准结合公司实际情况，具体投资估算见下表所示：

序号	具体建设内容	预计工程量（平方米）	单价（万元/平方米）	总额（万元）
1	建安费用	9,000	0.35	3,150.00
2	装修及配套设施工程	9,000	0.35	3,150.00
3	预备费	-	-	630.00
合计		-	-	6,930.00

（2）硬件设备投资

本项目硬件设备投资主要包括办公设备、IT 设备、机房设备、体验中心设备等。

硬件设备投资具体内容如下表所示：

类别	设备名称	单价（万元/件）	总数量（件）	总价（万元）
办公设备	电脑	0.60	146	87.60
	办公桌椅	80.00	1	80.00
	打印复印一体机	3.00	2	6.00

	视频会议系统	50.00	2	100.00
	高清投影仪	5.00	5	25.00
IT 设备	数据库服务器	1.50	2	3.00
	云计算服务器	50.00	1	50.00
	云计算存储	50.00	1	50.00
	防火墙（软硬件）	8.00	2	16.00
	思科交换机	2.75	3	8.25
	其他测试服务器	5.00	3	15.00
	UPS	20.00	1	20.00
机房设备	机房空调	50.00	2	100.00
	机房系统（软硬件）	200.00	1	200.00
	办公局域网环境施工	100.00	1	100.00
体验中心设备	沉浸式多媒体信息发布系统	850.00	1	850.00
	面部皮肤整体分析系统 Canfield VISIA-CR	43.00	2	86.00
	皮肤反射共焦显微 Lucid VivaScope 3000	560.00	1	560.00
	皮肤成分分析仪 RiverD gen2-SCA	330.00	1	330.00
	激光多普勒血流仪 MoorVMS-LDF	52.00	1	52.00
	皮肤超声诊断仪 Courage+Khazaka Ultrascan UC 22	32.00	1	32.00
	高分辨率光学 3D 皮肤扫描仪 GFM PRIMOS High Resolution	43.00	1	43.00
	皮肤水分含量 IBS Skicon-200EX	6.00	4	24.00
	皮肤色泽测定 MINOLTA CR-410	10.00	2	20.00
	皮肤弹性及 ph 测定仪 Courage+Khazaka MPA 580	55.00	1	55.00
	双光子荧光显微镜 Jenlab DermaInspect	450.00	1	450.00
	防晒系数测定 Solar Light SPF290AS	35.00	1	35.00
	使用触感传感器 KATOTECH HapLog	8.50	3	25.50

皮肤水份油份测试仪 Corneometer CM825	22.00	1	22.00
皮肤黑色素和血红素测试仪 Mexameter MX 18	28.00	1	28.00
皮肤水份流失(TEWL)测试仪 Tewameter TM 300	18.00	1	18.00
皮肤水份流失三仪测试系统 Tewameter Triple TM 330T	25.00	1	25.00
重金属含量测试仪-原子吸收 光谱 Perkin Elmer AA - PinAAcle 900F	77.00	1	77.00
激素含量测定-液相色谱 Aglient 1260 HPLC	75.00	1	75.00
化妆品临床评估镜 TABLE Evalux Bench	3.50	4	14.00
皮肤镜图像分析系统 Derma Medical System MoleMax HD	23.00	1	23.00
皮肤显微镜 Visioscan VC 98 USB	2.50	2	5.00
皮肤水分分布测试仪 MoistureMap MM 100	23.00	1	23.00
皮肤皱纹测试仪 Visioline VL650	56.00	1	56.00
头皮屑测试仪 DandruffMeter DA 20	13.00	1	13.00
皮肤脱敏仪 MED-Tronik Mora Nova	45.00	1	45.00
激光嫩肤系统 Alma Harmony Clearlift	62.00	2	124.00
IKA 加热板 IKA C-MAG HP7	0.20	8	1.60
赛多利斯电子精密天平 BSA2202S	0.25	6	1.50
均质机 PREMIX ROBOMIX	7.00	4	28.00
机械搅拌器 IKA RW 20	0.25	12	3.00
合计			4,005.45

(3) 软件设备投资

本项目软件设备投资主要包括办公常用软件、美工软件、开发工具、测试软

件、操作系统、安全软件、数据库及云服务等。

软件设备投资具体内容如下表所示：

序号	设备名称	分类	单价 (万元)	数量	总价 (万元)
1	adobe acrobat pro v10.0 企业授权	常用软件	0.20	146	29.20
2	windows 7 x86_64 专业版	常用软件	0.10	146	14.60
3	office 2010 x86_64 专业版	常用软件	0.50	146	73.00
4	office visio 2010 企业授权	常用软件	0.12	146	17.52
5	office project 2010 企业授权	常用软件	0.15	146	21.90
6	adobe master collection cs6 开发方套件	美工软件	0.70	10	7.00
7	coreldraw x5	美工软件	0.50	10	5.00
8	微软 visio studio 2010 专业版	开发工具	0.30	18	5.40
9	beyond compaer 3 企业授权	开发工具	5.00	18	90.00
10	ARM ds-5 专业版	开发工具	10.00	2	20.00
11	VMware vSphere	开发工具	9.00	1	9.00
12	ultraedit 18 UESTudio 12	开发工具	0.20	4	0.80
13	source insight 3.5	开发工具	0.20	18	3.60
14	myeclipse 专业蓝版	开发工具	0.50	18	9.00
15	loadrunner 测试软件	测试软件	90.00	1	90.00
16	quicktest Professional 10 (企业授权)	测试软件	25.00	1	25.00
17	明御安全软件系列	安全软件	50.00	1	50.00
18	windows server 2013 E	操作系统	1.20	5	6.00
19	REDHAT Linunx	操作系统	1.40	5	7.00
20	SQL Server	数据库	45.00	2	90.00
21	Vmware	云服务	668.00	1	668.00
	合计				1,242.02

(4) 人工费用

本项目建设期为两年，计划第二年人工投入 2,438 万元，人工投入构成如下：

序号	职位	分类	单位人工 费用 (万元)	配置数量 (人)	总费用 (万元)
1	调研人员	市场研究	16	8	128

2	体验服务人员	体验活动开展	15	36	540
3	设计人员	产品设计	22	10	220
4	策划人员	品牌及活动策划	20	20	400
5	开发工程师	开发维护	25	22	550
6	客服人员	客户咨询	12	50	600
	合计			146	2,438

(5) 创意服务购买费

本项目建设期为两年，期间每年创意服务费投入 2,760 万元，具体情况如下：

类目	明细	总价（万元/年）
创意服务	广告创意策划服务	700
	数据购买	280
	广告拍摄服务	1,500
	活动创意策划服务	280
合计	-	2,760

(四) 项目的进度安排

本项目建设期为两年，项目投资金额具体使用进度计划如下：

单位：万元

序号	项目	投资金额	第一年投入	第二年投入
1	场地费	6,930.00	3,150.00	3,780.00
2	硬件购置费	4,005.45	-	4,005.45
3	软件购置费	1,242.02	-	1,242.02
4	人员费用	2,438.00	-	2,438.00
5	创意服务购买费	5,520.00	2,760.00	2,760.00
6	产品设计费用	800.00	400.00	400.00
7	市场调研费用	400.00	200.00	200.00
8	铺底流动资金	1,000.00	400.00	600.00
合计		22,335.47	6,910.00	15,425.47

(五) 项目实施主体及选址

本项目由公司自主组织和实施，项目拟在公司现有土地上进行建设，项目建设土地已取得《土地使用权证》（杭西国用（2014）第100053号），本项目不涉及新征土地。

（六）项目的环保情况

本项目不涉及生产，无需取得环保部门批复。

（七）项目的经济效益情况

本项目建设完成并投入运行后，可以提升公司的产品设计、研发、推广能力，为扩大销售规模提供有效支持，缩短产品与技术研发周期，提高公司创新能力，提升产品的核心竞争力，本身并不直接产生经济收入。

截至 2017 年 6 月 30 日，公司已投入 849.12 万元用于该项目。

九、湖州分公司化妆品生产线技术改造项目

（一）项目建设内容

本项目募集资金主要用于对现有厂房进行装修改造，引进先进的自动化化妆品生产线及配套设备，对原有的半自动生产线进行替换，并对相应的仓储物流进行更新改造，项目建设完成并达产后，可替代原有产能 2,688 万支，减少用工 132 人。

（二）项目实施的必要性

1、提高生产效率，缓解劳动力成本持续上升的需要

根据国家统计局的数据显示，中国城镇居民可支配收入从 2001 年的 6,860 元增长到 2015 年的 31,195 元，复合年均增长率 11.43%；农村居民可支配收入从 2001 年的 2,366 元增长到 2015 年的 10,772 元，复合年均增长率为 11.43%。人工成本随着人均收入和生活水平的提高显著上升。

本项目的实施将新增 4 条全自动化化妆品生产线，替换原有的 10 条半自动生产线，在总产能不变的情况下减少用工 132 人，降幅达 82.5%。

技术改造前后用工数量及产能对比情况如下：

项目	技改前	技改后
生产线情况	10 条半自动线	4 条全自动线
每条生产线用工数量	16 人	7 人
总用工数量	160 人	28 人
产能	2,688 万支	2,688 万支

项目建设完成后，将较大幅度提升公司生产自动化水平，提高生产效率和产

品质量,进一步减少用工成本,有利于缓解国内劳动力成本持续上升带来的影响。

2、公司产品品质升级的需要

化妆品作为直接接触皮肤的产品,其产品品质 and 安全性已成为消费者最为关注的问题之一。随着自我保障意识的加强,消费者对化妆品安全性的要求日益提高,持续提升产品品质 and 安全性不仅仅是企业赖以生存发展之本,也是企业获取市场竞争优势的关键。本项目通过引进国际先进的自动化化妆品生产线,提高公司产品品质的稳定性和安全性,以适应化妆品行业日益注重产品品质的发展特点。

3、实现公司发展战略的需要

公司自成立以来一直专注于化妆品的研发、生产和销售,致力于打造民族化妆品品牌。根据行业发展现状和公司的实际经营情况,公司制定了“多品牌、多品类、多渠道、多模式”的发展战略规划,对公司新产品开发、产品品质优化及生产效率提高等多方面提出了新要求。本项目的顺利实施,将为公司开发新产品提供产能保障,通过大幅减少用工人数降低生产过程中的人为因素干扰,提高产品品质、安全性和生产效率,为公司实现发展战略提供强有力的保障。

(三) 项目投资概算

1、项目投资总额

本项目投资总额估算为7,250万元,其中设备购置费6,740万元,配套及安装费用350万元,装修改造费用160万元。本项目投资构成情况如下:

序号	投资内容	投资金额(万元)	占总投资比例(%)
一	设备购置费	6,740	92.97
二	配套设施及安装	350	4.83
三	装修改造费用	160	2.21
合计		7,250	100.00

2、项目建设投资估算

(1) 设备购置费

项目设备购置清单如下:

序号	设备名称	型号/规格	单价 (万元)	数量 (台/套)	总金额(万 元)
1	自动理瓶灌装旋盖机	KL STAR	280	4	1,120
2	自动装盒机	KP1000	290	4	1,160
3	自动检重秤	GARVENS	20	8	160
4	新增中盒赋码系统	ACEXE	9	20	180
5	自动塑封机	RP	150	3	450
6	自动码垛机	A1800	110	1	110
7	自动装箱机	PESTER	370	1	370
8	均质乳化机组	SYS-2T	980	1	980
9	不锈钢储罐	1T	1.5	50	75
10	林德重型叉车	E25S	20	2	40
11	空气净化系统	定制	80	1	80
12	大桶油自动倾倒车	COTA	5	1	5
13	自动套盒组装线	定制	200	1	200
14	仓储智能温控系统	GSW-ZHT20	15	1	15
15	货架	横梁托盘式	200	1	200
16	自动拣配线	定制	225	2	450
17	TMS 系统	TM	50	1	50
18	车辆	天龙	20	2	40
19	车辆	江淮	15	2	30
20	冷藏库	定制	200	1	200
21	自动扫码、验货设备	定制	10	1	10
22	自助物流信息简介系统	定制	5	1	5
23	成品自动输送系统	定制	810	1	810
	合计	-	-	-	6,740

(2) 配套设施及安装

具体情况如下：

序号	具体内容	总额(万元)
1	变压器增容	80
2	污水处理系统升级改造	40
3	消防升级改造	30
4	设备安装调试投入	200

合计	350

（3）装修改造费用

本项目建设涉及的厂房装修改造面积约为 3,200 平方米，按 500 元/平方米的标准计算，共需投入装修改造费用 160 万元。

（四）项目的进度安排

本项目建设期为 12 个月。

（五）项目的方案概述

1、项目的生产工艺流程

详见本招股意向书“第六节业务与技术”之“九、发行人的主营业务”之“（一）公司主要产品的生产工艺流程”。

2、项目新增设备情况

本项目主要新增设备情况详见本节“（三）项目投资概算”之“2、项目建设投资估算”。

3、项目所需原辅材料和能源的供应

本项目的原辅材料主要为活性物、保湿剂、油酯蜡、乳化剂、防晒剂、包装材料等，原材料供应稳定充足。

本项目所需能源为水和电力，供应稳定充足，能够满足本项目建设及运营的需求。

4、项目实施主体及选址

本项目由湖州分公司组织和实施，本项目拟在公司现有土地上进行建设，项目建设土地已取得《土地使用权证》（吴土国用（2014）第001361号），不涉及新征土地。

（六）项目的环保情况

湖州市吴兴区环境保护局于 2016 年 3 月 18 日出具了《浙江省工业企业“零土地”技术改造项目环境影响评价文件承诺备案受理书》（编号：2016004），同意该项目环境影响评价备案。

（七）项目的经济效益情况

本项目建设完成并投入运行后，将提高公司化妆品生产自动化程度，减少劳动用工 132 人，本身并不新增经济收入。

截至 2017 年 6 月 30 日，公司已投入 13.50 万元用于该项目。

十、募集资金运用对财务状况及经营成果的影响

本次募集资金投资项目与公司现有的主营业务密切相关，有利于巩固公司的市场地位，强化公司的核心竞争力，提高公司的盈利水平。因此，本次募集资金投资项目的实施，将对本公司的财务状况和经营成果产生积极的影响。

（一）对公司净资产和每股净资产的影响

本次募集资金到位后，公司的净资产和每股净资产将获得大幅增长，有助于优化公司的财务结构，提高公司的抗风险能力。

（二）对公司资产负债结构的影响

本次募集资金到位后，公司的资产负债率将有一定幅度的下降，公司偿债能力、持续经营能力将会得到增强，进而降低公司的财务风险，提升信用和利用财务杠杆融资的空间，增强防范财务风险的能力。

（三）对公司净资产收益率的影响

本次募集资金到位后，公司净资产将大幅提高，募集资金投资项目在短期内难以完全释放效益，公司存在发行当年净资产收益率大幅下降的风险。但是随着募集资金投资项目的实施，公司净资产收益率将逐步回复到合理的水平。

（四）新增固定资产折旧对公司未来经营成果的影响

本次募集资金项目全部建成后，公司将增加固定资产 17,395.45 万元，无形资产增加 1,242.02 万元，项目达产后预计每年新增折旧 1,546.72 万元，新增无形资产摊销费用 248.40 万元，具体情况如下图所示：

单位：万元

项目	新增固定资产折旧	新增无形资产摊销	新增折旧摊销合计	新增利润总额	占比
营销网络建设项目	-	-	-	23,004.12	-

产品中心建设项目	873.17	248.40	1,121.58	-	-
湖州分公司化妆品生产线技术改造项目	673.55	-	673.55	-	-
合计	1,546.72	248.40	1,795.13	23,004.12	7.80%

本次募集资金项目投资完成后，将相应增加公司每年的折旧和摊销。根据公司目前的发展趋势判断，公司未来还将保持收入和利润的稳定增长；另一方面，根据募集资金项目的可行性分析研究，项目达产后，每年将新增销售收入 146,090.47 万元、利润总额 23,004.12 万元，由此新增的利润完全能够覆盖增加的折旧和摊销，提升公司经营业绩。

第十四节 股利分配政策

一、近三年的股利分配政策

根据《公司章程》的规定，公司依照下列顺序进行分配：

- 1、公司分配当年税后利润时，应当提取税后利润的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。
- 2、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。
- 3、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。
- 4、公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，股份有限公司按照股东持有的股份比例分配。
- 5、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。
- 6、公司持有的本公司股份不参与分配利润。
- 7、公司的公积金可用于弥补公司亏损、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。
- 8、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%。

二、报告期内公司实际股利分配情况

根据 2014 年 8 月 27 日公司 2014 年第三次临时股东大会决议，公司向全体股东分派现金股利 36,000 万元（含税）。

三、本次发行上市后的股利分配政策

（一）本次发行上市后的股利分配政策

根据《公司章程（草案）》，公司本次发行上市后，主要利润分配政策如下：

1、公司股利分配原则

公司利润分配应保持连续性和稳定性，实行持续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报，但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。若外部经营环境或者公司自身经营状况发生较大变化，公司可充分考虑自身生产经营、投资规划和长期发展等需要根据本章程规定的决策程序调整利润分配政策，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和上海证券交易所的有关规定。

2、公司利润分配的形式

公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式分配股利。公司应每年至少进行一次利润分配。利润分配中，现金分红优于股票股利。具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。公司在股本规模及股权结构合理、股本扩张与业绩增长同步的情况下，可以采用股票股利的方式进行利润分配。公司董事会可以根据公司的盈利及资金需求状况提议公司进行中期现金或股利分配。

3、利润分配的顺序

公司分配当年税后利润时，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，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

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。

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%。

4、公司现金分红的条件及现金分红政策

(1) 现金分红条件

①公司该年度或半年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值；

②公司累计可供分配利润为正值。

(2) 现金分红政策

公司每年以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可供分配利润的10%。

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，提出差异化的现金分红政策：

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%。

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。

在满足现金分红条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司原则上每年年度股东大会召开后进行一次现金分红，公司可以根据公司的盈利状况及资金需求状况进行中期现金分红。

5、股票股利分配条件及分配政策

在公司经营情况良好、业绩增长快速，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在确保足额现金利润分配的前提下，提出股票股利分配预案。董事会拟采用股票方式进行利润分配的，应当以股东合理现金分红回报和维持适当股本规模为前提，并综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素，确保利润分配方案符合全体股东的整体利益。

6、利润分配的决策程序和机制

公司每年利润分配方案由董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金供给和需求情况拟订。董事会应当认真研究和论证公司现金和股利分配的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、发展资金需求、融资成本、外部融资环境等因素科学地制定利润分配方案，独立董事应当对利润分配方案进行审核并发表独立明确的意见。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。股东大会对利润分配方案进行审议前，公司应当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。监事会应对董事会制定公司利润分配方案的情况及决策程序进行监督。

公司董事会未作出现金股利分配预案的，应当在董事会决议公告、年度报告中披露原因，以及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，独立董事应当对此发表独立意见。

董事会审议制定或修改利润分配相关政策时，须经全体董事过半数表决通过方可提交股东大会审议；股东大会审议制定或修改利润分配相关政策时，须经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上表决通过。

股东大会对利润分配方案作出决议后，董事会须在股东大会召开后2个月内完成现金或股利的派发事项。

存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

7、利润分配政策的披露

公司应当在年度报告中详细披露利润分配政策的制定及执行情况，并对以下事项进行专项说明：现金分红是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求；现金分红标准和比例是否明确和清晰；相关的决策程序和机制是否完备；独立董事是否尽职履责并发挥了应有的作用；中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到充分维护等。如对现金分红政策进行调整或变更的，还应详细说明调整或变更的条件和程序是否合规和透明等。

8、利润分配政策的调整和变更

公司的利润分配政策不得随意变更。公司应当根据自身实际情况，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事的意见制定或修改利润分配政策。如因外部

经营环境或者自身经营状况发生较大变化确需调整利润分配政策的，将以股东权益保护为出发点，在股东大会提案中详细论证和说明原因，调整后的利润分配政策不得违反法律法规以及中国证监会、证券交易所的有关规定。有关调整利润分配政策的议案，须经董事会、监事会审议通过后提交股东大会批准，独立董事应当对该议案发表独立意见。董事会审议修改利润分配相关政策时，须经全体董事过半数表决通过、并经二分之一以上独立董事同意，方可提交股东大会审议。股东大会审议修改利润分配相关政策时，须经出席股东大会会议的股东所持表决权的三分之二以上表决通过。为充分听取中小股东意见，公司应通过提供网络投票等方式为社会公众股东参加股东大会提供便利，必要时独立董事可公开征集中小股东投票权。

（二）本次发行上市后的利润分配规划和计划

本次发行上市后的利润分配规划和计划，详见本《招股意向书》“第十一节 管理层讨论与分析”之“八、未来分红回报规划”。

（三）滚存利润分配方案

公司2016年第二次临时股东大会审议通过《关于公司首次公开发行股票前滚存利润分配的议案》：如公司首次公开发行股票顺利完成，则截至本次公开发行前滚存的未分配利润，由首次公开发行后的新老股东按持股比例共同享有。截至报告期末，公司未分配利润33,700.44万元。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露制度和投资者服务计划

为保护投资者的合法权利，加强公司信息披露工作的管理，规范公司信息披露行为，公司制订了《信息披露制度》、《投资者关系管理制度》，并设立董事会办公室作为公司信息披露和投资者关系的负责部门，该部门的负责人为张叶峰女士，对外咨询电话：0571—87352850。

二、正在履行的重大合同

截至报告期末，公司正在履行的重大合同如下：

（一）采购合同

报告期内，公司与主要供应商均签订年度供货合同，鉴于相关采购合同中未明确约定合同金额，故选取 2016 年度采购金额大于 3,000 万元的采购合同，具体如下：

序号	甲方	乙方	合同内容	合同期间
1	湖州分公司	杭州三星工艺玻璃有限公司	甲方向乙方采购化妆品品牌容器、物料、包材及配件等产品	2017.3.1-2019.2.28
2	湖州分公司	阿蓓亚塑料实业（上海）有限公司	甲方向乙方采购化妆品品牌容器、物料、包材及配件等产品	2017.3.1-2019.2.28
3	湖州分公司	浙江合盛塑料制品有限公司	甲方向乙方采购化妆品品牌容器、物料、包材及配件等产品	2017.3.1-2019.2.28

（二）销售合同

报告期内，公司与主要客户均签订年度销售合同，鉴于相关销售合同中未明确约定合同金额，故选取 2016 年度销售金额大于 3,000 万元的销售合同，具体如下：

序号	客户名称	销售区域	合同销方	合同期间
1	唯品会（中国）有限公司	网络销售	美丽谷	2017.1.1-2017.12.31
2	杭州恒浩贸易有限公司	浙江地区	珀莱雅贸易	2017.1.1-2019.12.31
3	天津聚美优品科技有限公司	网络销售	创代电子	2017.1.1-2017.12.31
4	北京京东世纪贸易有限公司	网络销售	美丽谷	2017.1.1-2017.12.31

（三）银行合同

截至报告期末，本公司正在履行的金额在 3,000 万元以上的重大借款、抵押合同、保证合同和银行理财合同如下：

1、借款合同

序号	借款人	贷款人	合同编号	金额（万元）	最后到期日期
1	珀莱雅股份	招商银行股份有限公司杭州庆春支行	2016 年授字第 205 号《授信协议》	注 1	
2	珀莱雅股份	北京银行股份有限公司杭州分行	0370375 号《借款合同》	注 2	
3	珀莱雅股份	北京银行股份有限公司杭州分行	0369932 号《借款合同》	注 3	2017.10.19
4	珀莱雅贸易	中国工商银行股份有限公司杭州延中支行	0120200002-2017 年（延中）字 00004 号《借款合同》	4,500.00	2017.10.27
5	珀莱雅贸易	交通银行股份有限公司杭州运河支行	17281001 号借款合同	5,000.00	2018.1.8
6	珀莱雅贸易	交通银行股份有限公司杭州运河支行	17281003 号借款合同	5,000.00	2018.2.13
7	珀莱雅股份	中国工商银行股份有限公司湖州吴兴支行	2017 年（吴兴）字 00126 号	4,000.00	2017.10.13
8	珀莱雅股份	中国工商银行股份有限公司湖州吴兴支行	2017 年（吴兴）字 00161 号	注 4	2018.6.4

注 1：根据该授信协议，招商银行股份有限公司杭州庆春支行给予珀莱雅股份授信总额 20,000.00 万元；截至 2017 年 6 月 30 日，珀莱雅股份已借款 7,000.00 万元。

注 2：根据该借款合同，北京银行股份有限公司杭州分行授予珀莱雅股份借款额度 30,000.00 万元，专项用于珀莱雅大厦的建设；截至 2017 年 6 月 30 日，珀莱雅股份已借款 2,759.78 万元。

注 3：根据该借款合同，北京银行股份有限公司杭州分行授予珀莱雅股份借款额度 10,000.00 万元；截至 2017 年 6 月 30 日，珀莱雅股份已借款 9,634.73 万元。

注 4：根据该借款合同，中国工商银行股份有限公司湖州吴兴支行授予珀莱雅股份借款额度 6,780.00 万元，截至 2017 年 6 月 30 日，珀莱雅股份已借款 3,500.00 万元。

2、抵押合同

序号	抵押人	抵押权人	债务人	合同编号	抵押财产	担保金额
1	珀莱雅股份	交通银行股份有限公司杭州运河支行	珀莱雅贸易	15281005 号《最高额抵押合同》	土地使用权、房产	珀莱雅贸易与交通银行股份有限公司杭州运河支行在 2015 年 12 月 30 日至 2018 年 12 月 31 日期间签订的全部主合同在最高额 4,462 万元内提供连带责任担保
2	珀莱雅股份	中国工商银行股份有限公司湖州吴兴支行	珀莱雅股份	2016 年吴兴（抵）字 0030 号《最高额抵押合同》	土地使用权、房产	珀莱雅股份与中国工商银行股份有限公司湖州吴兴支行在 2016 年 5 月 26 日至 2022 年 12 月 31 日期间签订的全部主合同在最高额 15,034 万元内提供连带责任担保
3	珀莱雅股份	北京银行股份有限公司杭州分行	珀莱雅股份	0369932_006 号《抵押合同》	土地使用权	珀莱雅股份与北京银行股份有限公司杭州分行签订的 0369932 号《借款合同》

序号	抵押人	抵押权人	债务人	合同编号	抵押财产	担保金额
						全提供连带责任担保

3、保证合同

序号	保证人	债权人	债务人	合同编号	担保金额
1	珀莱雅股份	交通银行股份有限公司杭州运河支行	珀莱雅贸易	15281005-1 号《最高额保证合同》	为债务人与债权人在 2015 年 12 月 30 日至 2018 年 12 月 31 日期间签订的全部主合同在最高额 7,000 万元内提供连带责任担保
2	珀莱雅贸易	招商银行股份有限公司杭州庆春支行	珀莱雅股份	2016 年授保字第 205 号《保证合同》	珀莱雅股份与招商银行股份有限公司杭州庆春支行在 2016 年 10 月 13 日至 2017 年 10 月 12 日止签署的全部主合同在最高额 20,000.00 万元内提供连带责任担保
3	珀莱雅贸易	北京银行股份有限公司杭州分行	珀莱雅股份	0369932_001 号《保证合同》	珀莱雅股份与北京银行股份有限公司杭州分行签订的 036992 号《借款合同》
4	珀莱雅贸易	北京银行股份有限公司杭州分行	珀莱雅股份	0370375_001 号《保证合同》	珀莱雅股份与北京银行股份有限公司杭州分行签订的 0370375 号《借款合同》

(四) 建设工程施工合同

序号	发包人	承包人	合同内容	合同金额 (万元)	合同工期
1	珀莱雅股份	浙江省建工集团有限责任公司	承包人作为“杭政储出【2013】53 号地块商业商务用房项目”的土建和水电安装工程的总承包人	21,479.00	计划开工日期：2015 年 9 月 10 日； 计划竣工日期：2018 年 4 月 17 日

(五) 主承销协议、保荐协议

公司与国信证券签订了《珀莱雅化妆品股份有限公司首次公开发行股票之主承销协议》、《珀莱雅化妆品股份有限公司首次公开发行股票之保荐协议》，公司委托国信证券作为本次公开发行股票并上市的保荐人和主承销商，全面负责公司的股票发行保荐工作及股票发行的组织、销售、策划等工作。

三、对外担保情况

截至报告期末，除为子公司提供担保外，本公司无其他对外担保。

四、重大诉讼及仲裁等事项

(一) 截至报告期末，未发生对公司的财务状况、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；也未发生公司的控股股东或实际控制人、控股子公司以及公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员

作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

（二）报告期内，发行人及子公司涉及的诉讼情况

1、公司作为第三人的 3 起行政诉讼案件情况

公司作为第三人的 3 起行政诉讼案件均系原告资生堂丽源化妆品有限公司（以下简称“资生堂丽源”）因商标异议复审行政纠纷，不服被告国家工商行政总局商标评审委员会（以下简称“商标评审委员会”）对公司 3 项商标的异议复审裁定（裁定核准注册），向北京市第一中级人民法院（以下简称“北京市一中院”）提起行政诉讼，公司均作为该诉讼第三人。具体诉讼情况如下表：

序号	原告	被告	第三人	涉案异议商标	被告对异议商标的复审裁定	一审判决	上诉人	二审判决
1	资生堂丽源	商标评审委员会	公司	第 3950784 号“珀莱”商标	商评字【2013】第 29804 号异议复审裁定书裁定核准注册	2013 年 12 月 16 日，北京市一中院以（2013）一中知行初字第 3279 号行政判决书判决维持被告对异议商标复审裁定	资生堂丽源	2014 年 4 月 8 日，北京市高级人民法院以（2014）高行终字第 664 号行政判决书判决驳回上诉，维持原判
2	资生堂丽源	商标评审委员会	公司	第 3950768 号“珀莱”商标	商评字【2013】第 29841 号异议复审裁定书裁定核准注册	2013 年 12 月 16 日，北京市一中院以（2013）一中知行初字第 3280 号行政判决书判决维持被告对异议商标复审裁定核准注册	资生堂丽源	2014 年 4 月 8 日，北京市高级人民法院以（2014）高行终字第 684 号行政判决书判决驳回上诉，维持原判
3	资生堂丽源	商标评审委员会	公司	第 3950774 号“珀莱”商标	商评字【2013】第 38683 号异议复审裁定书裁定核准注册	2013 年 12 月 12 日，北京市一中院以（2013）一中知行初字第 3899 号行政判决书判决撤销被告对异议商标复审裁定，重新作出商标异议复审裁定	商标评审委员会	2014 年 4 月 8 日，北京市高级人民法院以（2014）高行终字第 632 号行政判决书判决驳回上诉，维持原判

其中第 3950784 号“珀莱”注册商标，第 3950768 号“珀莱”注册商标经终审判决确认为发行人合法持有。截至本《招股意向书》出具日，发行人未在现有产品中使用该等商标。

2、发行人及子公司诉讼案件情况

序号	原告	被告	起诉案由	目前进展情况
1	珀莱雅贸易	郑州怡亚通翔隆供应链管理有限公司	2017 年 2 月，珀莱雅贸易以郑州怡亚通翔隆供应链管理有限公司拖欠货款为由向杭州市西湖区人民法院	已于 2017 年 7 月 11 日在杭州市西湖区人民法院审理终结，杭州市西湖区人民法院判决郑州怡亚通翔隆供应链管理有限公司支付珀莱雅贸易货款计 121.32 万元并按照年利率 4.35% 的标准支付自

			院提起诉讼，要求其支付拖欠货款计 121.32 万元并支付逾期利息。	2016年5月28日起至货款还清之日止的逾期利息。2017年7月26日，郑州怡亚通翔隆供应链管理有限公司向杭州市西湖区人民法院提出上诉，截至本《招股意向书》签署日，该案件尚在审理中。
2	珀莱雅贸易	日照金德瑞经贸有限公司	2016年12月，珀莱雅贸易以日照金德瑞经贸有限公司拖欠货款为由向杭州市西湖区人民法院提起诉讼，要求其支付拖欠货款计 9.99 万元并支付逾期利息。	已于2017年5月22日在杭州市西湖区人民法院审理终结，杭州市西湖区人民法院判决日照金德瑞支付珀莱雅贸易货款 9.99 万元，并支付逾期利息 0.24 万元。双方均未提出上诉。珀莱雅贸易已于 2017 年 7 月 17 日向杭州市西湖区人民法院申请强制执行。

发行人与怡亚通的合作主要通过与其子公司长沙新燎原供应链有限公司、广西科桂贸易有限责任公司、广西怡亚通大泽深度供应链管理有限公司等公司进行具体合作，怡亚通下属子公司的具体经营团队也各有不同。

2016 年，发行人主动终止与郑州怡亚通翔隆供应链管理有限公司的合作后，2017 年 1-6 月，发行人与长沙新燎原供应链有限公司、广西怡亚通大泽深度供应链管理有限公司等公司的销售收入较上年同期仍有所增加，其他下属子公司仍在正常合作，并未因上述诉讼产生其他不利影响。发行人与郑州怡亚通翔隆供应链管理有限公司的诉讼不会影响发行人与怡亚通其他下属子公司的后续合作。

发行人已于 2016 年末和 2017 年 6 月末对应收郑州怡亚通翔隆供应链管理有限公司的相关款项余额全额计提了坏账准备；对报告期内各期末应收怡亚通其他子公司的款项金额较小，已按照账龄分析法计提坏账准备，期后应收款项均已收回。

综上所述，经核查，保荐机构、申报会计师认为，发行人对怡亚通相关款项的坏账准备计提是充分的。

五、涉及刑事诉讼的情况

截至报告期末，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员没有涉及刑事诉讼的情况。

第十六节 有关声明

一、本公司全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股意向书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

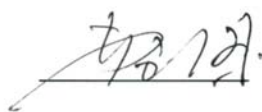
全体董事签名：



侯军呈



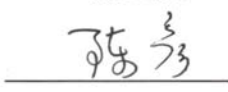
方玉友



曹良国



楚修齐



陈彦

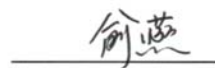
全体监事签名：



裴竹祥

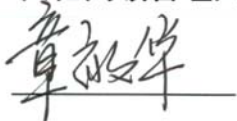


徐松

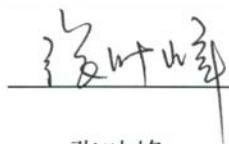


俞燕

其他高级管理人员签名：



章敏华



张叶峰



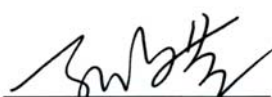
珀莱雅化妆品股份有限公司

2017 年 10 月 15 日

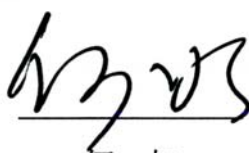
二、保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股意向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。

项目协办人： 
董 伟

保荐代表人： 
孔海燕


王东晖

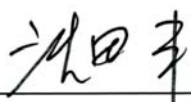
法定代表人： 
何 如



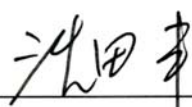
三、发行人律师声明

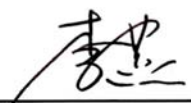
本所及经办律师已阅读招股意向书及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股意向书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：


沈田丰

经办律师：


沈田丰


李 燕

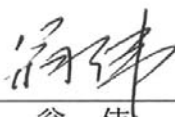
国浩律师（杭州）事务所

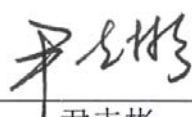


审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《珀莱雅化妆品股份有限公司首次公开发行股票招股意向书》（以下简称招股意向书）及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本所出具的《审计报告》（天健审〔2017〕7898号）、《内部控制鉴证报告》（天健审〔2017〕7899号）及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对珀莱雅化妆品股份有限公司在招股意向书及其摘要中引用的上述审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股意向书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：


翁 伟


尹志彬

天健会计师事务所负责人：


吕苏阳

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

（特殊普通合伙）
二〇一七年十月二十九日

验资机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《珀莱雅化妆品股份有限公司首次公开发行股票招股意向书》（以下简称招股意向书）及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本所出具的《验资报告》（浙韦会验（2006）68号、浙韦会验（2007）083号和浙韦会验（2009）058号）的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对珀莱雅化妆品股份有限公司在招股意向书及其摘要中引用的上述报告的内容无异议，确认招股意向书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：



于友达



朱义龙

浙江韦宁会计师事务所

有限公司负责人：



于友达

浙江韦宁会计师事务所有限公司



2017年12月15日

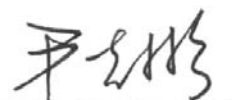
验资机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《珀莱雅化妆品股份有限公司首次公开发行股票招股意向书》（以下简称招股意向书）及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本所出具的《验资报告》（天健验〔2015〕299号、天健验〔2012〕245号和天健验〔2012〕151号）的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对珀莱雅化妆品股份有限公司在招股意向书及其摘要中引用的上述报告的内容无异议，确认招股意向书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：



翁伟



尹志彬

离职

刘秀

天健会计师事务所负责人：



吕苏阳

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

（特殊普通合伙）二〇一七年十一月二十九日

关于签字注册会计师离职的说明

中国证券监督管理委员会：

本所作为珀莱雅化妆品股份有限公司申请首次公开发行股票的审计机构，出具了《验资报告》（天健验〔2012〕151号），签字注册会计师为翁伟同志和刘秀同志。

刘秀同志已于2012年9月从本所离职，故无法在《珀莱雅化妆品股份有限公司首次公开发行股票招股意向书》“验资机构声明”中签字。

专此说明。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

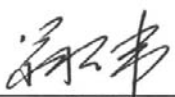
（特殊普通合伙）二〇一七年十一月二十九日



核查说明机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《珀莱雅化妆品股份有限公司首次公开发行股票招股意向书》（以下简称招股意向书）及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本所出具的《关于珀莱雅化妆品股份有限公司有关注册资本实收情况的核查说明》（天健审〔2016〕5718号）的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对珀莱雅化妆品股份有限公司在招股意向书及其摘要中引用的上述报告的内容无异议，确认招股意向书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：


翁伟


尹志彬

天健会计师事务所负责人：


吕苏阳



天健会计师事务所（特殊普通合伙）
（特殊普通合伙）
二〇一七年十月二十九日

六、资产评估机构声明

本公司及签字资产评估师已阅读《珀莱雅化妆品股份有限公司首次公开发行股票招股意向书》（以下简称招股意向书）及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本公司出具的《评估报告》（坤元评报（2014）417号、坤元评报（2014）508号、坤元评报（2015）274号、坤元评报（2015）372号）的内容无矛盾之处。本公司及签字资产评估师对珀莱雅化妆品股份有限公司在招股意向书及其摘要中引用的上述评估报告的内容无异议，确认招股意向书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字资产评估师：


李纪中


应丽云


王传军

公司负责人：


俞华开


坤元资产评估有限公司
2017年10月25日

第十七节 备查文件

一、备查文件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文件，该等文件也在指定网站上披露，具体如下：

- （一）发行保荐书及发行保荐工作报告；
- （二）财务报表及审计报告；
- （三）内部控制的鉴证报告；
- （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、文件查阅时间

工作日上午 9：00～11：30；下午 14：00～17：00

三、文件查阅地址

1、发行人：珀莱雅化妆品股份有限公司

地址：杭州市西湖区世贸丽晶城欧美中心 1 号楼（D 区）1605 室

联系人：张叶峰

电话：0571-87352850

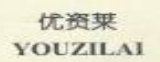
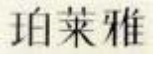
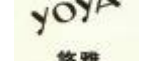
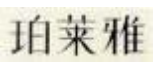
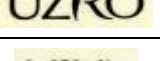
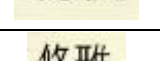
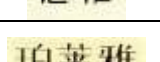
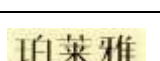
2、保荐机构（主承销商）：国信证券股份有限公司

办公地址：杭州市体育场路 105 号凯喜雅大厦 5 楼

电话：0571-85115307

联系人：汪怡 裘捷 董伟 张翌 朱伟铭

附表 1-1 截至报告期末发行人及其子公司拥有的境内
商标权

序号	注册号	类别	商标	注册人/申请人	有效期	取得方式
1	3029760	3		珀莱雅股份	2023 年 3 月 27 日	受让取得
2	3653152	3		珀莱雅股份	2025 年 10 月 13 日	受让取得
3	3960525	3		珀莱雅股份	2026 年 10 月 13 日	受让取得
4	4237780	3		珀莱雅股份	2027 年 9 月 20 日	受让取得
5	4711877	35		珀莱雅股份	2019 年 1 月 6 日	受让取得
6	4711878	30		珀莱雅股份	2018 年 3 月 6 日	受让取得
7	6436299	35		珀莱雅股份	2020 年 9 月 20 日	受让取得
8	6436300	3		珀莱雅股份	2020 年 3 月 27 日	受让取得
9	7252778	3		珀莱雅股份	2020 年 7 月 27 日	受让取得
10	7252787	3		珀莱雅股份	2020 年 7 月 27 日	受让取得
11	7253012	3		珀莱雅股份	2020 年 7 月 27 日	受让取得
12	8215212	3		珀莱雅股份	2021 年 4 月 20 日	受让取得
13	8215237	3		珀莱雅股份	2021 年 4 月 20 日	受让取得
14	8552429	4		珀莱雅股份	2021 年 8 月 13 日	受让取得
15	8552473	10		珀莱雅股份	2021 年 8 月 13 日	受让取得
16	8552526	17		珀莱雅股份	2022 年 1 月 27 日	受让取得
17	8552554	23		珀莱雅股份	2021 年 8 月 13 日	受让取得
18	8552583	27		珀莱雅股份	2021 年 8 月 13 日	受让取得
19	8573593	2		珀莱雅股份	2021 年 8 月 27 日	受让取得
20	8573618	3		珀莱雅股份	2021 年 12 月 13 日	受让取得

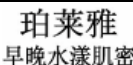
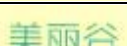
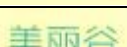
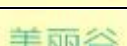
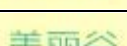
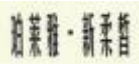
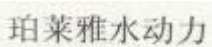
序号	注册号	类别	商标	注册人/申请人	有效期	取得方式
21	8573642	13	珀莱雅	珀莱雅股份	2021年8月27日	受让取得
22	8573669	15	珀莱雅	珀莱雅股份	2021年8月27日	受让取得
23	8573702	18	珀莱雅	珀莱雅股份	2021年8月20日	受让取得
24	8573722	22	珀莱雅	珀莱雅股份	2021年8月27日	受让取得
25	8573739	26	珀莱雅	珀莱雅股份	2021年8月20日	受让取得
26	8573758	32	珀莱雅	珀莱雅股份	2021年8月27日	受让取得
27	8573782	33	珀莱雅	珀莱雅股份	2021年8月27日	受让取得
28	8578106	34	珀莱雅	珀莱雅股份	2021年11月13日	受让取得
29	8578123	35	珀莱雅	珀莱雅股份	2021年10月13日	受让取得
30	8583608	5	珀莱雅	珀莱雅股份	2021年8月27日	受让取得
31	8583630	8	珀莱雅	珀莱雅股份	2021年8月27日	受让取得
32	8583655	11	珀莱雅	珀莱雅股份	2021年9月20日	受让取得
33	8585349	1	珀莱雅	珀莱雅股份	2021年8月27日	受让取得
34	8585421	6	珀莱雅	珀莱雅股份	2021年10月13日	受让取得
35	8585609	7	珀莱雅	珀莱雅股份	2021年8月27日	受让取得
36	8585667	24	珀莱雅	珀莱雅股份	2021年11月27日	受让取得
37	8585937	9	珀莱雅	珀莱雅股份	2021年8月27日	受让取得
38	8585978	12	珀莱雅	珀莱雅股份	2021年10月13日	受让取得
39	8586043	16	珀莱雅	珀莱雅股份	2021年8月27日	受让取得
40	8586073	19	珀莱雅	珀莱雅股份	2022年2月20日	受让取得
41	8586102	20	珀莱雅	珀莱雅股份	2021年9月20日	受让取得
42	8586143	21	珀莱雅	珀莱雅股份	2021年9月6日	受让取得
43	8589461	25	珀莱雅	珀莱雅股份	2021年8月27日	受让取得

序号	注册号	类别	商标	注册人/申请人	有效期	取得方式
44	8589504	28	珀莱雅	珀莱雅股份	2021 年 8 月 27 日	受让取得
45	8589722	29	珀莱雅	珀莱雅股份	2021 年 10 月 20 日	受让取得
46	8589758	30	珀莱雅	珀莱雅股份	2021 年 8 月 27 日	受让取得
47	8589780	31	珀莱雅	珀莱雅股份	2021 年 11 月 6 日	受让取得
48	8756495	1	悠雅	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
49	8756519	5	悠雅	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
50	8756543	1	优资莱	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
51	8756553	2	优资莱	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
52	8756569	5	优资莱	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
53	8756592	6	优资莱	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
54	8756606	9	优资莱	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
55	8756620	6	悠雅	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
56	8756623	9	悠雅	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
57	8756640	8	悠雅	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
58	8756647	10	悠雅	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
59	8756669	8	优资莱	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
60	8756679	10	优资莱	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
61	8759375	11	优资莱	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
62	8759427	11	悠雅	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
63	8759472	14	优资莱	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
64	8759510	14	悠雅	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
65	8759548	16	优资莱	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
66	8759586	16	悠雅	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得

序号	注册号	类别	商标	注册人/申请人	有效期	取得方式
67	8760801	19	优资莱	珀莱雅股份	2022 年 1 月 13 日	受让取得
68	8760816	18	优资莱	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
69	8760842	18	悠雅	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
70	8760902	20	优资莱	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
71	8760903	21	优资莱	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
72	8760941	21	悠雅	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
73	8760990	24	优资莱	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
74	8761111	25	优资莱	珀莱雅股份	2021 年 11 月 13 日	受让取得
75	8763521	26	优资莱	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
76	8763537	26	悠雅	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
77	8763565	28	优资莱	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
78	8763585	28	悠雅	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
79	8763614	30	优资莱	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
80	8763649	31	优资莱	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
81	8764356	35	优资莱	珀莱雅股份	2021 年 11 月 20 日	受让取得
82	8764395	41	优资莱	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
83	8764429	42	优资莱	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
84	8764454	44	优资莱	珀莱雅股份	2021 年 11 月 20 日	受让取得
85	8764692	31	悠雅	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
86	8764733	35	悠雅	珀莱雅股份	2022 年 2 月 20 日	受让取得
87	8764746	41	悠雅	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
88	8764823	42	悠雅	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
89	8764835	44	悠雅	珀莱雅股份	2021 年 11 月 20 日	受让取得

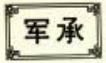
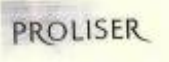
序号	注册号	类别	商标	注册人/申请人	有效期	取得方式
90	11928084	3	CatseLRoses	珀莱雅股份	2024 年 6 月 6 日	自主申请
91	11928108	3	猫语玫瑰	珀莱雅股份	2024 年 6 月 6 日	自主申请
92	11928134	3	猫语玫瑰	珀莱雅股份	2024 年 6 月 6 日	自主申请
93	12259673	3		珀莱雅股份	2025 年 5 月 13 日	自主申请
94	12259696	3	UZERO	珀莱雅股份	2024 年 8 月 20 日	自主申请
95	12262844	3	优资莱	珀莱雅股份	2024 年 8 月 20 日	自主申请
96	12785366	42	PROYA	珀莱雅股份	2024 年 10 月 27 日	自主申请
97	12785530	21	PROYA	珀莱雅股份	2025 年 4 月 6 日	自主申请
98	13041970	6		珀莱雅股份	2024 年 12 月 27 日	自主申请
99	13041971	5		珀莱雅股份	2025 年 1 月 6 日	自主申请
100	13041972	8		珀莱雅股份	2024 年 12 月 27 日	自主申请
101	13041973	9		珀莱雅股份	2024 年 12 月 27 日	自主申请
102	13041974	10		珀莱雅股份	2024 年 12 月 27 日	自主申请
103	13041975	11		珀莱雅股份	2024 年 12 月 27 日	自主申请
104	13041976	14		珀莱雅股份	2024 年 12 月 27 日	自主申请
105	13041977	16		珀莱雅股份	2025 年 4 月 6 日	自主申请
106	13041978	18		珀莱雅股份	2025 年 4 月 20 日	自主申请
107	13041979	20		珀莱雅股份	2025 年 3 月 6 日	自主申请
108	13041980	24		珀莱雅股份	2024 年 12 月 27 日	自主申请
109	13041983	26		珀莱雅股份	2025 年 1 月 13 日	自主申请
110	13041984	28		珀莱雅股份	2024 年 12 月 27 日	自主申请
111	13041985	30		珀莱雅股份	2025 年 1 月 27 日	自主申请
112	13041986	31		珀莱雅股份	2024 年 12 月 27 日	自主申请

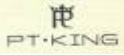
序号	注册号	类别	商标	注册人/申请人	有效期	取得方式
113	13041987	35		珀莱雅股份	2025 年 1 月 13 日	自主申请
114	13041988	41		珀莱雅股份	2025 年 2 月 6 日	自主申请
115	13041989	42		珀莱雅股份	2025 年 1 月 6 日	自主申请
116	13041991	1	PRÓYA 珀莱雅	珀莱雅股份	2024 年 12 月 27 日	自主申请
117	13041993	4	PRÓYA 珀莱雅	珀莱雅股份	2024 年 12 月 27 日	自主申请
118	13042022	7	PRÓYA 珀莱雅	珀莱雅股份	2025 年 4 月 6 日	自主申请
119	13042023	8	PRÓYA 珀莱雅	珀莱雅股份	2024 年 12 月 13 日	自主申请
120	13042024	9	PRÓYA 珀莱雅	珀莱雅股份	2025 年 2 月 20 日	自主申请
121	13042028	13	PRÓYA 珀莱雅	珀莱雅股份	2024 年 12 月 13 日	自主申请
122	13042030	15	PRÓYA 珀莱雅	珀莱雅股份	2024 年 12 月 13 日	自主申请
123	13042031	16	PRÓYA 珀莱雅	珀莱雅股份	2024 年 12 月 13 日	自主申请
124	13042035	22	PRÓYA 珀莱雅	珀莱雅股份	2025 年 4 月 20 日	自主申请
125	13042040	29	PRÓYA 珀莱雅	珀莱雅股份	2024 年 12 月 27 日	自主申请
126	13042041	28	PRÓYA 珀莱雅	珀莱雅股份	2024 年 12 月 27 日	自主申请
127	13042042	30	PRÓYA 珀莱雅	珀莱雅股份	2025 年 1 月 27 日	自主申请
128	13042043	31	PRÓYA 珀莱雅	珀莱雅股份	2025 年 4 月 20 日	自主申请
129	13042044	32	PRÓYA 珀莱雅	珀莱雅股份	2025 年 2 月 13 日	自主申请
130	13042045	33	PRÓYA 珀莱雅	珀莱雅股份	2025 年 4 月 20 日	自主申请
131	13042046	34	PRÓYA 珀莱雅	珀莱雅股份	2025 年 4 月 20 日	自主申请
132	13042025	10	PRÓYA 珀莱雅	珀莱雅股份	2025 年 3 月 27 日	自主申请
133	13042026	11	PRÓYA 珀莱雅	珀莱雅股份	2025 年 8 月 6 日	自主申请
134	13042027	12	PRÓYA 珀莱雅	珀莱雅股份	2025 年 8 月 20 日	自主申请
135	13042033	19	PRÓYA 珀莱雅	珀莱雅股份	2025 年 7 月 6 日	自主申请

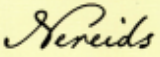
序号	注册号	类别	商标	注册人/申请人	有效期	取得方式
136	13042034	20		珀莱雅股份	2025 年 7 月 6 日	自主申请
137	14484120 A	21		珀莱雅股份	2025 年 8 月 6 日	自主申请
138	11958866	3		珀莱雅股份	2025 年 4 月 6 日	自主申请
139	11958904	3		珀莱雅股份	2025 年 4 月 6 日	自主申请
140	11958950	3		珀莱雅股份	2025 年 4 月 6 日	自主申请
141	12259714	3		珀莱雅股份	2025 年 9 月 6 日	自主申请
142	14783460	3		珀莱雅股份	2025 年 7 月 27 日	自主申请
143	13042051	40		珀莱雅股份	2025 年 8 月 20 日	自主申请
144	13042021	6		珀莱雅股份	2025 年 6 月 20 日	自主申请
145	11717217	35		珀莱雅股份	2024 年 6 月 20 日	自主申请
146	11749951	21		珀莱雅股份	2024 年 4 月 27 日	自主申请
147	11750296	16		珀莱雅股份	2024 年 4 月 27 日	自主申请
148	11750583	8		珀莱雅股份	2024 年 4 月 27 日	自主申请
149	11750681	20		珀莱雅股份	2024 年 4 月 27 日	自主申请
150	11751021	26		珀莱雅股份	2024 年 4 月 27 日	自主申请
151	11751071	14		珀莱雅股份	2024 年 4 月 27 日	自主申请
152	11755027	24		珀莱雅股份	2024 年 4 月 27 日	自主申请
153	11755160	5		珀莱雅股份	2024 年 4 月 27 日	自主申请
154	11755250	2		珀莱雅股份	2024 年 4 月 27 日	自主申请
155	11755356	18		珀莱雅股份	2024 年 4 月 27 日	自主申请
156	4113811	3		珀莱雅股份	2027 年 3 月 27 日	受让取得
157	5652680	3		珀莱雅股份	2020 年 1 月 27 日	受让取得
158	5652681	3		珀莱雅股份	2020 年 2 月 6 日	受让取得

序号	注册号	类别	商标	注册人/申请人	有效期	取得方式
159	7802808	3	珀莱雅靓白肌密	珀莱雅股份	2020 年 12 月 6 日	受让取得
160	8756692	3	珀莱雅水漾肌密	珀莱雅股份	2021 年 11 月 13 日	受让取得
161	8756696	3	珀莱雅紧致肌密	珀莱雅股份	2021 年 11 月 13 日	受让取得
162	8756792	3	优资莱植物宣言	珀莱雅股份	2023 年 9 月 13 日	受让取得
163	13088673	3	珀莱雅海洋水动力	珀莱雅股份	2024 年 12 月 27 日	自主申请
164	13088704	3	珀莱雅海能量	珀莱雅股份	2024 年 12 月 27 日	自主申请
165	13130723	3	珀莱雅紧致肌密	珀莱雅股份	2025 年 1 月 6 日	自主申请
166	13131216	3	珀莱雅水漾肌密	珀莱雅股份	2025 年 1 月 13 日	自主申请
167	13131279	3	PROYA FIRMING SECRET	珀莱雅股份	2025 年 1 月 13 日	自主申请
168	13131369	3	PROYA AQUA SECRET	珀莱雅股份	2025 年 1 月 13 日	自主申请
169	13131451	3	珀莱雅海洋透皙白	珀莱雅股份	2025 年 1 月 13 日	自主申请
170	13139040	3	PROYA OCEAN CLEAR WHITE	珀莱雅股份	2024 年 12 月 27 日	自主申请
171	13139130	3	PROYA DEEP OCEAN	珀莱雅股份	2024 年 12 月 27 日	自主申请
172	13139214	3	珀莱雅海洋活能	珀莱雅股份	2024 年 12 月 27 日	自主申请
173	13139305	3	PROYA OCEAN ACTIVATION	珀莱雅股份	2025 年 1 月 6 日	自主申请
174	13139949	3	PROYA BLUE	珀莱雅股份	2024 年 12 月 27 日	自主申请
175	13140213	3	PROYA WHITENING SECRET	珀莱雅股份	2025 年 4 月 6 日	自主申请
176	13359217 A	3	优资莱植物宣言	珀莱雅股份	2025 年 5 月 27 日	自主申请
177	13495811	3	优资莱阿尔卑斯凝露草	珀莱雅股份	2025 年 4 月 20 日	自主申请
178	13503246	3	优资莱阿尔卑斯悦美草	珀莱雅股份	2025 年 2 月 20 日	自主申请
179	13503263	3	优资莱阿尔卑斯珍珠草	珀莱雅股份	2025 年 2 月 20 日	自主申请
180	13503360	3	珀莱雅深海膜力	珀莱雅股份	2025 年 1 月 27 日	自主申请
181	13874831	3	优资莱 植物水感	珀莱雅股份	2025 年 3 月 6 日	自主申请

序号	注册号	类别	商标	注册人/申请人	有效期	取得方式
182	13891904	3	珀莱雅晶润活颜	珀莱雅股份	2025 年 3 月 13 日	自主申请
183	14359400	3	优资莱超水润植萃	珀莱雅股份	2025 年 5 月 20 日	自主申请
184	14359570	3	珀莱雅深海	珀莱雅股份	2025 年 5 月 20 日	自主申请
185	14783385	3	珀莱雅早晚	珀莱雅股份	2025 年 7 月 20 日	自主申请
186	14783403	3	珀莱雅 早晚水漾	珀莱雅股份	2025 年 7 月 20 日	自主申请
187	14783546	3	珀莱雅 早晚水漾肌密系列	珀莱雅股份	2025 年 7 月 20 日	自主申请
188	14782167 A	3	晨醒水	珀莱雅股份	2025 年 9 月 6 日	自主申请
189	14783729 A	3	臻 翠	珀莱雅股份	2025 年 9 月 6 日	自主申请
190	15313978	3	翡翠鱼子	珀莱雅股份	2025 年 10 月 20 日	自主申请
191	1596277	3	蓓佳美 Beijamei	珀莱雅股份	2021 年 7 月	受让取得
192	1616349	3		珀莱雅股份	2021 年 8 月 13 日	受让取得
193	1656242	3	蓓佳美	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
194	1656243	3	Bacama 蓓佳美	珀莱雅股份	2021 年 10 月 1 日	受让取得
195	1664290	3		珀莱雅股份	2021 年 11 月 13 日	受让取得
196	1664294	3	Bacama	珀莱雅股份	2021 年 11 月 13 日	受让取得
197	1736309	3		珀莱雅股份	2022 年 3 月 27 日	受让取得
198	1905377	3	海洋女神	珀莱雅股份	2022 年 12 月 20 日	受让取得
199	3314579	3	晶蓝 Jinglan	珀莱雅股份	2024 年 5 月 13 日	受让取得
200	3653143	3	露宝莲	珀莱雅股份	2025 年 11 月 6 日	受让取得
201	3653145	3	兰妃	珀莱雅股份	2026 年 1 月 20 日	受让取得
202	3653150	3	莹采	珀莱雅股份	2026 年 1 月 20 日	受让取得
203	3653154	3	新韵	珀莱雅股份	2026 年 1 月 20 日	受让取得
204	3653156	3	幼美	珀莱雅股份	2025 年 9 月 27 日	受让取得

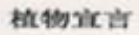
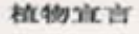
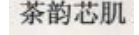
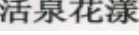
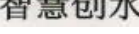
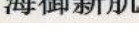
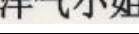
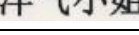
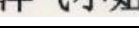
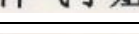
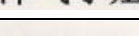
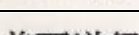
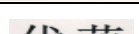
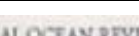
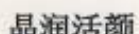
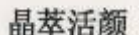
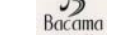
序号	注册号	类别	商标	注册人/申请人	有效期	取得方式
460205	3654263	3	白玉兰	珀莱雅股份	2026年1月20日	受让取得
206	3779303	3		珀莱雅股份	2026年2月20日	受让取得
207	3779304	3		珀莱雅股份	2026年2月20日	受让取得
208	3779305	3		珀莱雅股份	2026年6月20日	受让取得
209	3950768	35	珀莱	珀莱雅股份	2026年11月20日	受让取得
210	3950769	3	Saab 绅宝	珀莱雅股份	2019年2月6日	受让取得
211	3950777	3	俊士	珀莱雅股份	2026年11月27日	受让取得
212	3950778	3		珀莱雅股份	2026年9月27日	受让取得
213	3950781	3	发の泽	珀莱雅股份	2026年9月27日	受让取得
214	3950783	3	美娜宝	珀莱雅股份	2026年11月27日	受让取得
215	3950784	44	珀莱	珀莱雅股份	2026年12月27日	受让取得
216	3950786	3		珀莱雅股份	2026年9月13日	受让取得
217	3950787	3	再青春	珀莱雅股份	2026年11月27日	受让取得
218	3950788	3	泊来	珀莱雅股份	2026年9月27日	受让取得
219	3978970	3	PREMIERE	珀莱雅股份	2027年1月13日	受让取得
220	3978971	3	泊莱美	珀莱雅股份	2026年11月6日	受让取得
221	4042544	3	PRO·YA	珀莱雅股份	2027年1月6日	受让取得
222	4237781	3	珀姿	珀莱雅股份	2017年11月6日	受让取得
223	4258861	3		珀莱雅股份	2017年11月20日	受让取得
224	4286106	3	欧兰莹 O'LAXSN	珀莱雅股份	2017年11月20日	受让取得
225	4307387	3	薇雅姿	珀莱雅股份	2017年11月27日	受让取得
226	4351257	3		珀莱雅股份	2018年1月13日	受让取得

序号	注册号	类别	商标	注册人/申请人	有效期	取得方式
227	4351258	3		珀莱雅股份	2017 年 12 月 27 日	受让取得
228	4377413	3	VIAZHY	珀莱雅股份	2018 年 2 月 6 日	受让取得
229	4377431	3	珀莱晶纯	珀莱雅股份	2018 年 2 月 13 日	受让取得
230	4418210	3		珀莱雅股份	2018 年 3 月 20 日	受让取得
231	4444119	3		珀莱雅股份	2018 年 4 月 13 日	受让取得
232	4711879	3	铂金万人迷	珀莱雅股份	2019 年 8 月 6 日	受让取得
233	4711880	3	PT·铂金	珀莱雅股份	2018 年 12 月 13 日	受让取得
234	4711881	3	珀彩	珀莱雅股份	2018 年 12 月 13 日	受让取得
235	4949912	3	珀莱·舒敏	珀莱雅股份	2019 年 4 月 27 日	受让取得
236	5172553	3	珀敏	珀莱雅股份	2019 年 6 月 27 日	受让取得
237	5271563	3	燎原佳人	珀莱雅股份	2019 年 7 月 20 日	受让取得
238	5444496	3	Saab	珀莱雅股份	2019 年 9 月 13 日	受让取得
239	5652682	3	珀莱优纯	珀莱雅股份	2019 年 11 月 6 日	受让取得
240	5652684	3	珀莱超越	珀莱雅股份	2019 年 11 月 6 日	受让取得
241	5652685	3	珀莱无惧骄阳	珀莱雅股份	2019 年 11 月 6 日	受让取得
242	5699850	3		珀莱雅股份	2019 年 11 月 13 日	受让取得
243	5699851	3	珀莱高能海泉	珀莱雅股份	2019 年 11 月 13 日	受让取得
244	6122267	3		珀莱雅股份	2020 年 2 月 6 日	受让取得
245	6159612	3	高丽娜	珀莱雅股份	2020 年 5 月 27 日	受让取得
246	6159613	3		珀莱雅股份	2020 年 2 月 13 日	受让取得
247	7340278	3		珀莱雅股份	2020 年 8 月 13 日	受让取得
248	7340280	3	O'LAXSN	珀莱雅股份	2020 年 8 月 13 日	受让取得
249	7691203	3	海洋水动力	珀莱雅股份	2023 年 9 月 27 日	受让取得

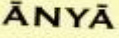
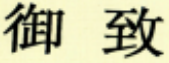
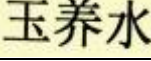
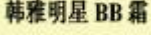
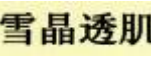
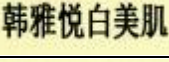
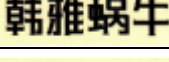
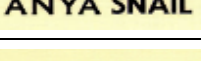
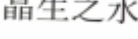
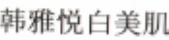
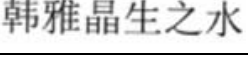
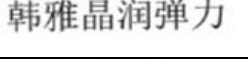
序号	注册号	类别	商标	注册人/申请人	有效期	取得方式
250	8756527	2	蓓佳美	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
251	8756537	1	蓓佳美	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
252	8756604	6	蓓佳美	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
253	8756659	8	蓓佳美	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
254	8756765	9	蓓佳美	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
255	8759389	11	蓓佳美	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
256	8759486	14	蓓佳美	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
257	8759569	16	蓓佳美	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
258	8760792	19	蓓佳美	珀莱雅股份	2022 年 1 月 13 日	受让取得
259	8760895	20	蓓佳美	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
260	8761000	24	蓓佳美	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
261	8763497	25	蓓佳美	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
262	8764702	31	蓓佳美	珀莱雅股份	2022 年 6 月 20 日	受让取得
263	8764724	35	蓓佳美	珀莱雅股份	2021 年 11 月 20 日	受让取得
264	8764803	41	蓓佳美	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
265	8764819	42	蓓佳美	珀莱雅股份	2021 年 10 月 27 日	受让取得
266	8764842	44	蓓佳美	珀莱雅股份	2021 年 11 月 20 日	受让取得
267	9339374	35		珀莱雅股份	2022 年 4 月 27 日	受让取得
268	9339429	3		珀莱雅股份	2022 年 4 月 27 日	受让取得
269	9339493	42		珀莱雅股份	2022 年 5 月 20 日	受让取得
270	9339544	44		珀莱雅股份	2022 年 6 月 6 日	受让取得
271	10084284	3	海能量	珀莱雅股份	2023 年 1 月 20 日	自主申请
272	10487229	3		珀莱雅股份	2023 年 7 月 20 日	自主申请

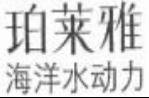
序号	注册号	类别	商标	注册人/申请人	有效期	取得方式
273	10812710	3	莱莱雅	珀莱雅股份	2023 年 9 月 6 日	自主申请
274	10812759	3	珀珀雅	珀莱雅股份	2023 年 7 月 20 日	自主申请
275	10812837	3	泊莱娅	珀莱雅股份	2023 年 7 月 20 日	自主申请
276	10812865	3	泊莱雅	珀莱雅股份	2023 年 7 月 27 日	自主申请
277	10819096	3	柏莱娅	珀莱雅股份	2023 年 7 月 20 日	自主申请
278	10819133	3	铂莱娅	珀莱雅股份	2023 年 7 月 20 日	自主申请
279	10819194	3	博来娅	珀莱雅股份	2023 年 7 月 20 日	自主申请
280	10819270	3	莱珀雅	珀莱雅股份	2023 年 7 月 20 日	自主申请
281	10819336	3	珀来雅	珀莱雅股份	2023 年 7 月 20 日	自主申请
282	10819387	3	珀莱亚	珀莱雅股份	2023 年 7 月 20 日	自主申请
283	10819514	3	PRQYA	珀莱雅股份	2023 年 7 月 20 日	自主申请
284	10819557	3	PROLA	珀莱雅股份	2023 年 12 月 13 日	自主申请
285	10819597	3	珀莱娅	珀莱雅股份	2023 年 10 月 20 日	自主申请
286	10825404	3	珀兰雅	珀莱雅股份	2024 年 2 月 27 日	自主申请
287	10825454	3	PROKA	珀莱雅股份	2023 年 11 月 6 日	自主申请
288	10825469	3	珀岚雅	珀莱雅股份	2023 年 7 月 20 日	自主申请
289	10825494	3	珀蓝雅	珀莱雅股份	2023 年 7 月 20 日	自主申请
290	10825531	3	珀雅莱	珀莱雅股份	2023 年 7 月 27 日	自主申请
291	10825581	3	雅莱珀	珀莱雅股份	2023 年 7 月 20 日	自主申请
292	11717152	3	美丽街	珀莱雅股份	2024 年 4 月 13 日	自主申请
293	11749533	21	美丽街	珀莱雅股份	2024 年 4 月 27 日	自主申请
294	11749641	44	美丽街	珀莱雅股份	2024 年 4 月 27 日	自主申请
295	12136926	3	晶纯美集	珀莱雅股份	2024 年 7 月 20 日	自主申请

序号	注册号	类别	商标	注册人/申请人	有效期	取得方式
296	12136969	3	美集晶纯	珀莱雅股份	2024 年 7 月 20 日	自主申请
297	12138553	3	焕妍晶萃	珀莱雅股份	2024 年 7 月 27 日	自主申请
298	12138635	3	晶萃焕妍	珀莱雅股份	2024 年 7 月 27 日	自主申请
299	12785288	3	late-repair Accelerator	珀莱雅股份	2024 年 10 月 27 日	自主申请
300	12834634	3	OCEAN POWER	珀莱雅股份	2025 年 3 月 27 日	自主申请
301	12834934	3		珀莱雅股份	2024 年 11 月 20 日	自主申请
302	12904095	3		珀莱雅股份	2024 年 12 月 27 日	自主申请
303	12904165	3		珀莱雅股份	2025 年 3 月 20 日	自主申请
304	12904252	3		珀莱雅股份	2025 年 4 月 13 日	自主申请
305	12904547	3	海韵新生	珀莱雅股份	2025 年 1 月 13 日	自主申请
306	12904667	3		珀莱雅股份	2025 年 2 月 13 日	自主申请
307	12904761	3		珀莱雅股份	2025 年 2 月 13 日	自主申请
308	12904830	3	OCEAN RENEWAL ROYAL	珀莱雅股份	2024 年 12 月 13 日	自主申请
309	13058504	3	深海致臻	珀莱雅股份	2024 年 12 月 20 日	自主申请
310	13088737	3	OCEAN HYDROPOWER	珀莱雅股份	2024 年 12 月 27 日	自主申请
311	13130501	3	靓白肌密	珀莱雅股份	2025 年 1 月 6 日	自主申请
312	13130577	3	紧致肌密	珀莱雅股份	2025 年 1 月 6 日	自主申请
313	13130761	3	水漾肌密	珀莱雅股份	2025 年 4 月 6 日	自主申请
314	13139633	3	活能盈养	珀莱雅股份	2025 年 2 月 27 日	自主申请
315	13139733	3	ALGAE-NUTRIEN ACTIVATING	珀莱雅股份	2024 年 12 月 27 日	自主申请
316	13139805	3	晶艳星纱	珀莱雅股份	2024 年 12 月 20 日	自主申请
317	13139878	3	晶艳魅彩	珀莱雅股份	2024 年 12 月 27 日	自主申请
318	13160033	3	深海盈润	珀莱雅股份	2025 年 1 月 6 日	自主申请

序号	注册号	类别	商标	注册人/申请人	有效期	取得方式
319	13359236 A	3		珀莱雅股份	2025 年 5 月 27 日	自主申请
320	13359387	21		珀莱雅股份	2025 年 2 月 27 日	自主申请
321	13495745	3		珀莱雅股份	2025 年 2 月 6 日	自主申请
322	13495756	3		珀莱雅股份	2025 年 1 月 27 日	自主申请
323	13503313	3		珀莱雅股份	2025 年 2 月 13 日	自主申请
324	13717505	3		珀莱雅股份	2025 年 3 月 6 日	自主申请
325	13764064	3		珀莱雅股份	2025 年 2 月 20 日	自主申请
326	13764248	21		珀莱雅股份	2025 年 2 月 27 日	自主申请
327	13764316	35		珀莱雅股份	2025 年 2 月 20 日	自主申请
328	13764378	42		珀莱雅股份	2025 年 2 月 13 日	自主申请
329	13764428	44		珀莱雅股份	2025 年 2 月 20 日	自主申请
330	13840941 A	3		珀莱雅股份	2025 年 5 月 27 日	自主申请
331	13841091 A	21		珀莱雅股份	2025 年 5 月 27 日	自主申请
332	13841220	35		珀莱雅股份	2025 年 2 月 27 日	自主申请
333	13841570	42		珀莱雅股份	2025 年 2 月 27 日	自主申请
334	13846928	3		珀莱雅股份	2025 年 3 月 13 日	自主申请
335	13874888	3		珀莱雅股份	2025 年 3 月 6 日	自主申请
336	13891884 A	3		珀莱雅股份	2025 年 5 月 27 日	自主申请
337	14154747	3		珀莱雅股份	2025 年 4 月 20 日	自主申请
338	14180699 A	3		珀莱雅股份	2025 年 5 月 27 日	自主申请
339	14180740 A	3		珀莱雅股份	2025 年 7 月 6 日	自主申请
340	14283534 A	3		珀莱雅股份	2025 年 5 月 27 日	自主申请
341	14359600	3		珀莱雅股份	2025 年 5 月 20 日	自主申请

序号	注册号	类别	商标	注册人/申请人	有效期	取得方式
342	14781746	3	晶 焕	珀莱雅股份	2025 年 7 月 6 日	自主申请
343	14781869	3	晨 醒	珀莱雅股份	2025 年 7 月 6 日	自主申请
344	14782134	3	分 时	珀莱雅股份	2025 年 7 月 6 日	自主申请
345	14782197	3	晶焕赋养	珀莱雅股份	2025 年 7 月 6 日	自主申请
346	14782210	3	晶焕润活	珀莱雅股份	2025 年 7 月 6 日	自主申请
347	14782257	3	琉金鱼子	珀莱雅股份	2025 年 7 月 6 日	自主申请
348	14783630	3	奢 宠	珀莱雅股份	2025 年 7 月 6 日	自主申请
349	14783688	3	奢宠鱼子	珀莱雅股份	2025 年 7 月 20 日	自主申请
350	14783767	3	臻翠鱼子	珀莱雅股份	2025 年 7 月 20 日	自主申请
351	14786622	3	早安晨醒	珀莱雅股份	2025 年 7 月 20 日	自主申请
352	10858008	3	鲜咩 XAKA	珀莱雅股份	2023 年 8 月 6 日	受让取得
353	15506902	3	焕透	珀莱雅股份	2025 年 11 月 27 日	自主申请
354	15506922	3	瓷晶云柔	珀莱雅股份	2025 年 11 月 27 日	自主申请
355	15506928	3	晶颜魅彩	珀莱雅股份	2025 年 11 月 27 日	自主申请
356	15507197	3	立体臻眩	珀莱雅股份	2025 年 11 月 27 日	自主申请
357	15507286	3	魅海幻采	珀莱雅股份	2025 年 11 月 27 日	自主申请
358	15507381	3	嫩泽	珀莱雅股份	2025 年 11 月 27 日	自主申请
359	15507426	3	绚柔	珀莱雅股份	2025 年 11 月 27 日	自主申请
360	15507499	3	映像晶钻	珀莱雅股份	2025 年 11 月 27 日	自主申请
361	15686236	3	谷果共和国	珀莱雅股份	2025 年 12 月 27 日	自主申请
362	11717252	35	美丽街	珀莱雅股份	2024 年 4 月 13 日	自主申请
363	3070045	3	韩雅	韩雅（杭州）	2023 年 4 月 6 日	受让取得
364	6701289	44	韩雅	韩雅（杭州）	2020 年 8 月 6 日	自主申请

序号	注册号	类别	商标	注册人/申请人	有效期	取得方式
365	6701290	3		韩雅（杭州）	2020 年 11 月 6 日	自主申请
366	6701291	3		韩雅（杭州）	2020 年 3 月 27 日	自主申请
367	6701292	3		韩雅（杭州）	2020 年 3 月 27 日	自主申请
368	8756817	3		韩雅（杭州）	2021 年 11 月 6 日	自主申请
369	8756830	3		韩雅（杭州）	2021 年 11 月 6 日	自主申请
370	8756840	3		韩雅（杭州）	2021 年 11 月 6 日	自主申请
371	8880582	3		韩雅（杭州）	2021 年 12 月 6 日	自主申请
372	8880705	3		韩雅（杭州）	2021 年 12 月 6 日	自主申请
373	9923699	3		韩雅（杭州）	2022 年 11 月 6 日	自主申请
374	10295349	3		韩雅（杭州）	2023 年 2 月 13 日	自主申请
375	12456099	3		韩雅（杭州）	2024 年 9 月 27 日	自主申请
376	13372833	3		韩雅（杭州）	2025 年 2 月 13 日	自主申请
377	13372834	3		韩雅（杭州）	2025 年 3 月 6 日	自主申请
378	13372838	3		韩雅（杭州）	2025 年 3 月 6 日	自主申请
379	13372841	3		韩雅（杭州）	2025 年 1 月 13 日	自主申请
380	13372846	3		韩雅（杭州）	2025 年 1 月 13 日	自主申请
381	13372847	3		韩雅（杭州）	2025 年 3 月 6 日	自主申请
382	13372849	3		韩雅（杭州）	2025 年 3 月 6 日	自主申请
383	14353626	3		韩雅（杭州）	2025 年 7 月 13 日	自主申请
384	14353656	3		韩雅（杭州）	2025 年 7 月 13 日	自主申请
385	13042032	17		珀莱雅股份	2025 年 8 月 27 日	自主申请
386	11958806	3		珀莱雅股份	2024 年 6 月 13 日	自主申请

序号	注册号	类别	商标	注册人/申请人	有效期	取得方式
387	13042050	39		珀莱雅股份	2025 年 8 月 27 日	自主申请
388	13042052	41		珀莱雅股份	2025 年 8 月 27 日	自主申请
389	13041990	44		珀莱雅股份	2025 年 10 月 27 日	自主申请
390	13042054	45		珀莱雅股份	2025 年 8 月 27 日	自主申请
391	13041982	21		珀莱雅股份	2025 年 8 月 27 日	自主申请
392	8529454	3		珀莱雅股份	2024 年 4 月 6 日	自主申请
393	13130859	3	海洋透皙白	珀莱雅股份	2025 年 8 月 20 日	自主申请
394	13082213	3		珀莱雅股份	2025 年 11 月 20 日	自主申请
395	10812915	3	柏莱雅	珀莱雅股份	2024 年 3 月 13 日	自主申请
396	13359217	3	优资莱植物宣言	珀莱雅股份	2025 年 12 月 20 日	自主申请
397	13359236	3	植物宣言	珀莱雅股份	2025 年 12 月 20 日	自主申请
398	15755896	3	风吟雅集	珀莱雅股份	2026 年 1 月 20 日	自主申请
399	15756040	3	悦然风林	珀莱雅股份	2026 年 1 月 27 日	自主申请
400	15756060	3	高丽蜜语	珀莱雅股份	2026 年 1 月 20 日	自主申请
401	15756074	3	自然公主	珀莱雅股份	2026 年 1 月 27 日	自主申请
402	15756186	3	高丽公主	珀莱雅股份	2026 年 1 月 20 日	自主申请
403	15760572	3	植物恋歌	珀莱雅股份	2026 年 1 月 13 日	自主申请
404	15761095	35/42	晶纯美集	珀莱雅股份	2026 年 1 月 13 日	自主申请
405	15686472	3	原 芽	珀莱雅股份	2026 年 1 月 13 日	自主申请
406	16147417	3		珀莱雅股份	2026 年 3 月 20 日	自主申请
407	15762145	10/12 15/21 30/44	优 萌	珀莱雅股份	2026 年 5 月 20 日	自主申请
408	15756356	3	自然蜜语	珀莱雅股份	2026 年 3 月 13 日	自主申请

序号	注册号	类别	商标	注册人/申请人	有效期	取得方式
409	15755863	3	Plant Zone	珀莱雅股份	2026 年 3 月 13 日	自主申请
410	15686316	3	肌肤箴言	珀莱雅股份	2026 年 3 月 13 日	自主申请
411	15507596	3	PROYA Shimmer Sculpting	珀莱雅股份	2026 年 3 月 6 日	自主申请
412	15507352	3	墨采流云	珀莱雅股份	2025 年 11 月 27 日	自主申请
413	13503330	3	深海膜力	珀莱雅股份	2025 年 12 月 20 日	自主申请
414	16109795	3	蕴活	珀莱雅股份	2026 年 3 月 13 日	自主申请
415	16109799	3	蕴活新肌	珀莱雅股份	2026 年 3 月 13 日	自主申请
416	11716884	3	美丽谷	珀莱雅股份	2026 年 3 月 20 日	自主申请
417	15874400	3	果的共和国	珀莱雅股份	2026 年 2 月 6 日	自主申请
418	16812530	3	JIFU XIN YU 肌肤新语	珀莱雅股份	2026 年 9 月 6 日	自主申请
419	17364863	9, 35		珀莱雅股份	2026 年 9 月 6 日	自主申请
420	17385423	9, 35	猫语玫瑰 Cats&Roses	珀莱雅股份	2026 年 9 月 6 日	自主申请
421	17366075	35	UZERO 优资莱	珀莱雅股份	2026 年 9 月 6 日	自主申请
422	17746776	3	蓝克拉	珀莱雅股份	2026 年 10 月 6 日	自主申请
423	17741284	3	爱洛缇 AILOTY	珀莱雅股份	2026 年 10 月 6 日	自主申请
424	17741326	3	艾丝克琳	珀莱雅股份	2026 年 10 月 6 日	自主申请
425	17746718	3	娇沐昕	珀莱雅股份	2026 年 10 月 6 日	自主申请
426	17746834	3	洛可仙尼	珀莱雅股份	2026 年 10 月 6 日	自主申请
427	17746737	3	火星神童	珀莱雅股份	2026 年 10 月 6 日	自主申请
428	17746645	3	白露雪	珀莱雅股份	2026 年 10 月 6 日	自主申请
429	17747570	35	爱洛缇 AILOTY	珀莱雅股份	2026 年 10 月 6 日	自主申请

序号	注册号	类别	商标	注册人/申请人	有效期	取得方式
430	17747617	35	蓝克拉	珀莱雅股份	2026 年 10 月 6 日	自主申请
431	17747729	35	娇沐听	珀莱雅股份	2026 年 10 月 6 日	自主申请
432	17747894	35	洛可仙尼	珀莱雅股份	2026 年 10 月 6 日	自主申请
433	17747927	35	艾丝克琳	珀莱雅股份	2026 年 10 月 6 日	自主申请
434	17841188	3	Rarapuro	珀莱雅股份	2026 年 10 月 13 日	自主申请
435	17841341	3	Hapsense	珀莱雅股份	2026 年 10 月 13 日	自主申请
436	17841544	3	Hapsence	珀莱雅股份	2026 年 10 月 13 日	自主申请
437	17840797	35	Hapsence	珀莱雅股份	2026 年 10 月 13 日	自主申请
438	17841002	35	Hapsode	珀莱雅股份	2026 年 10 月 13 日	自主申请
439	17841052	35	Rarapuro	珀莱雅股份	2026 年 10 月 13 日	自主申请
440	17841308	35	Hapsense	珀莱雅股份	2026 年 10 月 13 日	自主申请
441	17841319	3	Hapsode	珀莱雅股份	2026 年 10 月 13 日	自主申请
442	13042055	5	PROYA 珀莱雅	珀莱雅股份	2025 年 3 月 13 日	自主申请
443	16790516	3	人鱼公主	珀莱雅股份	2026 年 10 月 27 日	自主申请
444	17364793	9, 35	植物宣言	珀莱雅股份	2026 年 10 月 27 日	自主申请
445	17899846	3	悦芙媞	珀莱雅股份	2026 年 10 月 27 日	自主申请
446	17899862	3	悦希蒂	珀莱雅股份	2026 年 10 月 27 日	自主申请
447	17899999	35	慧莱希	珀莱雅股份	2026 年 10 月 27 日	自主申请
448	15314003	3	珀莱雅 翡翠鱼子	珀莱雅股份	2026 年 11 月 27 日	自主申请
449	16790528	3	植物宣言	珀莱雅股份	2026 年 7 月 13 日	自主申请

序号	注册号	类别	商标	注册人/申请人	有效期	取得方式
450	12259650	3	 优资莱	珀莱雅股份	2025 年 5 月 13 日	自主申请
451	17899778	3	菡诗媞	珀莱雅股份	2026 年 11 月 6 日	自主申请
452	17979027	3	赫诗媞	珀莱雅股份	2026 年 11 月 6 日	自主申请
453	17979062	3	悦肤媞	珀莱雅股份	2026 年 11 月 6 日	自主申请
454	17979084	3	悦肤缇	珀莱雅股份	2026 年 11 月 6 日	自主申请
455	17979151	3	悦芙缇	珀莱雅股份	2026 年 11 月 6 日	自主申请
456	17899971	35	悦芙媞	珀莱雅股份	2026 年 11 月 6 日	自主申请
457	17979608	35	Prebeau	珀莱雅股份	2026 年 11 月 6 日	自主申请
458	17979527	35	赫诗媞	珀莱雅股份	2026 年 11 月 6 日	自主申请
459	17979334	21	悦芙媞	珀莱雅股份	2026 年 11 月 6 日	自主申请
460	17979371	21	Hapsode	珀莱雅股份	2026 年 11 月 6 日	自主申请
461	17768187	3	PERFECT RED 臻红凝时	韩雅（杭州）	2026 年 10 月 13 日	自主申请
462	6436298	44	PROYA	珀莱雅股份	2020 年 4 月 13 日	受让取得
463	8760921	21	韩雅	珀莱雅股份	2021 年 12 月 20 日	受让取得
464	16618991	3	 枫之灵	珀莱雅股份	2026 年 7 月 13 日	受让取得
465	16755280	3	太仁堂	珀莱雅股份	2026 年 6 月 27 日	受让取得
466	3654265	44	燎原佳人	珀莱雅股份	2025 年 8 月 27 日	受让取得
467	12259608	3	 优资莱	珀莱雅股份	2025 年 7 月 20 日	自主申请

序号	注册号	类别	商标	注册人/申请人	有效期	取得方式
468	12259634	3	 优资莱	珀莱雅股份	2025 年 8 月 20 日	自主申请
469	17364197	9、35	 悠雅	珀莱雅股份	2026 年 11 月 13 日	自主申请
470	17363871	9、35	 O'LAXSN 欧兰萱	珀莱雅股份	2026 年 11 月 13 日	自主申请
471	17365917	35	 PROYA	珀莱雅股份	2026 年 11 月 13 日	自主申请
472	17747282	3	茗 芯	珀莱雅股份	2026 年 12 月 13 日	自主申请
473	17161551	3	深 海	珀莱雅股份	2026 年 12 月 13 日	自主申请
474	17567371	11	 PROYA	珀莱雅股份	2026 年 10 月 20 日	自主申请
475	17899805	3	慧莱希	珀莱雅股份	2026 年 10 月 20 日	自主申请
476	17899913	35	悦希蒂	珀莱雅股份	2026 年 10 月 20 日	自主申请
477	17900044	35	菡诗媿	珀莱雅股份	2026 年 10 月 20 日	自主申请
478	18650573	3	 HAPSODE hapsode	珀莱雅股份	2027 年 1 月 27 日	自主申请
479	18650699	35	 HAPSODE hapsode	珀莱雅股份	2027 年 1 月 27 日	自主申请
480	8578246	44	珀莱雅	珀莱雅股份	2021 年 10 月 13 日	受让取得
481	4711876	44	珀 莱 雅	珀莱雅股份	2019 年 1 月 20 日	受让取得

附表 1-2 截至报告期末发行人及其子公司持有的《国产非特殊用途化妆品备案登记凭证》

序号	产品名称	备案号	备案日期
1	珀莱雅海能量塑颜精华肌底液	浙 G 妆网备字 2014003831	2014.12.11
2	珀莱雅海能量塑颜洁面霜	浙 G 妆网备字 2014004520	2014.12.17
3	珀莱雅海能量塑颜润护乳	浙 G 妆网备字 2014004917	2014.12.23
4	珀莱雅海能量塑颜紧肤水	浙 G 妆网备字 2014004508	2014.12.17
5	珀莱雅海能量塑颜润护霜	浙 G 妆网备字 2014004489	2014.12.17
6	珀莱雅海能量靓眸眼部精华霜	浙 G 妆网备字 2014004918	2014.12.23
7	珀莱雅海能量抚纹细肤精华液	浙 G 妆网备字 2014004919	2014.12.23
8	珀莱雅海能量塑颜洁面乳	浙 G 妆网备字 2014003830	2014.12.11
9	珀莱雅新柔皙洗颜霜(滋润型)	浙 G 妆网备字 2015000268	2015.02.03
10	珀莱雅新柔皙眼肌精华素	浙 G 妆网备字 2015000267	2015.02.03
11	珀莱雅新柔皙玫瑰水(滋润型)	浙 G 妆网备字 2015000270	2015.02.03
12	珀莱雅晶蓝眼部多效细胞修复素	浙 G 妆网备字 2015000073	2015.01.04
13	珀莱雅新柔皙玫瑰水（清爽型）	浙 G 妆网备字 2015000550	2015.02.03
14	珀莱雅晶蓝水缘深透灵采精华素	浙 G 妆网备字 2014005998	2014.12.30
15	珀莱雅新柔皙洗颜霜（清爽型）	浙 G 妆网备字 2015000549	2015.02.03
16	珀莱雅新柔皙保湿舒缓霜	浙 G 妆网备字 2015000551	2015.02.03
17	珀莱雅晶蓝水缘深透清悦柔润霜	浙 G 妆网备字 2015000075	2015.01.04
18	珀莱雅晶蓝水缘深透盈润保湿乳	浙 G 妆网备字 2015000074	2015.01.04
19	珀莱雅晶蓝水缘深透保湿洁肤乳	浙 G 妆网备字 2014005999	2014.12.30
20	珀莱雅晶蓝水缘深透亲润柔肤水	浙 G 妆网备字 2015000076	2015.01.04
21	珀莱雅晶蓝水缘深透灵润霜	浙 G 妆网备字 2015000077	2015.01.04
22	珀莱雅晶采赋活海洋胶原弹润眼贴膜	浙 G 妆网备字 2014004925	2014.12.23
23	珀莱雅海能量塑颜弹润面贴膜	浙 G 妆网备字 2014004405	2014.12.17
24	珀莱雅晶润活颜海洋胶原弹润面贴膜	浙 G 妆网备字 2014005679	2014.12.29
25	珀莱雅晶润活颜海洋胶原精华肌底液	浙 G 妆网备字 2014004924	2014.12.23
26	珀莱雅紧致肌密洁面乳霜	浙 G 妆网备字 2014002087	2014.11.17
27	珀莱雅紧致肌密凝时滋养水	浙 G 妆网备字 2014003745	2014.12.11
28	珀莱雅紧致肌密精华肌底液	浙 G 妆网备字 2014003747	2014.12.11
29	珀莱雅紧致肌密焕颜修护乳	浙 G 妆网备字 2014003749	2014.12.11
30	珀莱雅紧致肌密弹力修护霜	浙 G 妆网备字 2014002501	2014.11.19

序号	产品名称	备案号	备案日期
31	珀莱雅紧致肌密提拉塑颜面膜	浙 G 妆网备字 2014002123	2014.11.17
32	珀莱雅紧致肌密焦点眼霜	浙 G 妆网备字 2014002500	2014.11.19
33	珀莱雅紧致肌密奇迹抚纹精华霜	浙 G 妆网备字 2014002498	2014.11.19
34	珀莱雅水漾肌密柔滑洁面膏	浙 G 妆网备字 2014002135	2014.11.18
35	珀莱雅水漾肌密净透洁面露	浙 G 妆网备字 2014002139	2014.11.18
36	珀莱雅水漾肌密细肤水	浙 G 妆网备字 2014002497	2014.11.19
37	珀莱雅水漾肌密柔肤水	浙 G 妆网备字 2014002136	2014.11.18
38	珀莱雅水漾肌密深透精华液	浙 G 妆网备字 2014002499	2014.11.19
39	珀莱雅水漾肌密清透乳	浙 G 妆网备字 2014002137	2014.11.18
40	珀莱雅水漾肌密恒润乳	浙 G 妆网备字 2014002142	2014.11.18
41	珀莱雅水漾肌密清润霜	浙 G 妆网备字 2014002138	2014.11.18
42	珀莱雅水漾肌密恒润霜	浙 G 妆网备字 2014002141	2014.11.18
43	珀莱雅水漾肌密极润滋养霜	浙 G 妆网备字 2014002140	2014.11.18
44	珀莱雅水漾肌密深锁水面贴膜	浙 G 妆网备字 2014003742	2014.12.11
45	珀莱雅水漾肌密眼部凝露	浙 G 妆网备字 2014002257	2014.11.19
46	珀莱雅水漾肌密早晚水	浙 G 妆网备字 2014003739	2014.12.11
47	珀莱雅水漾肌密早晚霜	浙 G 妆网备字 2014004195	2014.12.17
48	珀莱雅水漾肌密早晚眼部精华露	浙 G 妆网备字 2014003741	2014.12.11
49	珀莱雅海洋水动力洁面乳	浙 G 妆网备字 2014002147	2014.11.18
50	珀莱雅海洋水动力活能水	浙 G 妆网备字 2014002148	2014.11.18
51	珀莱雅海洋水动力精华液	浙 G 妆网备字 2014002146	2014.11.18
52	珀莱雅海洋水动力盈润乳	浙 G 妆网备字 2014002145	2014.11.18
53	珀莱雅海洋水动力盈润霜	浙 G 妆网备字 2014002265	2014.11.19
54	珀莱雅海洋水动力倍润霜	浙 G 妆网备字 2014002267	2014.11.19
55	珀莱雅海洋水动力盈润眼霜	浙 G 妆网备字 2014002263	2014.11.19
56	珀莱雅海洋水动力睡眠面膜	浙 G 妆网备字 2014002266	2014.11.19
57	珀莱雅海洋水动力盈润面膜	浙 G 妆网备字 2014002264	2014.11.19
58	珀莱超越海泉保湿润透精华素	浙 G 妆网备字 2014002333	2014.11.19
59	珀莱超越海泉保湿水漾眼霜	浙 G 妆网备字 2014002332	2014.11.19
60	珀莱超越美颜粉底乳霜(自然色)	浙 G 妆网备字 2014002339	2014.11.19
61	珀莱超越青春驻颜紧致乳液	浙 G 妆网备字 2014002344	2014.11.19
62	珀莱超越青春驻颜新生紧肤水	浙 G 妆网备字 2014002343	2014.11.19
63	珀莱超越青春驻颜眼部新生精华素	浙 G 妆网备字 2014002341	2014.11.19
64	珀莱超越青春驻颜修复精华素	浙 G 妆网备字 2014002342	2014.11.19

序号	产品名称	备案号	备案日期
65	珀莱超越青春驻颜焕采霜	浙 G 妆网备字 2014002345	2014.11.19
66	珀莱超越青春驻颜活肤洁面乳	浙 G 妆网备字 2014002150	2014.11.18
67	珀莱超越沁荷净爽清透洁面啫喱	浙 G 妆网备字 2014002152	2014.11.18
68	珀莱超越沁荷净爽收敛水	浙 G 妆网备字 2014002151	2014.11.18
69	珀莱超越沁荷净爽活力平衡乳	浙 G 妆网备字 2014002153	2014.11.18
70	珀莱超越沁荷净爽莹采水凝霜	浙 G 妆网备字 2014002149	2014.11.18
71	珀莱超越活力雪晶祛角质啫喱	浙 G 妆网备字 2014002154	2014.11.18
72	珀莱超越活力亮采保湿面膜	浙 G 妆网备字 2014002155	2014.11.18
73	军承西瓜霜祛痘灵霜	浙 G 妆网备字 2014002288	2014.11.19
74	军承西瓜霜痘痕修复霜	浙 G 妆网备字 2014002271	2014.11.19
75	军承西瓜霜祛痘洁面乳	浙 G 妆网备字 2014002287	2014.11.19
76	军承西瓜霜抑痘调理水	浙 G 妆网备字 2014002270	2014.11.19
77	珀莱雅水漾肌密柔润洁面膏	浙 G 妆网备字 2014005693	2014.12.29
78	珀莱雅深海致臻活颜水	浙 G 妆网备字 2014003829	2014.12.11
79	珀莱雅深海致臻精华肌底液	浙 G 妆网备字 2014005678	2014.12.29
80	珀莱雅海洋嫩肤护手霜	浙 G 妆网备字 2014004926	2014.12.23
81	珀莱雅海洋胶原滋养护手霜	浙 G 妆网备字 2014003828	2014.12.11
82	珀莱雅海洋胶原滋养润唇蜜（原味）	浙 G 妆网备字 2014004927	2014.12.23
83	珀莱雅海洋胶原滋养润唇蜜（香草味）	浙 G 妆网备字 2014004928	2014.12.23
84	珀莱雅海洋胶原滋养润唇蜜（草莓味）	浙 G 妆网备字 2014004929	2014.12.23
85	珀莱雅水感沁透舒缓喷雾	浙 G 妆网备字 2014004930	2014.12.23
86	珀莱雅晒后修护舒缓凝露	浙 G 妆网备字 2014002340	2014.11.19
87	珀莱雅深海致臻精华液	浙 G 妆网备字 2014003827	2014.12.11
88	珀莱雅柔纱亲肤腮红（01 珊瑚）	浙 G 妆网备字 2014001323	2014.10.29
89	珀莱雅柔纱亲肤腮红（02 甜蜜粉）	浙 G 妆网备字 2014001322	2014.10.29
90	珀莱雅柔纱亲肤腮红（03 蜜桃粉）	浙 G 妆网备字 2014001321	2014.10.29
91	珀莱雅轻丝柔光蜜粉（01 自然）	浙 G 妆网备字 2014005863	2014.12.30
92	珀莱雅晶艳星纱眼影（01 薄荷绿）	浙 G 妆网备字 2014001414	2014.11.5
93	珀莱雅晶艳星纱眼影（02 青草绿）	浙 G 妆网备字 2014001413	2014.11.5
94	珀莱雅晶艳星纱眼影（03 暖粉橘）	浙 G 妆网备字 2014001412	2014.11.5
95	珀莱雅晶艳星纱眼影（05 缎灰）	浙 G 妆网备字 2014001411	2014.11.5
96	珀莱雅晶艳星纱眼影（06 耀黑）	浙 G 妆网备字 2014002411	2014.11.19
97	珀莱雅晶艳星纱眼影（08 天空蓝）	浙 G 妆网备字 2014002412	2014.11.19
98	珀莱雅晶艳星纱眼影（09 魅棕）	浙 G 妆网备字 2014002415	2014.11.19

序号	产品名称	备案号	备案日期
99	珀莱雅晶艳星纱眼影（10 柔浅金）	浙 G 妆网备字 2014002416	2014.11.19
100	珀莱雅晶艳星纱眼影（11 牛仔蓝）	浙 G 妆网备字 2014002418	2014.11.19
101	珀莱雅晶艳星纱眼影（12 迷情紫）	浙 G 妆网备字 2014002417	2014.11.19
102	珀莱雅晶艳星纱眼影（15 香草粉）	浙 G 妆网备字 2014006178	2014.12.31
103	珀莱雅晶艳星纱眼影（16 恬静紫）	浙 G 妆网备字 2014002414	2014.11.19
104	珀莱雅晶艳魅彩四色眼影（01 蓝色海域）	浙 G 妆网备字 2014001685	2014.11.7
105	珀莱雅晶艳魅彩四色眼影（02 琥珀金沙）	浙 G 妆网备字 2014001651	2014.11.7
106	珀莱雅晶艳魅彩四色眼影（03 耀紫玫瑰）	浙 G 妆网备字 2014001686	2014.11.7
107	珀莱雅晶艳魅彩四色眼影（05 晶色柔粉）	浙 G 妆网备字 2014001687	2014.11.7
108	珀莱雅焕采炫亮唇彩（01 迷红）	浙 G 妆网备字 2014001410	2014.11.5
109	珀莱雅焕采炫亮唇彩（02 炫白）	浙 G 妆网备字 2014001409	2014.11.5
110	珀莱雅焕采炫亮唇彩（03 焦点红）	浙 G 妆网备字 2014001407	2014.11.5
111	珀莱雅焕采炫亮唇彩（05 香槟金）	浙 G 妆网备字 2014001406	2014.11.5
112	珀莱雅焕采炫亮唇彩（06 闪蜜）	浙 G 妆网备字 2014001405	2014.11.5
113	珀莱雅焕采炫亮唇彩（08 滢玫红）	浙 G 妆网备字 2014001404	2014.11.5
114	珀莱雅焕采炫亮唇彩（09 花漾粉）	浙 G 妆网备字 2014001403	2014.11.5
115	珀莱雅焕采炫亮唇彩（10 金钻）	浙 G 妆网备字 2014001402	2014.11.5
116	珀莱雅焕采炫亮唇彩（11 柔纱粉）	浙 G 妆网备字 2014001401	2014.11.5
117	珀莱雅焕采炫亮唇彩（12 绚橙）	浙 G 妆网备字 2014001400	2014.11.5
118	珀莱雅焕采炫亮唇彩（15 金霜）	浙 G 妆网备字 2014001399	2014.11.5
119	珀莱雅焕采炫亮唇彩（16 魅惑红）	浙 G 妆网备字 2014001398	2014.11.5
120	珀莱雅焕采琉光唇膏（01 樱花粉）	浙 G 妆网备字 2014001781	2014.11.14
121	珀莱雅焕采琉光唇膏（02 爱恋粉）	浙 G 妆网备字 2014001780	2014.11.14
122	珀莱雅焕采琉光唇膏（03 魅棕红）	浙 G 妆网备字 2014001779	2014.11.14
123	珀莱雅焕采琉光唇膏（05 盛宴红）	浙 G 妆网备字 2014001811	2014.12.30
124	珀莱雅焕采琉光唇膏（06 典红）	浙 G 妆网备字 2014001778	2014.11.14
125	珀莱雅焕采琉光唇膏（08 裸褐）	浙 G 妆网备字 2014001777	2014.11.14
126	珀莱雅焕采琉光唇膏（09 雅致橘）	浙 G 妆网备字 2014001776	2014.11.14
127	珀莱雅焕采琉光唇膏（10 芭比粉）	浙 G 妆网备字 2014001775	2014.12.31
128	珀莱雅焕采琉光唇膏（11 雾粉）	浙 G 妆网备字 2014001774	2014.11.14
129	珀莱雅焕采琉光唇膏（12 奶咖）	浙 G 妆网备字 2014001772	2014.11.14
130	珀莱雅焕采琉光唇膏（15 醉紫）	浙 G 妆网备字 2014001771	2014.11.14

序号	产品名称	备案号	备案日期
131	珀莱雅焕采琉光唇膏（16 蜜桃）	浙 G 妆网备字 2014001773	2014.11.14
132	珀莱雅深邃持久眼线膏（01 深黑）	浙 G 妆网备字 2014002413	2014.11.19
133	珀莱雅纤长梦魅睫毛膏（01 黑色）	浙 G 妆网备字 2014002410	2014.11.19
134	珀莱雅深邃魅惑眼线水笔（01 黑色）	浙 G 妆网备字 2014004757	2014.12.23
135	珀莱雅清透净颜轻感卸妆油	浙 G 妆网备字 2014004521	2014.12.17
136	珀莱雅清透净颜眼唇卸妆液	浙 G 妆网备字 2014004980	2014.12.26
137	珀莱雅晶萃焕妍臻润洁面乳	浙 G 妆网备字 2014002521	2014.11.19
138	珀莱雅晶萃焕妍臻润柔肤水	浙 G 妆网备字 2014005891	2014.11.19
139	珀莱雅晶萃焕妍臻润精华液	浙 G 妆网备字 2014002520	2014.11.19
140	珀莱雅晶萃焕妍臻润柔肤乳	浙 G 妆网备字 2014002519	2014.11.19
141	珀莱雅晶萃焕妍臻润恒采面霜	浙 G 妆网备字 2014004065	2014.12.11
142	珀莱雅晶萃焕妍臻采弹力紧致眼霜	浙 G 妆网备字 2014002543	2014.11.19
143	珀莱雅晶萃焕妍臻采无痕修护眼霜	浙 G 妆网备字 2014002542	2014.11.19
144	珀莱雅海能量去角质啫喱	浙 G 妆网备字 2014004978	2014.12.26
145	珀莱雅深海致臻舒缓喷雾	浙 G 妆网备字 2014003797	2014.12.11
146	珀莱雅晶萃焕妍臻至新生洁面霜	浙 G 妆网备字 2014005704	2014.12.29
147	珀莱雅晶萃焕妍臻养紧致修护面霜	浙 G 妆网备字 2014002545	2014.11.19
148	珀莱雅晶萃焕妍臻养紧致修护乳液	浙 G 妆网备字 2014004979	2014.12.26
149	珀莱雅晶萃焕妍臻养紧致精华水	浙 G 妆网备字 2014004064	2014.12.11
150	珀莱雅晶萃焕妍臻至新生柔润面霜	浙 G 妆网备字 2014004379	2014.12.17
151	珀莱雅晶萃焕妍臻至新生柔润精华液	浙 G 妆网备字 2014005703	2014.12.29
152	珀莱雅晶萃焕妍臻至新生调理液	浙 G 妆网备字 2014004069	2014.12.11
153	珀莱雅晶萃焕妍臻养紧致洁面霜	浙 G 妆网备字 2014004070	2014.12.11
154	晶纯美集茶树控油净痘面膜	浙 G 妆网备字 2014002268	2014.11.19
155	晶纯美集橄榄倍润锁水面贴膜	浙 G 妆网备字 2014002278	2014.12.26
156	晶纯美集红石榴光采焕颜面膜	浙 G 妆网备字 2014002279	2014.12.26
157	晶纯美集酪梨凝润滋养面膜	浙 G 妆网备字 2014002280	2014.12.26
158	晶纯美集芦荟清爽舒缓面膜	浙 G 妆网备字 2014002281	2014.11.19
159	晶纯美集牛奶嫩滑丝柔面膜	浙 G 妆网备字 2014002269	2014.12.29
160	晶纯美集奇异果清润补水面膜	浙 G 妆网备字 2014002282	2014.12.26
161	晶纯美集奇异果清爽水润洁面啫喱	浙 G 妆网备字 2014002283	2014.11.19
162	珀莱晶纯晶纯美集奇异果清爽水润化妆水	浙 G 妆网备字 2014002284	2014.11.19
163	珀莱晶纯晶纯美集奇异果清爽水润保湿露	浙 G 妆网备字 2014002321	2014.11.19

序号	产品名称	备案号	备案日期
164	珀莱晶纯晶纯美集奇异果清爽水润保湿霜	浙 G 妆网备字 2014002323	2014.11.19
165	晶纯美集酪梨凝润洁面乳	浙 G 妆网备字 2014002481	2014.11.19
166	珀莱晶纯晶纯美集酪梨凝润滋养水	浙 G 妆网备字 2014002476	2014.11.19
167	珀莱晶纯晶纯美集酪梨凝润滋养乳	浙 G 妆网备字 2014002478	2014.11.19
168	珀莱晶纯晶纯美集酪梨凝润滋养精华液	浙 G 妆网备字 2014002480	2014.11.19
169	珀莱晶纯晶纯美集酪梨凝润滋养露	浙 G 妆网备字 2014002479	2014.11.19
170	珀莱晶纯晶纯美集酪梨凝润滋养霜	浙 G 妆网备字 2014002477	2014.11.19
171	晶纯美集红石榴光采活力洁面乳	浙 G 妆网备字 2014002091	2014.11.17
172	珀莱晶纯晶纯美集红石榴光采活力嫩肤水	浙 G 妆网备字 2014002120	2014.11.17
173	珀莱晶纯晶纯美集红石榴光采活力嫩肤精华液	浙 G 妆网备字 2014002121	2014.11.17
174	珀莱晶纯晶纯美集红石榴光采活力嫩肤乳	浙 G 妆网备字 2014002156	2014.11.18
175	珀莱晶纯晶纯美集红石榴光采活力嫩肤霜	浙 G 妆网备字 2014002502	2014.11.19
176	珀莱晶纯晶纯美集红石榴光采活力润养霜	浙 G 妆网备字 2014002143	2014.11.18
177	珀莱晶纯晶纯美集奇异果清润保湿眼凝露	浙 G 妆网备字 2014004638	2014.12.22
178	晶纯美集绿茶保湿护手霜	浙 G 妆网备字 2014002144	2014.11.18
179	晶纯美集蜂蜜牛奶嫩滑润体乳	浙 G 妆网备字 2015000339	2015.1.4
180	晶纯美集葡萄籽深润身体滋养霜	浙 G 妆网备字 2014002533	2014.11.19
181	珀莱雅柔润轻透凝肤乳	浙 G 妆网备字 2014001735	2014.11.7
182	珀莱雅海洋水动力藻萃活能盈养液	浙 G 妆网备字 2014004639	2014.12.22
183	珀莱雅晶萃焕妍臻至新生柔润乳	浙 G 妆网备字 2014005675	2014.12.29
184	珀莱雅晶萃焕妍臻养紧致修护精华液	浙 G 妆网备字 2014002795	2014.11.20
185	珀莱雅水动力藻萃活能盈养洁面乳	浙 G 妆网备字 2014004933	2014.12.23
186	珀莱雅水动力藻萃活能盈养乳	浙 G 妆网备字 2014002790	2014.12.26
187	珀莱雅水动力藻萃活能盈养霜	浙 G 妆网备字 2014004932	2014.12.23
188	珀莱雅水动力藻萃活能倍润盈养霜	浙 G 妆网备字 2014004640	2014.12.22
189	珀莱雅修护倍润护手霜	浙 G 妆网备字 2014004401	2014.12.17
190	珀莱雅紧致凝润护手霜	浙 G 妆网备字 2014004400	2014.12.17
191	珀莱雅水润清透护手霜	浙 G 妆网备字 2014003824	2014.12.11
192	珀莱雅晶萃焕妍臻润恒采面霜（滋润型）	浙 G 妆网备字 2014002791	2014.11.20
193	珀莱雅晶萃焕妍臻润恒采面霜（均衡型）	浙 G 妆网备字 2014002792	2014.11.20

序号	产品名称	备案号	备案日期
194	珀莱雅海能量塑颜润护霜（滋润型）	浙 G 妆网备字 2014004755	2014.12.23
195	珀莱雅海能量塑颜润护霜（均衡型）	浙 G 妆网备字 2014004490	2014.12.17
196	珀莱雅海能量塑颜紧肤水（均衡型）	浙 G 妆网备字 2014004491	2014.12.17
197	珀莱雅海能量塑颜紧肤水（滋润型）	浙 G 妆网备字 2014004934	2014.12.23
198	珀莱雅深海致臻面贴膜	浙 G 妆网备字 2014003822	2014.12.11
199	珀莱超越活肤精纯 SOD 蜜	浙 G 妆网备字 2014002798	2014.11.20
200	珀莱雅深海盈润美肌面贴膜	浙 G 妆网备字 2014003825	2014.12.11
201	珀莱雅水漾肌密去角质啫喱	浙 G 妆网备字 2014004931	2014.12.23
202	珀莱雅深海盈润水感眼霜	浙 G 妆网备字 2014004403	2014.12.17
203	珀莱雅深海盈润沁透精华液	浙 G 妆网备字 2014004981	2014.12.26
204	珀莱雅深海致臻眼霜	浙 G 妆网备字 2014004404	2014.12.17
205	珀莱雅晶艳魅彩四色眼影（101 限量）	浙 G 妆网备字 2014003339	2014.12.1
206	珀莱雅醇密凝润护唇精华霜	浙 G 妆网备字 2014002372	2014.11.19
207	珀莱雅焕彩柔滑洁面泡沫	浙 G 妆网备字 2014004492	2014.12.17
208	珀莱雅焕彩柔滑润体乳	浙 G 妆网备字 2014003821	2014.12.11
209	珀莱雅深海盈润美肌睡眠面膜	浙 G 妆网备字 2014004470	2014.12.17
210	珀莱雅经典舒润护唇膏（经典原味）	浙 G 妆网备字 2014004469	2014.12.17
211	珀莱雅经典舒润护唇膏（清甜香橙味）	浙 G 妆网备字 2014004468	2014.12.17
212	珀莱雅经典舒润护唇膏（醇香蜂蜜味）	浙 G 妆网备字 2014004466	2014.12.17
213	珀莱雅经典舒润护唇膏（清新薄荷味）	浙 G 妆网备字 2014004465	2014.12.17
214	珀莱雅柳珊瑚藻精萃清颜祛痘面膜	浙 G 妆网备字 2014002368	2014.11.19
215	珀莱雅软毛松藻精萃丝滑锁水面膜	浙 G 妆网备字 2014002365	2014.11.19
216	珀莱雅深海巨藻精萃控油平衡面膜	浙 G 妆网备字 2014002364	2014.11.19
217	珀莱雅红巨藻精萃净澈舒缓面膜	浙 G 妆网备字 2014002363	2014.11.19
218	珀莱雅小球藻精萃清漾补水面膜	浙 G 妆网备字 2014002362	2014.11.19
219	珀莱雅晶萃焕妍弹力紧致面贴膜	浙 G 妆网备字 2014005708	2014.12.29
220	珀莱雅晶萃焕妍弹力紧致眼贴膜	浙 G 妆网备字 2014005677	2014.12.29
221	珀莱雅深海致臻塑颜紧肤水（滋润型）	浙 G 妆网备字 2014002361	2014.11.19
222	珀莱雅深海致臻塑颜润护乳	浙 G 妆网备字 2014002360	2014.11.19
223	珀莱雅深海致臻塑颜抚纹细肤精华液	浙 G 妆网备字 2014002359	2014.11.19
224	珀莱雅深海致臻塑颜靓眸眼部精华霜	浙 G 妆网备字 2014002358	2014.11.19
225	珀莱雅深海致臻塑颜精华肌底液	浙 G 妆网备字 2014005299	2014.12.29
226	珀莱雅深海致臻塑颜润护霜（滋润型）	浙 G 妆网备字 2014002357	2014.11.19
227	珀莱雅水动力藻萃活能盈养眼霜	浙 G 妆网备字 2014002373	2014.11.19

序号	产品名称	备案号	备案日期
228	珀莱雅深海致臻塑颜洁面霜	浙 G 妆网备字 2014002374	2014.11.19
229	珀莱雅深海致臻塑颜紧肤水（均衡型）	浙 G 妆网备字 2014002370	2014.11.19
230	珀莱雅深海致臻塑颜润护霜（均衡型）	浙 G 妆网备字 2014002378	2014.11.19
231	珀莱雅润活亲肤弹力粉饼芯(01 浅杏)	浙 G 妆网备字 2014001646	2014.12.22
232	珀莱雅润活亲肤弹力粉饼芯(02 白皙粉)	浙 G 妆网备字 2014005125	2014.12.26
233	珀莱雅润活亲肤弹力粉饼芯(03 自然)	浙 G 妆网备字 2014001688	2014.12.22
234	珀莱雅润活亲肤水粉霜(01 浅杏)	浙 G 妆网备字 2014005123	2014.12.26
235	珀莱雅润活亲肤水粉霜(02 白皙粉)	浙 G 妆网备字 2014005126	2014.12.26
236	珀莱雅润活亲肤水粉霜(03 自然杏)	浙 G 妆网备字 2014005108	2014.12.26
237	珀莱雅润活亲肤水粉霜(05 象牙白)	浙 G 妆网备字 2014005088	2014.12.26
238	晶纯美集橄榄水亮柔顺洗发露	浙 G 妆网备字 2014001584	2014.11.7
239	晶纯美集青苹果多效去屑洗发露	浙 G 妆网备字 2014001585	2014.11.7
240	珀莱雅水动力藻萃活能盈养精华液	浙 G 妆网备字 2014002366	2014.11.19
241	珀莱雅幻彩盈润唇膏（101 限量、102 限量、103 限量）	浙 G 妆网备字 2014003339	2014.12.1
242	晶纯美集橄榄水嫩弹润沐浴露	浙 G 妆网备字 2014001586	2014.11.7
243	晶纯美集蜂蜜牛奶亮肤滋润沐浴露	浙 G 妆网备字 2014001587	2014.11.7
244	珀莱雅海御新肌新生菁华水	浙 G 妆网备字 2014002367	2014.11.19
245	珀莱雅海御新肌润透菁华水	浙 G 妆网备字 2014002377	2014.11.19
246	珀莱雅晶润活颜海洋胶原肌活原液	浙 G 妆网备字 2014004198	2014.12.17
247	珀莱雅净妆洁面两用摩丝	浙 G 妆网备字 2014001601	2014.11.7
248	珀莱雅晶润活颜海洋胶原弹润眼霜	浙 G 妆网备字 2014002375	2014.11.19
249	珀莱雅深海致臻去角质啫喱	浙 G 妆网备字 2014004464	2014.12.17
250	珀莱雅深海致臻塑颜洁面乳	浙 G 妆网备字 2014004463	2014.12.17
251	珀莱雅深海致臻塑颜弹润面贴膜	浙 G 妆网备字 2014004474	2014.12.17
252	珀莱雅新柔皙莹肌造型乳粉	浙 G 妆网备字 2014001602	2014.11.7
253	珀莱雅水动力盈润面贴膜	浙 G 妆网备字 2014001573	2014/11/7
254	海洋女神挚爱时光香水	粤 G 妆网备字 2014024386	2014.11.28
255	珀莱雅绒密旋翘睫毛膏（01 黑色）	浙 G 妆网备字 2014000218	2014/7/28
256	珀莱雅男士深海控油均衡磨砂洁面啫喱	浙 G 妆网备字 2014000070	2014.7.1
257	珀莱雅男士深海控油均衡洁面膏	浙 G 妆网备字 2014000069	2014.7.1
258	珀莱雅男士深海控油均衡爽肤水	浙 G 妆网备字 2014000071	2014.7.1
259	珀莱雅男士深海控油均衡保湿露	浙 G 妆网备字 2014000101	2014.7.1
260	珀莱雅男士深海酷润保湿洁面乳	浙 G 妆网备字 2014000072	2014.7.1

序号	产品名称	备案号	备案日期
261	珀莱雅男士深海酷润保湿爽肤水	浙 G 妆网备字 2014000074	2014.7.1
262	珀莱雅男士深海酷润保湿露	浙 G 妆网备字 2014000087	2014.7.1
263	珀莱雅男士深海酷润保湿乳	浙 G 妆网备字 2014000073	2014.7.1
264	珀莱雅男士深海醒肤劲能洁面乳	浙 G 妆网备字 2015001295	2015.1.13
265	珀莱雅男士深海醒肤劲能精华水	浙 G 妆网备字 2015001291	2015.1.13
266	珀莱雅男士深海醒肤劲能精华乳	浙 G 妆网备字 2015001293	2015.1.13
267	珀莱雅男士深海醒肤劲能精华霜	浙 G 妆网备字 2015001292	2015.1.13
268	珀莱雅深海盈润水活眼部精华露	浙 G 妆网备字 2014000137	2014.7.14
269	珀莱雅深海盈润沁活精华肌底液	浙 G 妆网备字 2014000135	2014.7.14
270	珀莱雅深海盈润水活肌能盈养液	浙 G 妆网备字 2014000136	2014.12.26
271	珀莱雅晶萃活颜臻养水嫩睡眠面膜	浙 G 妆网备字 2014000143	2014.7.14
272	珀莱雅晶润活颜海洋胶原新生眼部精华乳	浙 G 妆网备字 2014000150	2014.7.14
273	珀莱雅晶润活颜海洋胶原柔肤水	浙 G 妆网备字 2014000147	2015.1.4
274	珀莱雅海洋清透保湿洁面啫喱	浙 G 妆网备字 2014000178	2014.7.22
275	珀莱雅海洋清透保湿水	浙 G 妆网备字 2014000276	2014.8.5
276	珀莱雅海洋清透保湿露	浙 G 妆网备字 2014000194	2014.7.22
277	珀莱雅海洋清透保湿霜	浙 G 妆网备字 2014000184	2014.7.22
278	珀莱雅海洋高保湿精华水	浙 G 妆网备字 2014000254	2014.8.4
279	珀莱雅海洋高保湿润养乳	浙 G 妆网备字 2014000252	2014.8.4
280	珀莱雅海洋高保湿润护霜	浙 G 妆网备字 2014000261	2014.8.4
281	珀莱雅海洋高保湿眼霜	浙 G 妆网备字 2014000251	2014.8.4
282	珀莱雅海洋水润亮颜菁华水	浙 G 妆网备字 2014000177	2014.7.22
283	珀莱雅海洋水润亮颜保湿乳	浙 G 妆网备字 2014000174	2014.7.22
284	珀莱雅海洋水润亮颜保湿霜	浙 G 妆网备字 2014000175	2014.7.22
285	珀莱雅海洋水润亮颜多效眼霜	浙 G 妆网备字 2014000244	2014.8.4
286	珀莱雅海洋控油洁面啫喱	浙 G 妆网备字 2014000260	2014.12.1
287	珀莱雅海洋控油保湿水	浙 G 妆网备字 2014000195	2014.7.22
288	珀莱雅海洋控油保湿乳	浙 G 妆网备字 2014000245	2014.8.4
289	珀莱雅海洋高保湿洁面乳	浙 G 妆网备字 2014000277	2014.8.5
290	珀莱雅海洋水润亮颜洁面膏	浙 G 妆网备字 2014000176	2014.7.22
291	珀莱雅海洋控油清肌膏	浙 G 妆网备字 2014000259	2014.8.4
292	珀莱雅海洋控油舒缓喷雾	浙 G 妆网备字 2014000253	2014.8.4
293	珀莱雅冰川海泥净化面贴膜	浙 G 妆网备字 2014000281	2014.8.5
294	珀莱雅北极冰山水舒缓面贴膜	浙 G 妆网备字 2014000255	2014.8.4

序号	产品名称	备案号	备案日期
295	珀莱雅珊瑚控油祛痘面膜	浙 G 妆网备字 2014000280	2014.8.5
296	珀莱雅盐角藻盈润保湿面膜	浙 G 妆网备字 2014000282	2014.8.5
297	珀莱雅海百合鲜亮焕彩面膜	浙 G 妆网备字 2014000256	2014.8.4
298	珀莱雅深海原生物滋养面膜	浙 G 妆网备字 2014000258	2014.8.4
299	珀莱雅极地雪藻提拉紧致面膜	浙 G 妆网备字 2014000257	2014.8.4
300	珀莱雅早晚水漾早安晨醒水	浙 G 妆网备字 2014000323	2014.8.13
301	珀莱雅早晚水漾晚安夜养水	浙 G 妆网备字 2014000324	2014.8.13
302	珀莱雅早晚水漾早安晨醒霜	浙 G 妆网备字 2014000326	2014.8.13
303	珀莱雅早晚水漾晚安夜养霜	浙 G 妆网备字 2014000325	2014.8.13
304	珀莱雅焕采水亮美唇蜜 1#太妃红	浙 G 妆网备字 2014000242	2014.8.19
305	珀莱雅焕采水亮美唇蜜 2#水晶橙	浙 G 妆网备字 2014000359	2014.8.19
306	珀莱雅焕采水亮美唇蜜 6#冰粉	浙 G 妆网备字 2014000362	2014.8.19
307	珀莱雅焕采水亮美唇蜜 10#妙曼紫	浙 G 妆网备字 2014000361	2014.8.19
308	珀莱雅焕采水亮美唇蜜 11#花瓣粉	浙 G 妆网备字 2014000360	2014.8.19
309	珀莱雅水动力盈润眼霜	浙 G 妆网备字 2014000369	2014.8.19
310	珀莱雅晶萃活颜弹滑紧致眼霜	浙 G 妆网备字 2014000367	2014.8.19
311	珀莱雅晶萃活颜新生弹力眼部精华露	浙 G 妆网备字 2014000368	2014.8.19
312	珀莱雅海御新肌多效修护亮眸眼部精华液	浙 G 妆网备字 2014000366	2014.8.19
313	珀莱雅精致柔滑自动眉笔芯 (01 灰)	浙 G 妆网备字 2014000375	2014.8.19
314	珀莱雅精致柔滑自动眉笔芯 (02 浅咖)	浙 G 妆网备字 2014000374	2014.8.19
315	珀莱雅精致柔滑自动眉笔芯 (03 深褐)	浙 G 妆网备字 2014000376	2014.8.19
316	珀莱雅海洋胶原滋养沐浴露	浙 G 妆网备字 2014000494	2014.8.21
317	珀莱雅海洋胶原滋养身体乳	浙 G 妆网备字 2014000493	2014.8.21
318	珀莱雅多维提塑面膜	浙 G 妆网备字 2014000504	2014.8.21
319	珀莱雅活采多效蝶吻眼周膜	浙 G 妆网备字 2014000503	2014.8.21
320	珀莱雅润采活力妆前调理底霜	浙 G 妆网备字 2014000768	2014.9.29
321	珀莱超越海泉保湿轻柔盈润霜	浙 G 妆网备字 2014001693	2014.12.1
322	珀莱超越海泉保湿特润凝水霜	浙 G 妆网备字 2014001286	2014.12.1
323	珀莱超越海泉保湿柔肤水	浙 G 妆网备字 2014001690	2014.12.1
324	珀莱超越海泉保湿深层凝乳	浙 G 妆网备字 2014001691	2014.12.1
325	珀莱超越海泉保湿洁面乳	浙 G 妆网备字 2014001692	2014.12.1
326	珀莱雅海洋水动力藻萃活能盈养霜	浙 G 妆网备字 2014004642	2014.10.24
327	珀莱雅海洋水动力藻萃活能盈养洁面乳	浙 G 妆网备字 2014001217	2014.10.24

序号	产品名称	备案号	备案日期
328	珀莱雅海洋水动力藻萃活能倍润盈养霜	浙 G 妆网备字 2014001218	2014.10.24
329	珀莱雅海洋水动力藻萃活能盈养乳	浙 G 妆网备字 2014001216	2014.10.24
330	珀莱雅水动力藻萃活能盈养液	浙 G 妆网备字 2014001214	2014.10.24
331	珀莱雅晒后修复舒缓冰膜	浙 G 妆网备字 2014002922	2014/12/1
332	珀莱超越美颜饰底 BB 霜（明亮色）	浙 G 妆网备字 2014001543	2014/12/1
333	珀莱超越焕亮洁颜乳	浙 G 妆网备字 2014001282	2014/10/17
334	珀莱雅海洋冰泉保湿面膜	浙 G 妆网备字 2014001000	2014.10.15
335	珀莱雅深海矿物清浊营养泥膜	浙 G 妆网备字 2014001003	2014.10.15
336	珀莱雅深海矿物平衡保湿泥膜	浙 G 妆网备字 2014001010	2014.10.15
337	珀莱雅深海矿物亮颜嫩肤泥膜	浙 G 妆网备字 2014001011	2014.10.15
338	珀莱雅深海矿物去角质清洁泥膜	浙 G 妆网备字 2014001309	2014.10.29
339	珀莱雅海洋胶原保湿滋养睡眠面膜	浙 G 妆网备字 2014001004	2014.10.15
340	珀莱雅海洋胶原平衡净爽睡眠面膜	浙 G 妆网备字 2014001005	2014.10.15
341	珀莱雅海洋胶原莹润亮肤睡眠面膜	浙 G 妆网备字 2014002076	2014.10.15
342	珀莱雅海洋胶原水养修护睡眠面膜	浙 G 妆网备字 2014001006	2014.10.15
343	珀莱雅深海多肽肌底精华液	浙 G 妆网备字 2014001018	2014.10.15
344	珀莱雅海洋新生深透洁面乳	浙 G 妆网备字 2014001035	2014.10.20
345	珀莱雅海洋新生紧肤水	浙 G 妆网备字 2014001259	2014.10.24
346	珀莱雅海洋新生紧致乳	浙 G 妆网备字 2014001034	2014.10.20
347	珀莱雅海洋新生修护霜	浙 G 妆网备字 2014001037	2014.10.20
348	珀莱雅海洋新生凝亮面贴膜	浙 G 妆网备字 2014001088	2014.10.21
349	珀莱雅海洋男士净爽控油洁面啫喱	浙 G 妆网备字 2014001211	2014.10.24
350	珀莱雅海洋男士舒缓净澈洁面膏	浙 G 妆网备字 2014001210	2014.10.24
351	珀莱雅深海胶原元气面膜	浙 G 妆网备字 2014000895	2014.10.10
352	珀莱雅深海珍珠元气面膜	浙 G 妆网备字 2014001565	2014.11.6
353	珀莱雅深海褐藻元气面膜	浙 G 妆网备字 2014001100	2014.10.21
354	珀莱雅海洋轻盈隔离防护霜	浙 G 妆网备字 2014001630	2014.11.7
355	珀莱雅海洋轻盈无瑕修颜霜	浙 G 妆网备字 2014001634	2014.11.7
356	珀莱雅海洋轻盈焕采润色霜	浙 G 妆网备字 2014000968	2014.11.7
357	珀莱雅海洋轻盈晶艳变色霜	浙 G 妆网备字 2014001631	2014.10.14
358	珀莱雅海洋轻盈亮肤柔水霜	浙 G 妆网备字 2014000969	2014.10.14
359	珀莱雅海洋保湿舒缓洁面乳	浙 G 妆网备字 2014000970	2014.10.14
360	珀莱雅海洋保湿舒缓清肌水	浙 G 妆网备字 2014004546	2014.12.19
361	珀莱雅海洋保湿舒缓清润乳	浙 G 妆网备字 2014001092	2014.10.21

序号	产品名称	备案号	备案日期
362	珀莱雅海洋保湿舒缓滋养霜	浙 G 妆网备字 2014001451	2014.11.5
363	珀莱雅海洋保湿舒缓盈润眼霜	浙 G 妆网备字 2014000972	2014.10.14
364	珀莱雅海洋弹润保湿洁面膏	浙 G 妆网备字 2014000971	2014.10.14
365	珀莱雅海洋弹润保湿柔肤水	浙 G 妆网备字 2014001029	2014.10.20
366	珀莱雅海洋弹润保湿精华液	浙 G 妆网备字 2014001027	2014.10.20
367	珀莱雅海洋弹润保湿凝润乳	浙 G 妆网备字 2014001028	2014.10.20
368	珀莱雅海洋弹润保湿滋养霜	浙 G 妆网备字 2014001145	2014.10.22
369	珀莱雅海洋弹润保湿修护眼霜	浙 G 妆网备字 2014001030	2014.10.20
370	珀莱雅海洋舒缓修护手霜	浙 G 妆网备字 2014001769	2014.11.14
371	珀莱雅海洋柔滑嫩肤手霜	浙 G 妆网备字 2014001770	2014.11.14
372	珀莱雅海洋保湿特润手霜	浙 G 妆网备字 2014001201	2014.10.24
373	珀莱雅海洋清爽润唇膏（原味）	浙 G 妆网备字 2014001180	2014.10.24
374	珀莱雅海洋丰盈润唇膏（香橙味）	浙 G 妆网备字 2014003757	2014.12.11
375	珀莱雅海洋男士润唇膏（薄荷味）	浙 G 妆网备字 2014000894	2014.10.10
376	珀莱雅海洋倍润身体乳	浙 G 妆网备字 2014001317	2014.10.29
377	珀莱雅海洋嫩肤身体乳	浙 G 妆网备字 2014001557	2014.11.6
378	珀莱雅绝色绚柔唇彩笔-02 焰橙	浙 G 妆网备字 2014003694	2015.1.19
379	珀莱雅绝色绚柔唇彩笔-03 暮光紫	浙 G 妆网备字 2014003693	2015.1.19
380	珀莱雅绝色绚柔唇彩笔-06 名媛粉	浙 G 妆网备字 2014003692	2015.1.19
381	珀莱雅绝色绚柔唇彩笔-09 倾心粉	浙 G 妆网备字 2014003691	2015.1.19
382	珀莱雅绝色绚柔唇彩笔-10 温婉橘	浙 G 妆网备字 2014003690	2015.1.19
383	珀莱雅绝色绚柔唇彩笔-11 雾红	浙 G 妆网备字 2014003689	2015.1.19
384	珀莱雅雪肌舒颜气垫粉凝霜（21 明亮）	浙 G 妆网备字 2014003659	2015.1.12
385	珀莱雅雪肌舒颜气垫粉凝霜（23 自然）	浙 G 妆网备字 2014003769	2015.1.12
386	珀莱雅人鱼公主深海雪润面贴膜	浙 G 妆网备字 2014003724	2015.1.7
387	珀莱雅人鱼公主深海水养面贴膜	浙 G 妆网备字 2015000555	2015.1.7
388	珀莱雅海洋活能密集保湿洁面乳	浙 G 妆网备字 2015000258	2015.3.9
389	珀莱雅海洋活能密集保湿爽肤水	浙 G 妆网备字 2015000251	2015.3.9
390	珀莱雅海洋活能密集保湿乳	浙 G 妆网备字 2015000253	2015.3.9
391	珀莱雅海洋活能密集保湿霜	浙 G 妆网备字 2015000252	2015.3.9
392	珀莱雅海洋活能密集保湿精华液	浙 G 妆网备字 2015000256	2015.3.9
393	珀莱雅海洋活能密集保湿眼霜	浙 G 妆网备字 2015000250	2015.3.9
394	珀莱雅海洋活能密集保湿 BB 霜（亮肤色）	浙 G 妆网备字 2015000814	2015.3.9
395	珀莱雅海洋活能密集保湿 BB 霜（自然	浙 G 妆网备字 2015000260	2015.3.9

序号	产品名称	备案号	备案日期
	色)		
396	珀莱雅水动力保湿洁面乳	浙 G 妆网备字 2015000239	2015.1.4
397	珀莱雅水动力保湿乳	浙 G 妆网备字 2015000238	2015.1.4
398	珀莱雅水动力深层保湿水	浙 G 妆网备字 2015000237	2015.1.4
399	珀莱雅愉悦舒活弹力保湿霜	浙 G 妆网备字 2015000236	2015.1.4
400	珀莱雅愉悦舒活弹力倍润霜	浙 G 妆网备字 2015000234	2015.1.4
401	珀莱雅愉悦舒活弹力精华液	浙 G 妆网备字 2015000232	2015.1.4
402	珀莱雅水动力密集补水面膜贴	浙 G 妆网备字 2015000679	2015.1.4
403	珀莱雅玫瑰身体润肤精纯乳	浙 G 妆网备字 2015000677	2015.1.4
404	珀莱雅新柔皙莹润保湿水	浙 G 妆网备字 2015003458	2015.3.18
405	珀莱雅新柔皙莹润保湿乳	浙 G 妆网备字 2015003234	2015.3.3
406	珀莱雅新柔皙莹润洗颜霜	浙 G 妆网备字 2015003236	2015.3.3
407	珀莱雅海洋活能密集保湿隐形面贴膜	浙 G 妆网备字 2015000249	2015.1.4
408	珀莱雅海洋活能冰肌密集保湿霜	浙 G 妆网备字 2015000252	2015.1.4
409	珀莱雅海洋活能冰肌舒缓修护面贴膜	浙 G 妆网备字 2015000682	2015.1.4
410	珀莱雅海洋活能水养清透蚕丝面贴膜	浙 G 妆网备字 2015000678	2015.1.4
411	珀莱雅海洋活能弹润紧致抗氧化面贴膜	浙 G 妆网备字 2015000261	2015.1.4
412	珀莱雅海泉深度保湿精华面贴膜	浙 G 妆网备字 2015000263	2015.1.4
413	珀莱超越 Q10 凝脂倍润护手霜	浙 G 妆网备字 2015000265	2015.1.4
414	珀莱雅海洋水动力柔润护手霜	浙 G 妆网备字 2015000248	2015.1.4
415	珀莱雅深度润养手膜	浙 G 妆网备字 2015000241	2015.1.4
416	珀莱超越男士劲朗深层净化洁面膏	浙 G 妆网备字 2015000684	2015.1.4
417	珀莱超越男士劲朗极速活肤调理水	浙 G 妆网备字 2015000264	2015.1.4
418	珀莱雅海洋清莹净透卸妆乳	浙 G 妆网备字 2015002581	2015.2.5
419	珀莱雅深海盈氧泡沫洁面乳	浙 G 妆网备字 2015001387	2015.1.14
420	珀莱雅舒润去角质啫喱	浙 G 妆网备字 2015002394	2015.2.3
421	珀莱雅新活海藻泥面膜	浙 G 妆网备字 2015003224	2015.3.3
422	珀莱雅海洋活能调理保湿泥浆面膜	浙 G 妆网备字 2015003313	2015.3.9
423	珀莱雅海洋活能保湿去角质啫喱	浙 G 妆网备字 2015003232	2015.3.3
424	珀莱雅海洋活能夜间精华修护睡眠面膜	浙 G 妆网备字 2015003223	2015.3.3
425	珀莱雅红酒多肽蚕丝面膜	浙 G 妆网备字 2015003720	2015.3.30
426	珀莱雅恒采修护保湿眼霜	浙 G 妆网备字 2015003377	2015.03.10
427	珀莱雅海洋净颜舒缓卸妆水	浙 G 妆网备字 2015005852	2015.6.1

序号	产品名称	备案号	备案日期
428	珀莱雅海洋净透焕采洁面乳	浙 G 妆网备字 2015006886	2015.6.18
429	珀莱雅深海水润可弹粉	浙 G 妆网备字 2015005790	2015.5.27
430	珀莱雅海洋深补水修护面膜	浙 G 妆网备字 2015005796	2015.5.27
431	珀莱雅晶萃焕妍亮肤洁面乳	浙 G 妆网备字 2015006653	2015.6.16
432	珀莱雅深海致臻亮肤洁面乳	浙 G 妆网备字 2015006649	2015.6.16
433	珀莱雅碧海深宠滋养面膜	浙 G 妆网备字 2015006859	2015.6.18
434	珀莱雅瓷晶云柔轻透粉饼芯 (01 浅杏)	浙 G 妆网备字 2015006476	2015.6.11
435	珀莱雅瓷晶云柔轻透粉饼芯 (02 柔晰粉)	浙 G 妆网备字 2015006472	2015.6.11
436	珀莱雅瓷晶云柔轻透粉饼芯 (03 自然)	浙 G 妆网备字 2015006470	2015.6.11
437	珀莱雅深海致臻蕴活新肌洁面乳	浙 G 妆网备字 2015006393	2015.6.10
438	珀莱雅深海致臻蕴活新肌水	浙 G 妆网备字 2015006414	2015.6.10
439	珀莱雅深海致臻蕴活新肌精华液	浙 G 妆网备字 2015006409	2015.6.10
440	珀莱雅深海致臻蕴活新肌乳液	浙 G 妆网备字 2015006484	2015.6.11
441	珀莱雅深海致臻蕴活新肌面霜	浙 G 妆网备字 2015006487	2015.6.11
442	珀莱雅海洋活润保湿洁面乳	浙 G 妆网备字 2015007122	2015.7.2
443	珀莱雅海洋活润保湿水	浙 G 妆网备字 2015007121	2015.7.2
444	珀莱雅海洋活润保湿乳	浙 G 妆网备字 2015007132	2015.7.2
445	珀莱雅海洋活润保湿霜	浙 G 妆网备字 2015007130	2015.7.2
446	珀莱雅海洋藻萃洁面乳	浙 G 妆网备字 2015007141	2015.7.2
447	珀莱雅新肌焕活眼部精华露	浙 G 妆网备字 2015007218	2015.7.3
448	珀莱雅水动力盈润乳	浙 G 妆网备字 2015007756	2015.7.22
449	珀莱雅水动力盈润霜	浙 G 妆网备字 2015007755	2015.7.22
450	珀莱雅水动力倍润霜	浙 G 妆网备字 2015007753	2015.7.22
451	珀莱雅水动力睡眠面膜	浙 G 妆网备字 2015007754	2015.7.22
452	珀莱雅水动力洁面乳	浙 G 妆网备字 2015007779	2015.7.23
453	珀莱雅水动力活能水	浙 G 妆网备字 2015007781	2015.7.23
454	珀莱雅水动力均衡调理精华液	浙 G 妆网备字 2015007783	2015.7.23
455	珀莱雅水动力盈润眼霜	浙 G 妆网备字 2015007777	2015.7.23
456	珀莱雅北极鱼子面霜	浙 G 妆网备字 2015008463	2015.8.21
457	珀莱雅红葡萄酒亮肤 1 号特护乳	浙 G 妆网备字 2015008563	2015.8.24
458	珀莱雅红葡萄酒亮肤 1 号调理水	浙 G 妆网备字 2015008561	2015.8.24
459	珀莱雅红葡萄酒亮肤 1 号洁面乳	浙 G 妆网备字 2015008566	2015.8.24
460	珀莱雅人鱼公主深海焕颜面贴膜	浙 G 妆网备字 2015009090	2015.9.16
461	珀莱雅人鱼公主深海水润面贴膜	浙 G 妆网备字 2015009089	2015.9.16

序号	产品名称	备案号	备案日期
462	珀莱雅海洋活润保湿眼霜	浙 G 妆网备字 2015009017	2015.9.11
463	珀莱雅肌密泡沫洁面乳	浙 G 妆网备字 2015009525	2015.10.9
464	珀莱雅肌密柔润洁面乳	浙 G 妆网备字 2015009523	2015.10.9
465	珀莱雅海洋莹亮洁面乳	浙 G 妆网备字 2015009794	2015.10.23
466	珀莱雅海洋莹亮去角质啫喱	浙 G 妆网备字 2015009789	2015.10.23
467	珀莱超越晶激活采眼霜	浙 G 妆网备字 2015009804	2015.10.26
468	珀莱雅海洋净颜柔润卸妆膏	浙 G 妆网备字 2015010708	2015.12.2
469	珀莱雅水动力活润洁面乳	浙 G 妆网备字 2015011007	2015.12.14
470	珀莱雅水动力活润水	浙 G 妆网备字 2015011002	2015.12.14
471	珀莱雅水动力活润精华液	浙 G 妆网备字 2015011006	2015.12.14
472	珀莱雅水动力活润乳	浙 G 妆网备字 2015011005	2015.12.14
473	珀莱雅水动力活润霜	浙 G 妆网备字 2015011004	2015.12.14
474	珀莱雅水动力活润焕采眼霜	浙 G 妆网备字 2015011735	2015.12.21
475	珀莱雅轻透雪肌气垫 CC 霜	浙 G 妆网备字 2015011732	2015.12.21
476	韩雅明星 BB 卸妆油	浙 G 妆网备字 2014001907	2014.11.17
477	韩雅明星 BB 卸妆啫喱	浙 G 妆网备字 2014001967	2014.11.17
478	韩雅明星保湿 BB 霜	浙 G 妆网备字 2014001908	2014.11.17
479	韩雅明星魔幻 BB 霜	浙 G 妆网备字 2014001904	2014.11.17
480	韩雅明星无瑕 BB 霜	浙 G 妆网备字 2014001905	2014.11.17
481	韩雅水润舒衡洁面乳	浙 G 妆网备字 2014001974	2014.11.17
482	韩雅水润舒衡洁面啫喱	浙 G 妆网备字 2014002764	2014.11.20
483	韩雅水润舒衡柔肤水	浙 G 妆网备字 2014004504	2014.12.17
484	韩雅水润舒衡多效调养液	浙 G 妆网备字 2014004197	2014.12.17
485	韩雅水润舒衡精华素	浙 G 妆网备字 2014001870	2014.11.17
486	韩雅水润舒衡清盈乳	浙 G 妆网备字 2014004196	2014.12.17
487	韩雅水润舒衡滋养乳	浙 G 妆网备字 2014001868	2014.11.17
488	韩雅水润舒衡清盈霜	浙 G 妆网备字 2014002851	2014.11.20
489	韩雅水润舒衡滋养霜	浙 G 妆网备字 2014001866	2014.11.17
490	韩雅水润舒衡特润霜	浙 G 妆网备字 2014001975	2014.11.17
491	韩雅水润舒衡弹力眼部精华露	浙 G 妆网备字 2014002763	2014.11.20
492	韩雅御致玉养水合洁面乳	浙 G 妆网备字 2014005544	2014.12.29
493	韩雅御致御致玉养水	浙 G 妆网备字 2014003994	2014.12.11
494	韩雅御致玉养水合凝润精华素	浙 G 妆网备字 2015000273	2015.1.4
495	韩雅御致玉养水合凝润乳	浙 G 妆网备字 2014005543	2014.12.29

序号	产品名称	备案号	备案日期
496	韩雅御致玉养水合凝润霜	浙 G 妆网备字 2014005542	2014.12.29
497	韩雅晶生之水奇迹美容液（清爽型）	浙 G 妆网备字 2014001979	2014.11.17
498	韩雅晶生之水奇迹美容液（滋润型）	浙 G 妆网备字 2014004503	2014.12.17
499	韩雅晶生之水肌活乳液（清爽型）	浙 G 妆网备字 2014002806	2014.11.20
500	韩雅晶生之水肌活乳液（滋润型）	浙 G 妆网备字 2014001872	2014.11.17
501	韩雅晶生之水睛采眼霜	浙 G 妆网备字 2014001978	2014.11.17
502	韩雅晶生之水肌活精华液	浙 G 妆网备字 2014001876	2014.11.17
503	韩雅晶生之水清透面霜	浙 G 妆网备字 2014002824	2014.11.20
504	韩雅晶生之水柔润面霜	浙 G 妆网备字 2014002823	2014.11.20
505	韩雅晶生之水极润面霜	浙 G 妆网备字 2014001871	2014.11.17
506	韩雅晶生之水柔润洁面乳	浙 G 妆网备字 2014001980	2014.11.17
507	韩雅晶生之水清透洁面啫喱	浙 G 妆网备字 2014002825	2014.11.20
508	韩雅晶生之水深补水睡眠面膜	浙 G 妆网备字 2014001981	2014.11.17
509	韩雅晶润弹力修护调养液	浙 G 妆网备字 2014004185	2014.12.17
510	韩雅晶润弹力修护乳液	浙 G 妆网备字 2014001855	2014.11.17
511	韩雅晶润弹力修护精华素	浙 G 妆网备字 2014001891	2014.11.17
512	韩雅晶润弹力修护面霜	浙 G 妆网备字 2014001867	2014.11.17
513	韩雅晶润弹力修护眼部精华素	浙 G 妆网备字 2014002826	2014.11.20
514	韩雅晶润弹力修护密集无痕霜	浙 G 妆网备字 2014001903	2014.11.17
515	韩雅晶润弹力修护洗颜霜	浙 G 妆网备字 2014002772	2014.11.20
516	韩雅蜗牛精华修复霜	浙 G 妆网备字 2015000345	2015.1.4
517	韩雅蜗牛修复 BB 霜	浙 G 妆网备字 2014002770	2014.11.20
518	韩雅蜗牛修复精华液	浙 G 妆网备字 2015000344	2015.1.4
519	韩雅蜗牛修复美肌乳	浙 G 妆网备字 2015000340	2015.1.4
520	韩雅蜗牛修复洁面乳	浙 G 妆网备字 2014006163	2014.12.31
521	韩雅蜗牛修复美肌水	浙 G 妆网备字 2015000341	2015.1.4
522	韩雅透亮去角质啫喱	浙 G 妆网备字 2014001898	2014.11.17
523	韩雅蜗牛修复眼霜	浙 G 妆网备字 2015000342	2015.1.4
524	韩雅悦颜夜间精华露	浙 G 妆网备字 2014001880	2014.11.17
525	韩雅驻颜活肤精华肌底液	浙 G 妆网备字 2014001899	2014.11.17
526	韩雅明星炫亮 B.B 霜	浙 G 妆网备字 2014001971	2014.11.17
527	韩雅明星轻透 B.B 霜	浙 G 妆网备字 2014001970	2014.11.17
528	韩雅明星控油 B.B 霜	浙 G 妆网备字 2014001972	2014.11.17
529	韩雅雪晶透肌亮采眼部精华素	浙 G 妆网备字 2014001969	2014.11.17

序号	产品名称	备案号	备案日期
530	韩雅御致玉养水合倍润霜	浙 G 妆网备字 2014002768	2014.11.20
531	韩雅晶生之水净润去角质啫喱	浙 G 妆网备字 2014002767	2014.11.20
532	韩雅御致睛莹凝采弹性紧肤眼部精华素	浙 G 妆网备字 2014001976	2014.11.17
533	韩雅红参蜗牛赋活霜	浙 G 妆网备字 2015000343	2015.1.4
534	韩雅矿物紧致海藻泥	浙 G 妆网备字 2014002765	2014.11.20
535	韩雅芦荟舒缓啫喱	浙 G 妆网备字 2014000151	2014/7/14
536	韩雅绿茶蜗牛啫喱霜	浙 G 妆网备字 2014000168	2014/7/14
537	韩雅蜗牛修复面贴膜	浙 G 妆网备字 2014000167	2014/7/14
538	韩雅保湿隔离修饰乳（01#浅紫色）	浙 G 妆网备字 2014000166	2014/7/14
539	韩雅气垫 B.B 霜（01#象牙色）	浙 G 妆网备字 2014000330	2014/8/13
540	韩雅气垫 B.B 霜（02#自然色）	浙 G 妆网备字 2014000329	2014/8/13
541	韩雅美颜隔离霜	浙 G 妆网备字 2014000328	2014/8/13
542	韩雅蜂蜜滋养喷雾面膜	浙 G 妆网备字 2014000487	2014/8/28
543	韩雅芦荟舒缓喷雾面膜	浙 G 妆网备字 2014000488	2014/8/28
544	韩雅绿茶焕活喷雾面膜	浙 G 妆网备字 2014000486	2014/8/28
545	韩雅保湿隔离修饰乳（02# 明亮色）	浙 G 妆网备字 2014000489	2014/8/28
546	韩雅天使长效保湿霜	浙 G 妆网备字 2014000399	2014/8/19
547	韩雅雪晶透肌洁面膏	浙 G 妆网备字 2014000398	2014/8/19
548	韩雅活能微震动按摩眼霜	浙 G 妆网备字 2014001333	2014/12/31
549	韩雅蜗牛修复睡眠面膜	浙 G 妆网备字 2015002370	2015/2/2
550	韩雅幻采润唇膏	浙 G 妆网备字 2015003228	2015/3/3
551	韩雅毛孔清透洁面乳	浙 G 妆网备字 2015003378	2015/3/10
552	韩雅蜗牛修复微震动眼霜	浙 G 妆网备字 2015003465	2015/3/18
553	韩雅毛孔清透卸妆油	浙 G 妆网备字 2015003471	2015/3/18
554	韩雅御致玉养水	浙 G 妆网备字 2015004912	2015.5.12
555	韩雅人参保湿焕亮洁面膏	浙 G 妆网备字 2015004846	2015.5.11
556	韩雅人参保湿焕亮水	浙 G 妆网备字 2015004892	2015.5.12
557	韩雅人参保湿焕亮乳	浙 G 妆网备字 2015004851	2015.5.12
558	韩雅人参保湿焕亮霜	浙 G 妆网备字 2015004850	2015.5.12
559	韩雅人参保湿焕亮精华液	浙 G 妆网备字 2015004855	2015.5.13
560	韩雅人参保湿焕亮眼精华素	浙 G 妆网备字 2015004945	2015.5.12
561	韩雅马鞭草沁新水润护体乳	浙 G 妆网备字 2015006388	2015.6.10
562	韩雅沁漾肌底菁华液	浙 G 妆网备字 2015007956	2015.7.30
563	优资莱精油赋活按摩膏	浙 G 妆网备字 2015000198	2015.1.4

序号	产品名称	备案号	备案日期
564	优资莱光感滋润粉底液（柔象牙）	浙 G 妆网备字 2015000208	2015.1.4
565	优资莱光感滋润粉底液（白象牙）	浙 G 妆网备字 2015000062	2015.1.4
566	优资莱睛采明眸提亮眼霜	浙 G 妆网备字 2014005110	2014.12.26
567	优资莱精油抗皱紧致面贴膜	浙 G 妆网备字 2015000078	2015.1.4
568	优资莱精油创水凝润面贴膜	浙 G 妆网备字 2015000199	2015.1.4
569	优资莱奇迹水感面贴膜	浙 G 妆网备字 2015001891	2015.1.25
570	优资莱立体塑颜抗皱复方精油	浙 G 妆网备字 2015000277	2015.1.4
571	优资莱智慧创水复方精油	浙 G 妆网备字 2015000275	2015.1.4
572	优资莱亮采粉泥面膜	浙 G 妆网备字 2015000276	2015.1.4
573	优资莱净化绿泥面膜	浙 G 妆网备字 2015000278	2015.1.4
574	优资莱精油创水柔滑洁面乳	浙 G 妆网备字 2014002047	2014/11/17
575	优资莱精油创水保湿能量水	浙 G 妆网备字 2014005695	2014.12.29
576	优资莱精油创水双效凝润精华露	浙 G 妆网备字 2014002872	2014/11/20
577	优资莱精油创水凝润乳	浙 G 妆网备字 2014002515	2014/11/19
578	优资莱精油创水舒润霜	浙 G 妆网备字 2014002061	2014/11/17
579	优资莱精油创水深层滋养霜	浙 G 妆网备字 2014002347	2014.11.19
580	优资莱精油抗皱洁面乳	浙 G 妆网备字 2014002069	2014.11.17
581	优资莱精油抗皱紧肤液	浙 G 妆网备字 2014002109	2014.11.17
582	优资莱精油抗皱双效精华素	浙 G 妆网备字 2014002975	2014.12.1
583	优资莱精油抗皱紧致乳	浙 G 妆网备字 2014002346	2014/11/19
584	优资莱精油抗皱紧致霜	浙 G 妆网备字 2014002974	2014.12.1
585	优资莱美时美刻抗皱修护眼霜	浙 G 妆网备字 2014003466	2014.12.1
586	优资莱复颜紧致修护眼霜	浙 G 妆网备字 2014002016	2014.11.17
587	优资莱多效眼部精华素	浙 G 妆网备字 2014002096	2014.11.17
588	优资莱无瑕美肌隔离霜（浅紫色）	浙 G 妆网备字 2014002080	2014.12.29
589	优资莱无瑕美肌隔离霜（浅绿色）	浙 G 妆网备字 2014005694	2014.12.29
590	优资莱植物宣言水感洁面乳	浙 G 妆网备字 2014002868	2014/11/20
591	优资莱植物宣言水感去角质凝胶	浙 G 妆网备字 2014002878	2014.11.20
592	优资莱植物宣言水感凝肌液	浙 G 妆网备字 2015000223	2015.1.4
593	优资莱植物宣言水感凝肌精华液	浙 G 妆网备字 2014002879	2014.11.20
594	优资莱植物宣言水感凝肌乳	浙 G 妆网备字 2014002936	2014.12.1
595	优资莱植物宣言水感滋润霜	浙 G 妆网备字 2014002877	2014.11.20
596	优资莱植物宣言水感特润霜	浙 G 妆网备字 2014002935	2014.12.1
597	优资莱植物宣言水感弹力眼霜	浙 G 妆网备字 2014002976	2014.12.1

序号	产品名称	备案号	备案日期
598	优资莱植物宣言祛痘洁肤乳	浙 G 妆网备字 2014002869	2014.11.20
599	优资莱植物宣言控油调理水	浙 G 妆网备字 2014002871	2014.11.20
600	优资莱植物宣言无痕祛痘膏	浙 G 妆网备字 2014002867	2014.11.20
601	优资莱雪域绿茶保湿洗颜泥	浙 G 妆网备字 2014002028	2014.11.17
602	优资莱雪域绿茶保湿芯肌水	浙 G 妆网备字 2014002024	2014.11.17
603	优资莱雪域绿茶保湿精华液	浙 G 妆网备字 2014002044	2014.11.17
604	优资莱雪域绿茶舒润保湿乳	浙 G 妆网备字 2014002019	2014.11.17
605	优资莱雪域绿茶保湿霜	浙 G 妆网备字 2014002029	2014.11.17
606	优资莱红石榴活颜亮肤精华露	浙 G 妆网备字 2014005930	2014.12.30
607	优资莱阿尔卑斯凝露草玉润保湿洁面乳	浙 G 妆网备字 2014002354	2014.11.19
608	优资莱阿尔卑斯凝露草玉润保湿柔肤水	浙 G 妆网备字 2014005698	2014.12.29
609	优资莱阿尔卑斯凝露草玉润保湿精华液	浙 G 妆网备字 2014002097	2014.11.17
610	优资莱阿尔卑斯凝露草玉润保湿菁华乳	浙 G 妆网备字 2014002099	2014.11.17
611	优资莱阿尔卑斯凝露草玉润保湿菁华霜	浙 G 妆网备字 2014002098	2014.11.17
612	优资莱阿尔卑斯凝露草玉润保湿多效眼霜	浙 G 妆网备字 2014002100	2014.11.17
613	优资莱阿尔卑斯凝露草玉润保湿 B.B 霜	浙 G 妆网备字 2014002075	2014.12.29
614	优资莱阿尔卑斯悦芙草保湿舒缓洁肤露	浙 G 妆网备字 2014002353	2014.11.19
615	优资莱阿尔卑斯悦芙草保湿舒缓柔肤液	浙 G 妆网备字 2014002074	2014.11.17
616	优资莱阿尔卑斯悦芙草保湿舒缓柔肤乳	浙 G 妆网备字 2014002352	2014.11.19
617	优资莱阿尔卑斯悦芙草保湿舒缓润颜霜	浙 G 妆网备字 2014002351	2014.11.19
618	优资莱阿尔卑斯悦芙草保湿舒缓睡眠面膜	浙 G 妆网备字 2014002350	2014.11.19
619	优资莱水仙水润精萃原液	浙 G 妆网备字 2014005696	2014.12.29
620	优资莱水仙水润保湿精华液	浙 G 妆网备字 2014002349	2014.11.19
621	优资莱水仙水润保湿精萃乳	浙 G 妆网备字 2014002072	2014.11.17
622	优资莱水仙水润保湿精萃霜	浙 G 妆网备字 2014002071	2014.11.17
623	优资莱水仙保湿柔润护手霜	浙 G 妆网备字 2014002070	2014.11.17
624	优资莱蓝睡莲盈润补水柔肤液	浙 G 妆网备字 2014002068	2014.11.17
625	优资莱蓝睡莲盈润补水精华液	浙 G 妆网备字 2014002067	2014.11.17
626	优资莱蓝睡莲盈润补水乳液	浙 G 妆网备字 2014005697	2014.12.29

序号	产品名称	备案号	备案日期
627	优资莱蓝睡莲盈润补水霜	浙 G 妆网备字 2014002066	2014.11.17
628	优资莱蓝睡莲深层补水特润霜	浙 G 妆网备字 2014002073	2014.11.17
629	优资莱绣线菊净润控油调理水	浙 G 妆网备字 2014002065	2014.11.17
630	优资莱绣线菊净润控油祛痘膏	浙 G 妆网备字 2014002055	2014.11.17
631	优资莱水仙水润保湿面膜	浙 G 妆网备字 2014002032	2014.11.17
632	优资莱绣线菊净润控油面膜	浙 G 妆网备字 2014002030	2014.11.17
633	优资莱紫锥菊弹润紧致面膜	浙 G 妆网备字 2014002023	2014.11.17
634	优资莱蓝睡莲盈润补水面膜	浙 G 妆网备字 2014002805	2014.11.20
635	优资莱洋甘菊舒缓调理面膜	浙 G 妆网备字 2014002027	2014.11.17
636	优资莱鸢尾花细致毛孔面膜	浙 G 妆网备字 2014002355	2014.11.19
637	优资莱薰衣草莹润修护睡眠面膜	浙 G 妆网备字 2014002076	2014.11.17
638	优资莱水仙水润保湿洁面乳	浙 G 妆网备字 2014002056	2014.12.29
639	优资莱蓝睡莲盈润补水洁面晶露	浙 G 妆网备字 2014002042	2014.11.17
640	优资莱绣线菊净润控油洗颜泥	浙 G 妆网备字 2014002033	2014.11.17
641	优资莱洋甘菊舒缓调理洁肤乳	浙 G 妆网备字 2014002356	2014.11.19
642	优资莱紫锥菊弹润紧致洁面乳	浙 G 妆网备字 2014002025	2014.11.17
643	优资莱鸢尾花细致毛孔洁面乳	浙 G 妆网备字 2014002026	2014.11.17
644	优资莱绿薄荷沁爽沐浴露	浙 G 妆网备字 2014002938	2014.12.1
645	优资莱绿茶清润修护洗发露	浙 G 妆网备字 2014002803	2014.11.20
646	优资莱绿茶清润滋养身体磨砂膏	浙 G 妆网备字 2014002937	2014.12.1
647	优资莱绿茶修护润发精华素	浙 G 妆网备字 2014003468	2014.12.1
648	优资莱蓝甘菊冰泉活肤喷雾	浙 G 妆网备字 2014002626	2014.11.20
649	优资莱清滢修护冰露	浙 G 妆网备字 2014003467	2014.12.1
650	优资莱清润舒缓喷雾	浙 G 妆网备字 2014002628	2014.11.20
651	优资莱丝柔水润修颜霜	浙 G 妆网备字 2014002627	2014.11.20
652	优资莱多效修护芦荟胶	浙 G 妆网备字 2014002036	2014.11.17
653	优资莱舒缓凝润洁面乳	浙 G 妆网备字 2014002941	2014.12.1
654	优资莱舒缓凝润柔肤水	浙 G 妆网备字 2014002939	2014.12.1
655	优资莱舒缓凝润柔肤乳	浙 G 妆网备字 2014002940	2014.12.1
656	优资莱舒缓凝润安抚面膜	浙 G 妆网备字 2014002942	2014.12.1
657	优资莱金银花舒润净油洁面膏	浙 G 妆网备字 2014002035	2014.11.17
658	优资莱金银花舒润净油调理水	浙 G 妆网备字 2014002943	2014.12.1
659	优资莱金银花舒润净油面膜	浙 G 妆网备字 2014002809	2014.11.20
660	优资莱金银花舒润净油祛痘膏	浙 G 妆网备字 2014002010	2014.12.29

序号	产品名称	备案号	备案日期
661	优资莱芦荟多效修护面膜	浙 G 妆网备字 2014005700	2014.12.29
662	优资莱阿尔卑斯凝露草玉润保湿特润霜	浙 G 妆网备字 2014002031	2014.11.17
663	优资莱阿尔卑斯凝露草玉润保湿面膜	浙 G 妆网备字 2014005702	2014.12.29
664	优资莱多效修护芦荟胶	浙 G 妆网备字 2014002036	2014.11.17
665	优资莱阿尔卑斯悦芙草保湿舒缓面膜	浙 G 妆网备字 2014005701	2014.12.29
666	优资莱芦荟多效修护洁面乳	浙 G 妆网备字 2014002104	2014.11.17
667	优资莱金银花舒润净油调理乳	浙 G 妆网备字 2014002105	2014.11.17
668	优资莱绣线菊净润控油调理乳	浙 G 妆网备字 2014002101	2014.11.17
669	优资莱天然植物水润唇膏-芦荟保湿	浙 G 妆网备字 2014002102	2014.11.17
670	优资莱天然植物水润唇膏-酪梨滋养	浙 G 妆网备字 2014002103	2014.11.17
671	优资莱天然植物水润唇膏-橄榄无香料	浙 G 妆网备字 2014002134	2014.11.17
672	优资莱天然植物水润唇膏-乳木果特润	浙 G 妆网备字 2014002804	2014.11.20
673	优资莱天然植物水润唇蜜-玫瑰淡彩	浙 G 妆网备字 2014002034	2014.11.17
674	优资莱天然植物水润护唇啫喱-薄荷清爽	浙 G 妆网备字 2014005699	2014.12.29
675	优资莱天然去屑洗发露	浙 G 妆网备字 2014002376	2014.11.19
676	优资莱水漾丝滑洗发露	浙 G 妆网备字 2014002369	2014.11.19
677	优资莱水嫩滋养沐浴露	浙 G 妆网备字 2014002078	2014.11.17
678	优资莱清润健肤沐浴露	浙 G 妆网备字 2014002371	2014.11.19
679	优萌洋甘菊天然舒润霜	浙 G 妆网备字 2014000164	2014.7.14
680	优萌黄瓜补水嫩肤霜	浙 G 妆网备字 2014000155	2014.7.14
681	优萌乳木果滋润呵护霜	浙 G 妆网备字 2014000202	2014.7.22
682	优萌橄榄特润营养霜	浙 G 妆网备字 2014000165	2014.7.14
683	优资莱芦荟多效修护鲜汁原液	浙 G 妆网备字 2014006174	2014.12.31
684	优资莱芦荟多效修护凝乳	浙 G 妆网备字 2014000060	2014.6.18
685	优资莱芦荟多效修护滋养霜	浙 G 妆网备字 2014000103	2014.7.1
686	优资莱芦荟多效修护睡眠面膜	浙 G 妆网备字 2014000105	2014.7.1
687	优资莱超水润植萃洁面乳	浙 G 妆网备字 2014000058	2014.12.18
688	优资莱超水润植萃美肌液	浙 G 妆网备字 2014000061	2014.6.18
689	优资莱超水润植萃精华露	浙 G 妆网备字 2014006176	2014.12.31
690	优资莱超水润植萃保湿乳	浙 G 妆网备字 2014000062	2014.6.18
691	优资莱超水润植萃保湿霜	浙 G 妆网备字 2014000063	2014.6.18
692	优资莱超水润植萃弹润眼霜	浙 G 妆网备字 2014000059	2014.6.18
693	优资莱超水润植萃水感面膜	浙 G 妆网备字 2014001103	2014.10.21

序号	产品名称	备案号	备案日期
694	优资莱植物精萃清透控油洁面乳	浙 G 妆网备字 2014000089	2014.7.1
695	优资莱植物精萃清透控油调理水	浙 G 妆网备字 2014000092	2014.7.1
696	优资莱植物精萃清透控油乳液	浙 G 妆网备字 2014000090	2014.7.1
697	优资莱植物精萃清透控油无痕祛痘膏	浙 G 妆网备字 2014000091	2014.7.1
698	优资莱植物精萃光彩亮肤洁面膏	浙 G 妆网备字 2014000093	2014.7.1
699	优资莱植物精萃光彩亮肤精华水	浙 G 妆网备字 2014000079	2014.7.1
700	优资莱植物精萃光彩亮肤精华乳	浙 G 妆网备字 2014000078	2014.7.1
701	优资莱尽善尽美光彩亮肤隔离霜（浅紫色）	浙 G 妆网备字 2014000076	2014.7.1
702	优资莱尽善尽美光彩亮肤隔离霜（浅绿色）	浙 G 妆网备字 2014000075	2014.7.1
703	优资莱植物精萃光彩亮肤多效 B.B 霜	浙 G 妆网备字 2014000077	2014.7.1
704	优资莱植物精萃凝润保湿洁面乳	浙 G 妆网备字 2014000080	2014.7.1
705	优资莱植物精萃凝润保湿去角质啫喱	浙 G 妆网备字 2014000081	2014.7.1
706	优资莱植物精萃凝润保湿水分露	浙 G 妆网备字 2014006173	2014.12.31
707	优资莱植物精萃凝润保湿水分乳	浙 G 妆网备字 2014000084	2014.7.1
708	优资莱植物精萃凝润保湿水分霜	浙 G 妆网备字 2014000086	2014.7.1
709	优资莱植物精萃凝润保湿水分眼霜	浙 G 妆网备字 2014000088	2014.7.1
710	优资莱植物精萃凝润保湿水分精华液	浙 G 妆网备字 2014000082	2014.7.1
711	优资莱植物精萃凝润保湿水分面膜	浙 G 妆网备字 2014000085	2014.7.1
712	优萌金银花温和洗发沐浴露	浙 G 妆网备字 2014000278	2014.8.5
713	优资莱植物水感洁面乳	浙 G 妆网备字 2014000287	2014.8.5
714	优资莱植物水感凝肌精华液	浙 G 妆网备字 2014000288	2014.8.8
715	优资莱植物水感凝肌乳	浙 G 妆网备字 2014000286	2014.8.5
716	优资莱植物水感弹力眼霜	浙 G 妆网备字 2014000289	2014.8.8
717	优资莱清润丝滑洗发露	浙 G 妆网备字 2014000351	2014.8.19
718	优资莱清润丝滑润发精华乳	浙 G 妆网备字 2014000321	2014.8.13
719	优资莱植物水感去角质凝胶	浙 G 妆网备字 2014000425	2014.8.20
720	优资莱植物水感滋润霜	浙 G 妆网备字 2014000423	2014.8.20
721	优资莱植物水感凝肌液	浙 G 妆网备字 2014006172	2014.12.31
722	优资莱植物水感特润霜	浙 G 妆网备字 2014000424	2014.8.20
723	优资莱花漾保湿精华乳	浙 G 妆网备字 2014001132	2014.10.22
724	优资莱白兰花明星亮肤 B.B 霜	浙 G 妆网备字 2014001968	2014.11.17
725	优资莱水仙水润保湿多效 BB 霜	浙 G 妆网备字 2014003687	2014.12.11
726	优资莱阿尔卑斯凝露草玉润保湿睡眠面膜	浙 G 妆网备字 2015001836	2015.1.25

序号	产品名称	备案号	备案日期
727	优资莱保加利亚玫瑰保湿面贴膜	浙 G 妆网备字 2015004494	2015.04.27
728	优资莱玫瑰花蜜滋养洁面乳	浙 G 妆网备字 2015005782	2015.5.27
729	优资莱玫瑰花蜜滋养水	浙 G 妆网备字 2015005949	2015.6.1
730	优资莱玫瑰花蜜滋养精华露	浙 G 妆网备字 2015005777	2015.5.27
731	优资莱玫瑰花蜜滋养乳	浙 G 妆网备字 2015005785	2015.5.27
732	优资莱花漾柔润按摩护手霜	浙 G 妆网备字 2015007253	2015.7.6
733	优资莱精萃倍润 SOD 蜜	浙 G 妆网备字 2015007256	2015.7.6
734	优资莱椰乳凝润丝滑身体乳	浙 G 妆网备字 2015007257	2015.7.6
735	优资莱绿茶活萃芯肌洗颜泥	浙 G 妆网备字 2015008032	2015.8.3
736	优资莱绿茶活萃芯肌保湿水	浙 G 妆网备字 2015007872	2015.7.27
737	优资莱绿茶活萃芯肌保湿乳	浙 G 妆网备字 2015007870	2015.7.27
738	优资莱绿茶活萃芯肌保湿霜	浙 G 妆网备字 2015007869	2015.7.27
739	优资莱绿茶活萃芯肌多效晶露	浙 G 妆网备字 2015007873	2015.7.27
740	优资莱绿茶活萃芯肌精华露	浙 G 妆网备字 2015007871	2015.7.27
741	优资莱绿茶活萃芯肌弹力眼霜	浙 G 妆网备字 2015007875	2015.7.27
742	优资莱白茶水漾亮肤净面乳	浙 G 妆网备字 2015008038	2015.8.3
743	优资莱白茶水漾透亮睛采眼霜	浙 G 妆网备字 2015007890	2015.7.27
744	优资莱绿茶活萃芯肌保湿特润霜	浙 G 妆网备字 2015009020	2015.9.17
745	优资莱紧致补水洁面乳	浙 G 妆网备字 2015010014	2015.11.2
746	优资莱紧致补水弹润水	浙 G 妆网备字 2015010018	2015.11.2
747	优资莱紧致补水弹润乳	浙 G 妆网备字 2015010023	2015.11.2
748	优资莱紧致补水弹润霜	浙 G 妆网备字 2015010019	2015.11.2
749	优资莱紧致补水弹润精华液	浙 G 妆网备字 2015010031	2015.11.2
750	优资莱紧致补水弹润眼霜	浙 G 妆网备字 2015010017	2015.11.2
751	欧兰萱橄榄手部滋养乳	浙 G 妆网备字 2014004910	2014.12.23
752	欧兰萱橄榄水导入活能睡眠面膜	浙 G 妆网备字 2014003935	2014.12.11
753	欧兰萱荷荷巴油	浙 G 妆网备字 2014004341	2014.12.17
754	欧兰萱乳香精油	浙 G 妆网备字 2014004347	2014.12.17
755	欧兰萱甜杏仁油	浙 G 妆网备字 2014004350	2014.12.17
756	欧兰萱眼部细护精油	浙 G 妆网备字 2014004352	2014.12.17
757	欧兰萱丰盈提升精油	浙 G 妆网备字 2014004340	2014.12.17
758	欧兰萱蓝甘菊舒缓滋养乳	浙 G 妆网备字 2014004825	2014.12.23
759	欧兰萱橄榄水导入净透洁面啫喱	浙 G 妆网备字 2014004667	2014.12.22
760	欧兰萱蓝甘菊精油	浙 G 妆网备字 2014004342	2014.12.17

序号	产品名称	备案号	备案日期
761	欧兰萱天竺葵精油	浙 G 妆网备字 2014004348	2014.12.17
762	欧兰萱迷迭香精油	浙 G 妆网备字 2014004344	2014.12.17
763	欧兰萱柠檬精油	浙 G 妆网备字 2014004345	2014.12.17
764	欧兰萱薰衣草精油	浙 G 妆网备字 2014004351	2014.12.17
765	欧兰萱橄榄亮采隔离霜	浙 G 妆网备字 2014004911	2014.12.23
766	欧兰萱玫瑰果油	浙 G 妆网备字 2014004664	2014.12.22
767	欧兰萱甜橙精油	浙 G 妆网备字 2014004349	2014.12.17
768	欧兰萱暗疮调理精油	浙 G 妆网备字 2014004353	2014.12.17
769	欧兰萱玫瑰芳香美体油	浙 G 妆网备字 2014006087	2014.12.31
770	欧兰萱玫瑰精油	浙 G 妆网备字 2014004343	2014.12.17
771	欧兰萱玫瑰保湿醒肤精华素	浙 G 妆网备字 2014003925	2014.12.11
772	欧兰萱玫瑰丰凝面霜（清爽型）	浙 G 妆网备字 2014004532	2014.12.17
773	欧兰萱玫瑰保湿洁面摩丝	浙 G 妆网备字 2014004389	2014.12.17
774	欧兰萱蜡菊紧致柔肤面贴膜	浙 G 妆网备字 2014004826	2014.12.23
775	欧兰萱蜡菊紧致营养水	浙 G 妆网备字 2014004367	2014.12.17
776	欧兰萱茶树精油	浙 G 妆网备字 2014004368	2014.12.17
777	欧兰萱蓝甘菊舒缓洗面奶	浙 G 妆网备字 2014003929	2014.12.11
778	欧兰萱葡萄籽油	浙 G 妆网备字 2014004346	2014.12.17
779	欧兰萱依兰精油	浙 G 妆网备字 2014004632	2014.12.22
780	欧兰萱玫瑰丰凝面霜（特润型）	浙 G 妆网备字 2014004326	2014.12.17
781	欧兰萱橄榄水导入亮颜乳	浙 G 妆网备字 2014003934	2014.12.11
782	欧兰萱玫瑰保湿凝乳	浙 G 妆网备字 2014003926	2014.12.11
783	欧兰萱蓝甘菊舒缓调理面贴膜	浙 G 妆网备字 2014004388	2014.12.17
784	欧兰萱蜡菊紧致丰盈霜	浙 G 妆网备字 2014003933	2014.12.11
785	猫语玫瑰玫瑰轻吻粉嫩护唇膏（百搭橘）	浙 G 妆网备字 2014002801	2014.11.20
786	猫语玫瑰玫瑰轻吻粉嫩护唇膏（甜蜜粉）	浙 G 妆网备字 2014002802	2014.11.20
787	猫语玫瑰玫瑰轻吻粉嫩护唇膏（明亮红）	浙 G 妆网备字 2014002040	2014.11.17
788	猫语玫瑰水精灵持久修护润唇膏（西瓜味）	浙 G 妆网备字 2014002037	2014.11.17
789	猫语玫瑰水精灵持久修护润唇膏（哈密瓜味）	浙 G 妆网备字 2014002039	2014.11.17
790	猫语玫瑰水精灵持久修护润唇膏（水蜜桃味）	浙 G 妆网备字 2014002038	2014.11.17
791	猫语玫瑰玫瑰宠爱卸妆泡沫	浙 G 妆网备字 2014002234	2014.11.18
792	猫语玫瑰初绽蓓蕾亮妍妆前乳 1#珠光	浙 G 妆网备字 2014002236	2014.11.18

序号	产品名称	备案号	备案日期
	色		
793	猫语玫瑰初绽蓓蕾亮妍妆前乳 2#粉色	浙 G 妆网备字 2014002235	2014.11.18
794	猫语玫瑰玫瑰之吻魅力唇膏 1#天真	浙 G 妆网备字 2014002232	2014.11.18
795	猫语玫瑰玫瑰之吻魅力唇膏 2#甜蜜	浙 G 妆网备字 2014002204	2014.11.18
796	猫语玫瑰玫瑰之吻魅力唇膏 3#幻想	浙 G 妆网备字 2014002231	2014.11.18
797	猫语玫瑰玫瑰之吻魅力唇膏 5#蜜桃	浙 G 妆网备字 2014002230	2014.11.18
798	猫语玫瑰玫瑰之吻魅力唇膏 6#时尚	浙 G 妆网备字 2014002228	2014.11.18
799	猫语玫瑰玫瑰之吻魅力唇膏 7#沉静	浙 G 妆网备字 2014002227	2014.11.18
800	猫语玫瑰嘟嘟软糖玫瑰唇彩 1# 珍珠裸粉	浙 G 妆网备字 2014002207	2014.11.18
801	猫语玫瑰嘟嘟软糖玫瑰唇彩 2# 粉嫩宝贝	浙 G 妆网备字 2014002388	2014.11.19
802	猫语玫瑰嘟嘟软糖玫瑰唇彩 3# 田园蜜橘	浙 G 妆网备字 2014002390	2014.11.19
803	猫语玫瑰嘟嘟软糖玫瑰唇彩 5# 心动粉红	浙 G 妆网备字 2014002385	2014.11.19
804	猫语玫瑰嘟嘟软糖玫瑰唇彩 6# 诱心玫红	浙 G 妆网备字 2014002389	2014.11.19
805	猫语玫瑰嘟嘟软糖玫瑰唇彩 7# 香芋甜紫	浙 G 妆网备字 2014002386	2014.11.19
806	猫语玫瑰嘟嘟软糖玫瑰唇彩 8# 西瓜绯红	浙 G 妆网备字 2014002387	2014.11.19
807	猫语玫瑰嘟嘟软糖玫瑰唇彩 9# 浓情果酱	浙 G 妆网备字 2014002391	2014.11.19
808	猫语玫瑰甜美幻想颊彩 1# 橙光暖橘（橘色）	浙 G 妆网备字 2014002381	2014.11.19
809	猫语玫瑰甜美幻想颊彩 2# 桃色绯闻（桃红色）	浙 G 妆网备字 2014002382	2014.11.19
810	猫语玫瑰甜美幻想颊彩 3# 梦幻天使（淡粉色）	浙 G 妆网备字 2014002380	2014.11.19
811	猫语玫瑰猫猫搪瓷粉饼 1# 自然色	浙 G 妆网备字 2014003061	2014.12.01
812	猫语玫瑰猫猫搪瓷粉饼 2# 柔粉色	浙 G 妆网备字 2014003060	2014.12.01
813	猫语玫瑰玫瑰蜜糖变色唇膏 2# 橘色	浙 G 妆网备字 2014003418	2014.12.01
814	猫语玫瑰玫瑰蜜糖变色唇膏 3# 黄色	浙 G 妆网备字 2014003417	2014.12.01
815	猫语玫瑰玫瑰蜜糖变色唇膏 5# 紫色	浙 G 妆网备字 2014003416	2014.12.01
816	猫语玫瑰天使容颜柔纱蓓蓓霜	浙 G 妆网备字 2014002013	2014.11.17
817	猫语玫瑰玫瑰丝绒修容粉	浙 G 妆网备字 2014002779	2014.11.20
818	猫语玫瑰恋爱气色润效蓓蓓霜	浙 G 妆网备字 2014002014	2014.11.17
819	猫语玫瑰玫瑰情迷流转眼线膏	浙 G 妆网备字 2014002012	2014.11.17
820	猫语玫瑰恋爱心情流转眉笔 1#深棕	浙 G 妆网备字 2015005617	2015.5.26

序号	产品名称	备案号	备案日期
821	猫语玫瑰玫瑰蜜糖变色唇膏 1# 亮粉色	浙 G 妆网备字 2014003419	2014.11.18
822	猫语玫瑰恋爱宝石拼色眼影 #1 浅杏色	浙 G 妆网备字 2014002191	2014.11.18
823	猫语玫瑰恋爱宝石拼色眼影 #2 浅桃色	浙 G 妆网备字 2014002190	2014.11.18
824	猫语玫瑰恋爱宝石拼色眼影 #3 金棕色	浙 G 妆网备字 2014002188	2014.11.18
825	猫语玫瑰恋爱宝石拼色眼影 #5 深棕色	浙 G 妆网备字 2014002187	2014.11.18
826	猫语玫瑰恋爱宝石拼色眼影 #6# 珍珠色	浙 G 妆网备字 2014003555	2014.12.03
827	猫语玫瑰恋爱宝石拼色眼影 #7 嫩蓝色	浙 G 妆网备字 2014002185	2014.11.18
828	猫语玫瑰恋爱宝石拼色眼影 #8 公主粉	浙 G 妆网备字 2014002184	2014.11.18
829	猫语玫瑰恋爱宝石拼色眼影 #9 木炭灰	浙 G 妆网备字 2014002183	2014.11.18
830	猫语玫瑰恋爱宝石拼色眼影 #10 淡金色	浙 G 妆网备字 2014002182	2014.11.18
831	猫语玫瑰恋爱宝石拼色眼影 #11 珊瑚粉	浙 G 妆网备字 2014002180	2014.11.18
832	猫语玫瑰恋爱宝石拼色眼影 #12 紫丁香	浙 G 妆网备字 2014002181	2014.11.18
833	猫语玫瑰恋爱宝石拼色眼影 #13 紫罗兰	浙 G 妆网备字 2014002189	2014.11.18
834	猫语玫瑰恋爱宝石拼色眼影 #15 月亮黄	浙 G 妆网备字 2014002202	2014.11.18
835	猫语玫瑰恋爱宝石拼色眼影 #16 兰花色	浙 G 妆网备字 2014002201	2014.11.18
836	猫语玫瑰恋爱宝石拼色眼影 #17 蔷薇紫	浙 G 妆网备字 2014002205	2014.11.18
837	猫语玫瑰恋爱宝石拼色眼影 #18 摩登黑	浙 G 妆网备字 2014002229	2014.11.18
838	猫语玫瑰公主猫精致眼线液笔	浙 G 妆网备字 2014000429	2014.08.20
839	猫语玫瑰浓情密意睫毛膏	浙 G 妆网备字 2014002392	2014.11.19
840	猫语玫瑰水晶梦幻多效亮肤乳 1#	浙 G 妆网备字 2014002335	2014.11.19
841	猫语玫瑰水晶梦幻多效亮肤乳 2#	浙 G 妆网备字 2014002334	2014.11.19
842	猫语玫瑰甜蜜约会纯卉精露面膜-白玉兰	浙 G 妆网备字 2014000203	2014.07.22
843	猫语玫瑰甜蜜约会纯卉精露面膜-莲花	浙 G 妆网备字 2014000204	2014.07.22
844	猫语玫瑰甜蜜约会纯卉精露面膜-玫瑰	浙 G 妆网备字 2014000240	2014.08.04
845	猫语玫瑰甜蜜约会纯卉精露面膜-金盏花	浙 G 妆网备字 2014000241	2014.08.04
846	猫语玫瑰为爱保鲜玫瑰花茶精华水	浙 G 妆网备字 2014000247	2014.10.21

序号	产品名称	备案号	备案日期
847	猫语玫瑰为爱保鲜金盏花薄荷精华水	浙 G 妆网备字 2014000246	2014.10.21
848	猫语玫瑰浓郁奇迹玫瑰鲜奶保湿面霜	浙 G 妆网备字 2014000248	2014.08.04
849	猫语玫瑰玫瑰鲜奶净妆奶油膏	浙 G 妆网备字 2014000249	2014.08.04
850	猫语玫瑰玫瑰鲜奶绵密洗颜泡泡	浙 G 妆网备字 2014000350	2014.10.21
851	猫语玫瑰萌系猫眼纤长睫毛膏	浙 G 妆网备字 2014000250	2014.08.04
852	猫语玫瑰恋爱情流眉笔 3#哑黑	浙 G 妆网备字 2014000301	2014.08.08
853	猫语玫瑰恋爱情流眉笔 2#深灰	浙 G 妆网备字 2014000300	2014.08.08
854	猫语玫瑰公主猫精致眼线液笔	浙 G 妆网备字 2014000429	2014.08.20
855	猫语玫瑰热恋滋味布丁果冻面膜-葡萄	浙 G 妆网备字 2014001332	2014.10.29
856	猫语玫瑰热恋滋味布丁果冻面膜-玫瑰	浙 G 妆网备字 2014001331	2014.10.29
857	猫语玫瑰喵喵萌颜蜜光柔肤粉饼 1# 闪耀瓷肌	浙 G 妆网备字 2014001138	2014.10.22
858	猫语玫瑰喵喵萌颜蜜光柔肤粉饼 2# 天生裸肌	浙 G 妆网备字 2014001194	2014.10.24
859	猫语玫瑰喵言喵语萌色动人唇彩 1# 桃花小姐	浙 G 妆网备字 2014001279	2014.10.27
860	猫语玫瑰喵言喵语萌色动人唇彩 2# 暖暖心晴	浙 G 妆网备字 2014001198	2014.10.24
861	猫语玫瑰喵言喵语萌色动人唇彩 3# 珊瑚蜜恋	浙 G 妆网备字 2014001200	2014.10.24
862	猫语玫瑰喵言喵语萌色动人唇彩 5# 玫瑰初吻	浙 G 妆网备字 2014001221	2014.10.24
863	猫语玫瑰喵言喵语萌色动人唇彩 6# 红粉芭比	浙 G 妆网备字 2014001220	2014.10.24
864	猫语玫瑰喵言喵语萌色动人唇彩 7# 纯爱樱花	浙 G 妆网备字 2014001219	2014.10.24
865	猫语玫瑰蜜雪甜心气垫 BB 霜 1#早春 初雪	浙 G 妆网备字 2015001247	2015.01.13
866	猫语玫瑰蜜雪甜心气垫 BB 霜 2#清纯 气色	浙 G 妆网备字 2015001248	2015.01.13
867	猫语玫瑰甜睡公主晚安面膜	浙 G 妆网备字 2015003422	2015.03.13
868	猫语玫瑰爱是冰激凌甜蜜胭脂水 1#飞 吻玫瑰	浙 G 妆网备字 2015006854	2015.06.18
869	猫语玫瑰爱是冰激凌甜蜜胭脂水 2#甜 粉草莓	浙 G 妆网备字 2015006654	2015.6.16
870	猫语玫瑰心动玫瑰酸奶沁水乳霜	浙 G 妆网备字 2015006839	2015.06.18
871	猫语玫瑰雪朵玫瑰莹亮洁面乳	浙 G 妆网备字 2015006851	2015.06.18
872	猫语玫瑰雪朵玫瑰莹亮摇摇水	浙 G 妆网备字 2015006677	2015.6.16
873	猫语玫瑰雪朵玫瑰莹亮乳	浙 G 妆网备字 2015006657	2015.6.16
874	猫语玫瑰雪朵玫瑰莹亮精华液	浙 G 妆网备字 2015006661	2015.6.16
875	猫语玫瑰雪朵玫瑰莹亮霜	浙 G 妆网备字 2015006672	2015.6.16

序号	产品名称	备案号	备案日期
876	猫语玫瑰爱意棉棉去角质啫喱	浙 G 妆网备字 2015006847	2015.06.18
877	猫语玫瑰甜心马卡龙丝柔隐形膏	浙 G 妆网备字 2015006834	2015.06.18
878	猫语玫瑰甜漾玫瑰露保湿精华液	浙 G 妆网备字 2015007093	2015.7.2
879	悠雅花漾映彩蜜粉	浙 G 妆网备字 2014002855	2014.11.20
880	悠雅流云炫彩四色眼影	浙 G 妆网备字 2014002544	2014.11.19
881	悠雅花漾盈润粉底液	浙 G 妆网备字 2015000072	2015.1.4
882	悠雅流云映彩三色腮红	浙 G 妆网备字 2014002540	2014.11.19
883	悠雅星耀炫舞四色烤粉眼影	浙 G 妆网备字 2014002523	2014.11.19
884	悠雅动感奢华明眸眼线膏	浙 G 妆网备字 2014002830	2014.11.20
885	悠雅流云映彩腮红	浙 G 妆网备字 2015000071	2015.1.4
886	悠雅魅彩水漾唇釉	浙 G 妆网备字 2014006000	2014.12.30
887	悠雅动感奢华魔力迷唇棒	浙 G 妆网备字 2014006002	2014.12.30
888	悠雅花漾晴采两用笔	浙 G 妆网备字 2014003034	2014.12.31
889	悠雅花漾盈润隔离霜	浙 G 妆网备字 2014006001	2014.12.30
890	悠雅花漾水之源唇膏	浙 G 妆网备字 2014002547	2014.11.19
891	悠雅花漾水凝炫色唇彩	浙 G 妆网备字 2014002856	2014.11.20
892	悠雅花漾镜面唇彩	浙 G 妆网备字 2014002828	2014.11.20
893	悠雅星耀炫舞双色唇彩	浙 G 妆网备字 2014002527	2014.11.19
894	悠雅花漾焕颜 BB 霜	浙 G 妆网备字 2014002829	2014.11.20
895	悠雅魅彩妆前乳	浙 G 妆网备字 2014002539	2014.12.18
896	悠雅流云映彩烤粉腮红	浙 G 妆网备字 2014002541	2014.11.19
897	悠雅动感奢华光影定妆粉	浙 G 妆网备字 2014002831	2014.11.20
898	悠雅星耀炫舞瓷肌粉饼	浙 G 妆网备字 2014002524	2014.12.18
899	悠雅星耀炫舞睫毛膏	浙 G 妆网备字 2014001460	2014.11.5
900	悠雅魔幻羽翼超密睫毛膏	浙 G 妆网备字 2014001461	2014.11.5
901	悠雅流云塑形双色眉粉	浙 G 妆网备字 2014002546	2014.11.19
902	悠雅流云炫彩烤粉眼影	浙 G 妆网备字 2014002646	2014.11.20
903	悠雅花漾深层卸妆油	浙 G 妆网备字 2014002857	2014.11.20
904	悠雅蜗牛精纯 BB 霜	浙 G 妆网备字 2014002528	2014.11.19
905	悠雅花漾胶原唇膏	浙 G 妆网备字 2014002652	2014.11.20
906	悠雅魅黑酷感眼线水笔	浙 G 妆网备字 2014001458	2014.11.5
907	悠雅巨密旋风睫毛膏	浙 G 妆网备字 2014001427	2014.11.5
908	悠雅摩翘纤密睫毛膏	浙 G 妆网备字 2014001428	2014.11.5
909	悠雅魔幻立体纤长睫毛膏	浙 G 妆网备字 2014001459	2014.11.5

序号	产品名称	备案号	备案日期
910	悠雅魔幻黑钻翘密睫毛膏	浙 G 妆网备字 2014001684	2014.11.7
911	悠雅水晶丰润唇彩	浙 G 妆网备字 2014002482	2014.11.19
912	悠雅水漾保湿 B.B 霜	浙 G 妆网备字 2014002529	2014.11.19
913	悠雅花漾映彩蜜粉	浙 G 妆网备字 2014002855	2014.11.20
914	悠雅蜗牛精纯妆前乳	浙 G 妆网备字 2014002526	2014.11.19
915	悠雅致柔速净洁颜膏	浙 G 妆网备字 2014003761	2014.12.11
916	悠雅鱼子精华凝时 B.B 霜	浙 G 妆网备字 2014003032	2014.12.1
917	悠雅流光繁花唇彩	浙 G 妆网备字 2014002815	2014.11.20
918	悠雅星空花语唇膏	浙 G 妆网备字 2014002525	2014.11.19
919	悠雅花漾自然眉笔	浙 G 妆网备字 2014004963	2014.12.26
920	悠雅花漾不脱色眼线笔	浙 G 妆网备字 2014004964	2015.2.9
921	悠雅女神气色亮肤霜	浙 G 妆网备字 2014002538	2014.11.19
922	YOYA 花刻时光眼影 1# 浅杏色	浙 G 妆网备字 2014001436	2014.11.5
923	YOYA 花刻时光眼影 2# 浅桃色	浙 G 妆网备字 2014001437	2014.11.5
924	YOYA 花刻时光眼影 3# 金棕色	浙 G 妆网备字 2014001435	2014.11.5
925	YOYA 花刻时光眼影 5# 深棕色	浙 G 妆网备字 2014001438	2014.11.5
926	YOYA 花刻时光眼影 6# 冰晶钻	浙 G 妆网备字 2014001440	2014.11.5
927	YOYA 花刻时光眼影 7# 嫩蓝色	浙 G 妆网备字 2014001418	2014.11.5
928	YOYA 花刻时光眼影 8# 公主粉	浙 G 妆网备字 2014001441	2014.11.5
929	YOYA 花刻时光眼影 9# 木炭灰	浙 G 妆网备字 2014001445	2014.11.5
930	YOYA 花刻时光眼影 10# 淡金色	浙 G 妆网备字 2014001622	2014.11.7
931	YOYA 花刻时光眼影 11# 珊瑚粉	浙 G 妆网备字 2014001446	2014.11.5
932	YOYA 花刻时光眼影 12# 紫丁香	浙 G 妆网备字 2014001417	2014.11.5
933	YOYA 花刻时光眼影 13# 紫罗兰	浙 G 妆网备字 2014001425	2014.11.5
934	YOYA 花刻时光眼影 15# 月亮黄	浙 G 妆网备字 2014001426	2014.11.5
935	YOYA 花刻时光眼影 16# 兰花色	浙 G 妆网备字 2014001424	2014.11.5
936	YOYA 花刻时光眼影 17# 蔷薇紫	浙 G 妆网备字 2014001423	2014.11.5
937	YOYA 花刻时光眼影 18# 摩登黑	浙 G 妆网备字 2014001447	2014.11.5
938	悠雅桃花流云眼线膏	浙 G 妆网备字 2014001416	2014.11.5
939	悠雅美妍遮瑕修容霜 (BB 霜+遮瑕膏)	浙 G 妆网备字 2014001683	2014.11.7
940	悠雅蜗牛呼吸轻透 B.B 霜	浙 G 妆网备字 2014000140	2014.7.14
941	悠雅花蜜精粹润色护唇膏	浙 G 妆网备字 2014000322	2014.8.13
942	悠雅果漾贝彩润唇膏	浙 G 妆网备字 2014000220	2014.8.4
943	悠雅柔皙焕妍隔离霜	浙 G 妆网备字 2014000297	2014.8.8

序号	产品名称	备案号	备案日期
944	悠雅水感柔嫩蜂蜜润唇膏	浙 G 妆网备字 2014000299	2014.8.8
945	悠雅速采致美气垫 BB 霜	浙 G 妆网备字 2015001282	2015.1.13
946	悠雅眉型大师多角度眉笔	浙 G 妆网备字 2015006490	2015.6.11
947	悠雅大开眼界速绘眼线液笔	浙 G 妆网备字 2015006566	2015.6.12
948	珀莱雅海洋清莹净透卸妆油	浙 G 妆网备字 2016000374	2016.1.8
949	珀莱雅水漾肌密冰沙舒颜霜	浙 G 妆网备字 2016001986	2016.4.1
950	珀莱雅水漾肌密冰沁补水喷雾	浙 G 妆网备字 2016002061	2016.4.6
951	珀莱雅海洋水动力清新幼滑凝润乳	浙 G 妆网备字 2016002237	2016.4.6
952	珀莱雅黑顶藻净化亮肤炭黑面膜	浙 G 妆网备字 2016002606	2016.4.20
953	珀莱雅柳珊瑚藻控油祛痘清盈面膜	浙 G 妆网备字 2016002605	2016.4.20
954	珀莱雅墨角藻净化保湿炭黑面膜	浙 G 妆网备字 2016002601	2016.4.20
955	珀莱雅泡叶藻补水保湿柔润面膜	浙 G 妆网备字 2016002585	2016.4.21
956	珀莱雅麒麟藻密集保湿丝滑面膜	浙 G 妆网备字 2016002580	2016.4.21
957	珀莱雅裙带藻水嫩亮肤粉润面膜	浙 G 妆网备字 2016002575	2016.4.21
958	珀莱雅掌心红藻滋养弹力嫩肤面膜	浙 G 妆网备字 2016002767	2016.4.27
959	珀莱雅紫球藻舒缓修护调理面膜	浙 G 妆网备字 2016003062	2016.5.9
960	珀莱雅净透舒润卸妆油	浙 G 妆网备字 2016003067	2016.5.9
961	珀莱雅红球藻晶透闪亮光采洁面乳	浙 G 妆网备字 2016003562	2016.5.19
962	珀莱雅红球藻晶透闪亮光采精华乳液	浙 G 妆网备字 2016003560	2016.5.19
963	珀莱雅红球藻晶透闪亮光采面膜	浙 G 妆网备字 2016003559	2016.5.19
964	珀莱雅马尾藻水光滢润保湿洁面乳	浙 G 妆网备字 2016003558	2016.5.19
965	珀莱雅马尾藻水光滢润保湿精华乳液	浙 G 妆网备字 2016003557	2016.5.19
966	珀莱雅马尾藻水光滢润保湿面膜	浙 G 妆网备字 2016003556	2016.5.19
967	珀莱雅睛彩珍珠净化提亮炭黑眼膜	浙 G 妆网备字 2016003547	2016.5.19
968	珀莱雅柔软海星嫩滑滋养 Q 弹冻膜	浙 G 妆网备字 2016003935	2016.6.2
969	珀莱雅通透水母凝润保湿爆水冻膜	浙 G 妆网备字 2016003919	2016.6.2
970	珀莱雅温润海螺舒缓修护慕斯冻膜	浙 G 妆网备字 2016003934	2016.6.2
971	珀莱雅光采贝壳水润靓颜晶透冻膜	浙 G 妆网备字 2016003915	2016.6.2
972	韩雅绿茶蜗牛水润面贴膜	浙 G 妆网备字 2016000434	2016.1.12
973	韩雅绿茶身体磨砂啫喱	浙 G 妆网备字 2016001336	2016.3.3
974	韩雅绿茶晒后修护冰霜	浙 G 妆网备字 2016001288	2016.3.7
975	韩雅水润无瑕气垫 BB 霜 (象牙色)	浙 G 妆网备字 2016001932	2016.3.30
976	韩雅水润无瑕气垫 BB 霜 (自然色)	浙 G 妆网备字 2016001929	2016.3.30
977	韩雅弹力丰盈护发乳	浙 G 妆网备字 2016003404	2016.5.19

序号	产品名称	备案号	备案日期
978	韩雅弹力丰盈洗发露	浙 G 妆网备字 2016003406	2016.5.19
979	优资莱蓝睡莲盈润补水柔肤液	浙 G 妆网备字 2016000437	2016.1.12
980	优资莱玫瑰花茶粉嫩精华	浙 G 妆网备字 2016002235	2016.4.13
981	优资莱玫瑰花茶焕采乳	浙 G 妆网备字 2016002217	2016.4.13
982	优资莱玫瑰花茶精华霜	浙 G 妆网备字 2016002230	2016.4.13
983	优资莱玫瑰花茶美肌水	浙 G 妆网备字 2016002226	2016.4.13
984	优资莱玫瑰花茶柔珠洁面乳	浙 G 妆网备字 2016002225	2016.4.13
985	优资莱玫瑰花茶素颜霜	浙 G 妆网备字 2016002225	2016.4.13
986	优资莱薰衣草茶舒缓洁面露	浙 G 妆网备字 2016003926	2016.6.2
987	优资莱薰衣草茶调理乳	浙 G 妆网备字 2016003920	2016.6.2
988	优资莱薰衣草茶舒缓水	浙 G 妆网备字 2016003918	2016.6.2
989	优资莱薰衣草茶舒颜霜	浙 G 妆网备字 2016003916	2016.6.2
990	优资莱玫瑰花茶亮眸眼霜	浙 G 妆网备字 2016003999	2016.6.6
991	优资莱茉莉花茶净透洁面乳	浙 G 妆网备字 2016003997	2016.6.6
992	优资莱茉莉花茶匀净柔肤水	浙 G 妆网备字 2016003996	2016.6.6
993	优资莱茉莉花茶透亮精华乳液	浙 G 妆网备字 2016003994	2016.6.6
994	优资莱茉莉花茶透亮雪颜霜	浙 G 妆网备字 2016003992	2016.6.6
995	优资莱茉莉花茶焕亮眼部精华	浙 G 妆网备字 2016003989	2016.6.6
996	优资莱绿茶籽精华滋养洁面乳	浙 G 妆网备字 2016003987	2016.6.6
997	优资莱绿茶籽精华滋养乳	浙 G 妆网备字 2016003985	2016.6.6
998	优资莱绿茶籽精华滋养霜	浙 G 妆网备字 2016003983	2016.6.6
999	优资莱绿茶籽精华滋养水	浙 G 妆网备字 2016004001	2016.6.6
1000	优资莱绿茶籽精华滋养眼霜	浙 G 妆网备字 2016003981	2016.6.6
1001	优资莱绿茶籽密集滋养精华	浙 G 妆网备字 2016004000	2016.6.6
1002	优资莱绿茶氨基酸洁面泡泡	浙 G 妆网备字 2016003979	2016.6.6
1003	悦芙媞晨露草滴萃沁水菁露	浙 G 妆网备字 2016004795	2016.6.12
1004	悦芙媞晨露草滴萃水分啫喱眼霜	浙 G 妆网备字 2016004794	2016.6.12
1005	悦芙媞晨露草滴萃清肤水	浙 G 妆网备字 2016004804	2016.6.12
1006	悦芙媞晨露草滴萃清肤乳	浙 G 妆网备字 2016004803	2016.6.12
1007	悦芙媞晨露草滴萃清肤啫喱霜	浙 G 妆网备字 2016004802	2016.6.12
1008	悦芙媞晨露草滴萃平衡水	浙 G 妆网备字 2016004799	2016.6.12
1009	悦芙媞晨露草滴萃平衡乳	浙 G 妆网备字 2016004801	2016.6.12
1010	悦芙媞晨露草滴萃平衡霜	浙 G 妆网备字 2016004800	2016.6.12
1011	悦芙媞晨露草滴萃水分喷雾（清尘）	京 G 妆网备字 2016002823	2016.6.17

序号	产品名称	备案号	备案日期
1012	悦芙媿晨露草滴萃滋润水	浙 G 妆网备字 2016004798	2016.6.12
1013	悦芙媿晨露草滴萃滋润乳	浙 G 妆网备字 2016004797	2016.6.12
1014	悦芙媿晨露草滴萃滋润霜	浙 G 妆网备字 2016004796	2016.6.12
1015	悦芙媿红酒细致棉棒去角质液	浙 G 妆网备字 2016004736	2016.6.12
1016	悦芙媿红酒细致去角质泡泡面膜	浙 G 妆网备字 2016005175	2016.6.17
1017	悦芙媿清竹水润舒缓啫喱喷雾	浙 G 妆网备字 2016004836	2016.6.12
1018	悦芙媿清竹水润舒缓啫喱	浙 G 妆网备字 2016004296	2016.6.6
1019	悦芙媿冰川冰爽泡泡棉喷雾	京 G 妆网备字 2016002924	2016.6.22
1020	悦芙媿冰川冰爽头皮泡泡喷雾	京 G 妆网备字 2016002883	2016.6.21
1021	悦芙媿冰川冰爽身体泡泡啫喱	京 G 妆网备字 2016002884	2016.6.21
1022	悦芙媿红酵肌秘润妍肌底液	浙 G 妆网备字 2016004811	2016.6.12
1023	悦芙媿红酵肌秘活妍保湿水	浙 G 妆网备字 2016004810	2016.6.12
1024	悦芙媿红酵肌秘蜜露油精华液	浙 G 妆网备字 2016004809	2016.6.12
1025	悦芙媿红酵肌秘活妍保湿乳	浙 G 妆网备字 2016004808	2016.6.12
1026	悦芙媿红酵肌秘焕活青春霜	浙 G 妆网备字 2016004807	2016.6.12
1027	悦芙媿红酵肌秘双头菁活眼霜	浙 G 妆网备字 2016004806	2016.6.12
1028	悦芙媿红酵肌秘焕活睡眠面膜	浙 G 妆网备字 2016004805	2016.6.12
1029	悦芙媿绿蜂胶净肤清颜泡沫洁面乳	浙 G 妆网备字 2016004297	2016.6.6
1030	悦芙媿绿蜂胶净肤清颜清肤水	浙 G 妆网备字 2016004841	2016.6.12
1031	悦芙媿绿蜂胶净肤清颜精华液	浙 G 妆网备字 2016004840	2016.6.12
1032	悦芙媿绿蜂胶净肤清颜精华露	浙 G 妆网备字 2016004838	2016.6.12
1033	悦芙媿绿蜂胶痘痘点涂凝胶	浙 G 妆网备字 2016004837	2016.6.12
1034	悦芙媿无瑕亲肤润色隔离霜（肤色）	浙 G 妆网备字 2016004842	2016.6.12
1035	悦芙媿无瑕亲肤光感 BB 霜-01 晶瓷色	浙 G 妆网备字 2016004303	2016.6.6
1036	悦芙媿无瑕亲肤柔雾 BB 霜-01 晶瓷色	浙 G 妆网备字 2016004301	2016.6.6
1037	悦芙媿无瑕亲肤清纯 BB 霜-01 晶瓷色	浙 G 妆网备字 2016004299	2016.6.6
1038	悦芙媿无瑕亲肤绚采粉底液-01 晶瓷色	浙 G 妆网备字 2016004209	2016.6.6
1039	悦芙媿无瑕亲肤柔采粉底液-01 晶瓷色	浙 G 妆网备字 2016004205	2016.6.6
1040	悦芙媿无瑕亲肤光感丝滑粉底膏-01 晶瓷色	浙 G 妆网备字 2016004199	2016.6.6
1041	悦芙媿无瑕亲肤柔雾布丁粉底膏 01 晶瓷色	浙 G 妆网备字 2016004212	2016.6.6
1042	悦芙媿无瑕亲肤清纯粉饼-01 晶瓷色	浙 G 妆网备字 2016004293	2016.6.6
1043	悦芙媿无瑕亲肤清晰控油蜜粉	浙 G 妆网备字 2016003822	2016.6.1

序号	产品名称	备案号	备案日期
1044	悦芙媿无瑕亲肤清晰控油粉饼	浙 G 妆网备字 2016004843	2016.6.12
1045	悦芙媿无瑕亲肤两用遮瑕棒-01 晶瓷色	浙 G 妆网备字 2016003817	2016.6.1
1046	悦芙媿青柠盈薄面贴膜（清新水分）	浙 G 妆网备字 2016004821	2016.6.12
1047	悦芙媿迷迭香盈薄面贴膜（清新舒缓）	浙 G 妆网备字 2016004743	2016.6.12
1048	悦芙媿西红柿盈薄面贴膜（活力水润）	浙 G 妆网备字 2016004742	2016.6.12
1049	悦芙媿胡萝卜盈薄面贴膜（清健水润）	浙 G 妆网备字 2016004741	2016.6.12
1050	悦芙媿芒果盈薄面贴膜（莹润光滑）	浙 G 妆网备字 2016004917	2016.6.12
1051	悦芙媿芭蕉盈薄面贴膜（柔嫩光滑）	浙 G 妆网备字 2016004916	2016.6.12
1052	悦芙媿浆果盈薄面贴膜（弹力光采）	浙 G 妆网备字 2016004915	2016.6.12
1053	悦芙媿甜菜盈薄面贴膜（弹力亮泽）	浙 G 妆网备字 2016004914	2016.6.12
1054	悦芙媿酪梨盈薄面贴膜（营养润泽）	浙 G 妆网备字 2016004913	2016.6.12
1055	悦芙媿扁豆盈薄面贴膜（营养焕采）	浙 G 妆网备字 2016004912	2016.6.12
1056	悦芙媿海水深海凝贴膜（水润）	浙 G 妆网备字 2016003802	2016.6.1
1057	悦芙媿海藻深海凝贴膜（紧颜）	浙 G 妆网备字 2016003804	2016.6.1
1058	悦芙媿壳聚糖深海凝贴膜（生机）	浙 G 妆网备字 2016003807	2016.6.1
1059	悦芙媿珍珠深海凝贴膜（亮采）	浙 G 妆网备字 2016003808	2016.6.1
1060	悦芙媿胶原蛋白深海凝贴膜（弹力）	浙 G 妆网备字 2016003815	2016.6.1
1061	悦芙媿蓝睡莲密集精华面贴膜（水润）-水润肌活精华液	京 G 妆网备字 2016002939	2016.6.27
1062	悦芙媿蓝睡莲密集精华面贴膜（水润）-水润面贴膜	京 G 妆网备字 2016002940	2016.6.27
1063	悦芙媿白茶密集精华面贴膜（亮采）-亮采面贴膜	京 G 妆网备字 2016002945	2016.6.27
1064	悦芙媿白茶密集精华面贴膜（亮采）-亮采肌活精华液	京 G 妆网备字 2016002946	2016.6.27
1065	悦芙媿大豆密集精华面贴膜（紧致）-紧致面贴膜	京 G 妆网备字 2016002943	2016.6.27
1066	悦芙媿大豆密集精华面贴膜（紧致）-紧致肌活精华液	京 G 妆网备字 2016002944	2016.6.27
1067	悦芙媿金缕梅密集精华面贴膜（清颜）-清颜面贴膜	京 G 妆网备字 2016003047	2016.6.27
1068	悦芙媿金缕梅密集精华面贴膜（清颜）-清颜肌活精华液	京 G 妆网备字 2016003048	2016.6.27
1069	悦芙媿蜗牛密集精华面贴膜（弹力）-弹力面贴膜	京 G 妆网备字 2016002941	2016.6.27
1070	悦芙媿蜗牛密集精华面贴膜（弹力）-弹力肌活精华液	京 G 妆网备字 2016002942	2016.6.27
1071	悦芙媿鸡蛋清氧气泡面贴膜（毛孔净致）	浙 G 妆网备字 2016004207	2016.6.6
1072	悦芙媿珍珠氧气泡面贴膜（亮采）	浙 G 妆网备字 2016004206	2016.6.6

序号	产品名称	备案号	备案日期
1073	悦芙媿樱桃弹润唇膜	京 G 妆网备字 2016002882	2016.6.21
1074	悦芙媿蓝莓润采眼膜	京 G 妆网备字 2016002881	2016.6.21
1075	悦芙媿苹果水光脸颊膜	京 G 妆网备字 2016002874	2016.6.17
1076	悦芙媿大豆紧致美颈膜	京 G 妆网备字 2016002875	2016.6.17
1077	悦芙媿薄荷嫩滑肘贴膜	京 G 妆网备字 2016002893	2016.6.22
1078	悦芙媿鲜萃奇异果果冻面贴膜	浙 G 妆网备字 2016003814	2016.6.1
1079	悦芙媿鲜萃木瓜果冻面贴膜	浙 G 妆网备字 2016003813	2016.6.1
1080	悦芙媿鲜萃草莓果冻面贴膜	浙 G 妆网备字 2016003812	2016.6.1
1081	悦芙媿鲜萃葡萄果冻面贴膜	浙 G 妆网备字 2016003811	2016.6.1
1082	悦芙媿鲜萃火龙果果冻面贴膜	浙 G 妆网备字 2016003810	2016.6.1
1083	悦芙媿绿茶果冻面膜（水分舒缓）	苏 G 妆网备字 2016001518	2016.6.12
1084	悦芙媿柑橘果冻面膜（水分提亮）	苏 G 妆网备字 2016001515	2016.6.12
1085	悦芙媿樱桃果冻面膜（水分活力）	苏 G 妆网备字 2016001516	2016.6.12
1086	悦芙媿蓝莓果冻面膜（水分弹力）	苏 G 妆网备字 2016001517	2016.6.12
1087	悦芙媿宝石幻采面膜（华丽黄金）	京 G 妆网备字 2016002879	2016.6.17
1088	悦芙媿蓝睡莲水分晚安面膜	浙 G 妆网备字 2016004828	2016.6.12
1089	悦芙媿百合亮采晚安面膜	浙 G 妆网备字 2016004819	2016.6.12
1090	悦芙媿玫瑰果紧颜晚安面膜	浙 G 妆网备字 2016004820	2016.6.12
1091	悦芙媿夏威夷热岩泥毛孔净致面膜（水分清洁）	浙 G 妆网备字 2016004824	2016.6.12
1092	悦芙媿夏威夷热岩泥毛孔净致面膜（透彻清洁）	浙 G 妆网备字 2016004825	2016.6.12
1093	悦芙媿夏威夷热岩泥毛孔净致撕拉啫喱	浙 G 妆网备字 2016004823	2016.6.12
1094	悦芙媿夏威夷热岩泥毛孔净致温感啫喱	浙 G 妆网备字 2016004793	2016.6.12
1095	悦芙媿夏威夷热岩泥毛孔净致三部曲鼻贴	京 G 妆网备字 2016003249	2016.7.4
1096	悦芙媿大米自然真萃面膜（焕活）	浙 G 妆网备字 2016004826	2016.6.12
1097	悦芙媿海藻自然真萃面膜（舒缓）	浙 G 妆网备字 2016004832	2016.6.12
1098	悦芙媿香橙自然真萃面膜（莹透）	浙 G 妆网备字 2016004834	2016.6.12
1099	悦芙媿黑糖自然真萃面膜（净透）	浙 G 妆网备字 2016004822	2016.6.12
1100	悦芙媿红参自然真萃面膜(紧颜)	浙 G 妆网备字 2016004827	2016.6.12
1101	悦芙媿蜂蜜自然真萃面膜(滋养)	浙 G 妆网备字 2016004835	2016.6.12
1102	悦芙媿酵素水润去角质凝胶	浙 G 妆网备字 2016004739	2016.6.12
1103	悦芙媿酵素柔润去角质凝乳	浙 G 妆网备字 2016004738	2016.6.12
1104	悦芙媿酵素滋润去角质凝霜	浙 G 妆网备字 2016004737	2016.6.12

序号	产品名称	备案号	备案日期
1105	悦芙媿花木净颜保湿泡沫洁面乳	浙 G 妆网备字 2016003821	2016.6.1
1106	悦芙媿花木净颜控油泡沫洁面乳	浙 G 妆网备字 2016003825	2016.6.1
1107	悦芙媿花木净颜透亮泡沫洁面乳	浙 G 妆网备字 2016003819	2016.6.1
1108	悦芙媿花木净颜透亮卸妆油	浙 G 妆网备字 2016003832	2016.6.1
1109	悦芙媿花木净颜毛孔清洁卸妆油	浙 G 妆网备字 2016003856	2016.6.1
1110	悦芙媿花木净颜保湿洁面泡沫	浙 G 妆网备字 2016004656	2016.6.7
1111	悦芙媿花木净颜控油洁面泡沫	浙 G 妆网备字 2016003859	2016.6.1
1112	悦芙媿花木净颜泡沫洁面慕斯	京 G 妆网备字 2016002824	2016.6.17
1113	悦芙媿花木净颜二合一卸妆泡沫油	浙 G 妆网备字 2016003864	2016.6.1
1114	悦芙媿花木净颜雪融卸妆膏	浙 G 妆网备字 2016004658	2016.6.7
1115	悦芙媿花木净颜轻柔眼唇卸妆液	浙 G 妆网备字 2016004844	2016.6.12
1116	悦芙媿花木净颜卸妆泡沫	浙 G 妆网备字 2016003860	2016.6.1
1117	悦芙媿花木净颜芦荟舒缓洁面啫喱	浙 G 妆网备字 2016003824	2016.6.1
1118	悦芙媿冰黑泥飞尘泡沫卸妆油啫喱	浙 G 妆网备字 2016003845	2016.6.1
1119	悦芙媿冰黑泥飞尘泡沫洁面乳	浙 G 妆网备字 2016003828	2016.6.1
1120	悦芙媿冰黑泥飞尘泡沫洁面慕斯	京 G 妆网备字 2016002872	2016.6.17
1121	悦芙媿温泉水保湿卸妆水	浙 G 妆网备字 2016004661	2016.6.7
1122	悦芙媿温泉水控油卸妆水	浙 G 妆网备字 2016004660	2016.6.7
1123	悦芙媿温泉水控油祛痘卸妆水	浙 G 妆网备字 2016004659	2016.6.7
1124	悦芙媿妙粘土面膜泡沫洁面膏（亚马逊白泥）	浙 G 妆网备字 2016003849	2016.6.1
1125	悦芙媿妙粘土面膜泡沫洁面膏（法国绿泥）	浙 G 妆网备字 2016003847	2016.6.1
1126	悦芙媿妙粘土面膜泡沫洁面膏（法国粉泥）	浙 G 妆网备字 2016003848	2016.6.1
1127	悦芙媿魔力盐水感沐浴露	浙 G 妆网备字 2016004921	2016.6.12
1128	悦芙媿魔力盐水感身体乳	浙 G 妆网备字 2016004724	2016.6.8
1129	悦芙媿魔力盐保湿沐浴露	浙 G 妆网备字 2016004920	2016.6.12
1130	悦芙媿魔力盐保湿身体乳	浙 G 妆网备字 2016004730	2016.6.12
1131	悦芙媿魔力盐水油平衡沐浴露	浙 G 妆网备字 2016004732	2016.6.12
1132	悦芙媿魔力盐水油平衡身体乳	浙 G 妆网备字 2016006404	2016.7.19
1133	悦芙媿魔力盐透亮沐浴露	浙 G 妆网备字 2016004734	2016.6.12
1134	悦芙媿魔力盐透亮身体乳	浙 G 妆网备字 2016004733	2016.6.12
1135	悦芙媿魔力盐深润保湿身体霜	浙 G 妆网备字 2016004750	2016.6.12
1136	悦芙媿魔力盐牛奶雪肌润肤乳	浙 G 妆网备字 2016004746	2016.6.12
1137	悦芙媿魔力盐光滑足部护理霜	浙 G 妆网备字 2016004748	2016.6.12

序号	产品名称	备案号	备案日期
1138	悦芙媿魔力盐泡泡磨砂沐浴露	浙 G 妆网备字 2016004749	2016.6.12
1139	悦芙媿足部护理嫩足膜	京 G 妆网备字 2016002873	2016.6.17
1140	悦芙媿水感身体芬芳喷雾	浙 G 妆网备字 2016004747	2016.6.12
1141	悦芙媿平衡身体芳香喷雾	浙 G 妆网备字 2016004740	2016.6.12
1142	悦芙媿透亮身体芳香喷雾	浙 G 妆网备字 2016004745	2016.6.12
1143	悦芙媿烂漫花瓣香氛护手霜	浙 G 妆网备字 2016003863	2016.6.1
1144	悦芙媿神秘森林香氛护手霜	浙 G 妆网备字 2016003862	2016.6.1
1145	悦芙媿甜蜜心情香氛护手霜	浙 G 妆网备字 2016003861	2016.6.1
1146	悦芙媿精华护理甲膜	京 G 妆网备字 2016002615	2016.6.13
1147	悦芙媿免洗护手清洁啫喱（绿野百果）	浙 G 妆网备字 2016004818	2016.6.12
1148	悦芙媿天然辣木滋养修复洗发露	浙 G 妆网备字 2016004919	2016.6.12
1149	悦芙媿天然辣木滋养修复护发乳	浙 G 妆网备字 2016004305	2016.6.6
1150	悦芙媿天然辣木无硅油清新洗发露	浙 G 妆网备字 2016004918	2016.6.12
1151	悦芙媿天然辣木无硅油滋润护发乳	浙 G 妆网备字 2016004304	2016.6.6
1152	悦芙媿天然辣木净盐头皮调理洗发露	浙 G 妆网备字 2016003820	2016.6.1
1153	悦芙媿天然辣木集中调养护发精华乳	浙 G 妆网备字 2016003830	2016.6.1
1154	悦芙媿天然辣木集中调养护发精华油	浙 G 妆网备字 2016004657	2016.6.7
1155	悦芙媿蒸气沙龙发热护发膜	京 G 妆网备字 2016002880	2016.6.21
1156	悦芙媿桦木汁保湿洁面膏（男士）	浙 G 妆网备字 2016003818	2016.6.1
1157	悦芙媿桦木汁保湿爽肤水（男士）	浙 G 妆网备字 2016004829	2016.6.12
1158	悦芙媿桦木汁保湿舒爽乳（男士）	浙 G 妆网备字 2016004830	2016.6.12
1159	悦芙媿桦木汁保湿润肤乳（男士）	浙 G 妆网备字 2016004831	2016.6.12
1160	悦芙媿桦木汁盈薄面贴膜（保湿补水：男士）	浙 G 妆网备字 2016004744	2016.6.12
1161	悦芙媿女演员魔力三脚猫眼线笔-001 魅惑黑	浙 G 妆网备字 2016003858	2016.6.1
1162	悦芙媿女演员魔力三脚猫眼线笔-002 迷情棕	浙 G 妆网备字 2016003857	2016.6.1
1163	悦芙媿女演员魅力武器柔滑眼线膏-001 深邃黑	浙 G 妆网备字 2016003851	2016.6.1
1164	悦芙媿女演员魅力武器柔滑眼线膏-002 柔情棕	浙 G 妆网备字 2016003850	2016.6.1
1165	悦芙媿女演员气氛制造者三色眼影-001 微醺粉	浙 G 妆网备字 2016004192	2016.6.6
1166	悦芙媿女演员气氛制造者三色眼影-002 全橙浪漫	浙 G 妆网备字 2016004191	2016.6.6
1167	悦芙媿女演员气氛制造者三色眼影-003 绿茶女孩	浙 G 妆网备字 2016004213	2016.6.6
1168	悦芙媿女演员气氛制造者三色眼影	浙 G 妆网备字 2016004189	2016.6.6

序号	产品名称	备案号	备案日期
	-004 首席舞者		
1169	悦芙媿女演员气氛制造者三色眼影-005 星光夜空	浙 G 妆网备字 2016004188	2016.6.6
1170	悦芙媿女演员魅惑娇娃液体眼影-001 浓情棕意	浙 G 妆网备字 2016004217	2016.6.6
1171	悦芙媿女演员魅惑娇娃液体眼影-002 金沙之吻	浙 G 妆网备字 2016004216	2016.6.6
1172	悦芙媿女演员魅惑娇娃液体眼影-003 花开蜜露	浙 G 妆网备字 2016004215	2016.6.6
1173	悦芙媿女演员魅惑娇娃液体眼影-004 一吻定情	浙 G 妆网备字 2016004210	2016.6.6
1174	悦芙媿女演员魅惑娇娃液体眼影-005 蜜茶爆弹	浙 G 妆网备字 2016004214	2016.6.6
1175	悦芙媿女演员双重睛采睫毛膏	浙 G 妆网备字 2016004196	2016.6.13
1176	悦芙媿女演员羽扇名伶睫毛膏	浙 G 妆网备字 2016004197	2016.6.13
1177	悦芙媿女演员俏芭比睫毛膏	浙 G 妆网备字 2016004195	2016.6.13
1178	悦芙媿女演员长睫娃娃睫毛膏	浙 G 妆网备字 2016004193	2016.6.13
1179	悦芙媿女演员眉力十足双头染眉笔（001 石象灰）	浙 G 妆网备字 2016003975	2016.6.6
1180	悦芙媿女演员眉力十足双头染眉笔（002 深咖棕）	浙 G 妆网备字 2016003842	2016.6.6
1181	悦芙媿女演员眉力十足双头染眉笔（003 轻柔棕）	浙 G 妆网备字 2016003841	2016.6.1
1182	悦芙媿女演员返璞归真眉粉盒	浙 G 妆网备字 2016004688	2016.6.7
1183	悦芙媿聚光灯焦点亮颜粉-001 曙光女神	浙 G 妆网备字 2016003852	2016.6.1
1184	悦芙媿聚光灯焦点亮颜粉-002 黄金海岸	浙 G 妆网备字 2016003844	2016.6.1
1185	悦芙媿聚光灯明暗轮廓双色修容粉-001 晴空夕夜	浙 G 妆网备字 2016003843	2016.6.1
1186	悦芙媿聚光灯光圈晕染腮红-001 都市假期	浙 G 妆网备字 2016003855	2016.6.1
1187	悦芙媿聚光灯光圈晕染腮红-002 丁香薇吟	浙 G 妆网备字 2016003854	2016.6.1
1188	悦芙媿聚光灯光圈晕染腮红-003 落霞追帆	浙 G 妆网备字 2016003853	2016.6.1
1189	悦芙媿唇色醇语液体唇膏-001 梦醒时分	浙 G 妆网备字 2016004180	2016.6.6
1190	悦芙媿唇色醇语液体唇膏-002 假正经	浙 G 妆网备字 2016004182	2016.6.6
1191	悦芙媿唇色醇语液体唇膏-003 热辣女神	浙 G 妆网备字 2016004184	2016.6.6
1192	悦芙媿唇色醇语液体唇膏-004 酥心	浙 G 妆网备字 2016004186	2016.6.6
1193	悦芙媿唇色醇语液体唇膏-005 全球首映	浙 G 妆网备字 2016004187	2016.6.6

序号	产品名称	备案号	备案日期
1194	悦芙媿唇色醇语液体唇膏-006 摩登画报	浙 G 妆网备字 2016004185	2016.6.6
1195	悦芙媿唇色醇语液体唇膏-007 幸运星	浙 G 妆网备字 2016004183	2016.6.6
1196	悦芙媿唇色醇语液体唇膏-008 爆料	浙 G 妆网备字 2016004181	2016.6.6
1197	悦芙媿唇色醇语液体唇膏-009 街拍	浙 G 妆网备字 2016004190	2016.6.6
1198	悦芙媿唇色醇语液体唇膏-010 酷	浙 G 妆网备字 2016004194	2016.6.6
1199	悦芙媿恶作剧唇彩棒-001 热浪球	浙 G 妆网备字 2016004649	2016.6.17
1200	悦芙媿恶作剧唇彩棒-002 弹簧跳	浙 G 妆网备字 2016004650	2016.6.7
1201	悦芙媿恶作剧唇彩棒-003 比基尼	浙 G 妆网备字 2016004651	2016.6.7
1202	悦芙媿恶作剧唇彩棒-004 自由搏击	浙 G 妆网备字 2016004687	2016.6.7
1203	悦芙媿恶作剧唇彩棒-005 普拉提	浙 G 妆网备字 2016004686	2016.6.7
1204	悦芙媿漆绘家亮泽染唇膏-001 桃醉	浙 G 妆网备字 2016003883	2016.6.1
1205	悦芙媿漆绘家亮泽染唇膏-002 时髦咖	浙 G 妆网备字 2016003884	2016.6.1
1206	悦芙媿漆绘家亮泽染唇膏-003 呐喊	浙 G 妆网备字 2016003886	2016.6.1
1207	悦芙媿漆绘家亮泽染唇膏-004 嘘！	浙 G 妆网备字 2016003882	2016.6.1
1208	悦芙媿漆绘家亮泽染唇膏-005 蜜赞	浙 G 妆网备字 2016003881	2016.6.1
1209	悦芙媿漆绘家亮泽染唇膏-006 焦点	浙 G 妆网备字 2016003940	2016.6.6
1210	悦芙媿漆绘家亮泽染唇膏-007 渴望	浙 G 妆网备字 2016003941	2016.6.6
1211	悦芙媿漆绘家亮泽染唇膏-008 缪斯	浙 G 妆网备字 2016003946	2016.6.6
1212	悦芙媿漆绘家亮泽染唇膏-009 醒目	浙 G 妆网备字 2016003948	2016.6.6
1213	悦芙媿漆绘家亮泽染唇膏-010 私人定制	浙 G 妆网备字 2016003943	2016.6.6
1214	悦芙媿糖果冻柔光唇膏-001 盛妆	浙 G 妆网备字 2016003944	2016.6.6
1215	悦芙媿糖果冻柔光唇膏-002 时装周	浙 G 妆网备字 2016003950	2016.6.6
1216	悦芙媿糖果冻柔光唇膏-003 一字领	浙 G 妆网备字 2016003958	2016.6.6
1217	悦芙媿糖果冻柔光唇膏-004 桃色绯闻	浙 G 妆网备字 2016003959	2016.6.6
1218	悦芙媿糖果冻柔光唇膏-005 也许是你	浙 G 妆网备字 2016003960	2016.6.6
1219	悦芙媿糖果冻柔光唇膏-006 假想敌	浙 G 妆网备字 2016003962	2016.6.6
1220	悦芙媿糖果冻柔光唇膏-007 闲聊	浙 G 妆网备字 2016003965	2016.6.6
1221	悦芙媿糖果冻柔光唇膏-008 轻奢	浙 G 妆网备字 2016003967	2016.6.6
1222	悦芙媿糖果冻柔光唇膏-009 桃性少女	浙 G 妆网备字 2016003970	2016.6.6
1223	悦芙媿糖果冻柔光唇膏-010 橘部光影	浙 G 妆网备字 2016003972	2016.6.6
1224	悦芙媿艺术家调色盘-001 约会一阶段	浙 G 妆网备字 2016004695	2016.6.7
1225	悦芙媿艺术家调色盘-002 聚会一阶段	浙 G 妆网备字 2016004694	2016.6.7
1226	悦芙媿蜜衣炮弹唇部精华啫喱	浙 G 妆网备字 2016004295	2016.6.6

序号	产品名称	备案号	备案日期
1227	悦芙媿蜜衣炮弹滋养唇膏	浙 G 妆网备字 2016003973	2016.6.6
1228	悦芙媿神秘沙龙软化角质油	京 G 妆网备字 2016002614	2016.6.13
1229	悦芙媿神秘沙龙营养精华油	京 G 妆网备字 2016003138	2016.6.29
1230	悦芙媿神秘沙龙抛光底油	京 G 妆网备字 2016003136	2016.6.29
1231	悦芙媿神秘沙龙雾感顶油	京 G 妆网备字 2016002616	2016.6.13
1232	悦芙媿神秘沙龙光亮顶油	京 G 妆网备字 2016002617	2016.6.13
1233	悦芙媿神秘沙龙轻柔卸甲水	京 G 妆网备字 2016003137	2016.6.29
1234	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-201	京 G 妆网备字 2016002666	2016.6.14
1235	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-202	京 G 妆网备字 2016002905	2016.6.22
1236	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-203	京 G 妆网备字 2016002665	2016.6.14
1237	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-204	京 G 妆网备字 2016002664	2016.6.14
1238	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-205	京 G 妆网备字 2016002663	2016.6.14
1239	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-206	京 G 妆网备字 2016002739	2016.6.14
1240	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-207	京 G 妆网备字 2016002711	2016.6.14
1241	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-208	京 G 妆网备字 2016002662	2016.6.14
1242	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-209	京 G 妆网备字 2016002681	2016.6.14
1243	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-210	京 G 妆网备字 2016002677	2016.6.14
1244	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-211	京 G 妆网备字 2016002679	2016.6.14
1245	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-212	京 G 妆网备字 2016002692	2016.6.14
1246	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-213	京 G 妆网备字 2016002675	2016.6.14
1247	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-214	京 G 妆网备字 2016002694	2016.6.14
1248	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-215	京 G 妆网备字 2016002709	2016.6.14
1249	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-216	京 G 妆网备字 2016002697	2016.6.14
1250	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-217	京 G 妆网备字 2016002703	2016.6.14
1251	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-218	京 G 妆网备字 2016002702	2016.6.14
1252	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-531	京 G 妆网备字 2016002700	2016.6.14
1253	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-532	京 G 妆网备字 2016002710	2016.6.14
1254	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-533	京 G 妆网备字 2016002707	2016.6.14
1255	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-534	京 G 妆网备字 2016002715	2016.6.14
1256	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-535	京 G 妆网备字 2016002716	2016.6.14
1257	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-536	京 G 妆网备字 2016002698	2016.6.14
1258	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-537	京 G 妆网备字 2016002667	2016.6.14
1259	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-539	京 G 妆网备字 2016002718	2016.6.14
1260	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-540	京 G 妆网备字 2016002720	2016.6.14

序号	产品名称	备案号	备案日期
1261	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-541	京 G 妆网备字 2016002680	2016.6.14
1262	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-542	京 G 妆网备字 2016002717	2016.6.14
1263	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-543	京 G 妆网备字 2016002695	2016.6.14
1264	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-544	京 G 妆网备字 2016002722	2016.6.14
1265	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-545	京 G 妆网备字 2016002725	2016.6.14
1266	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-546	京 G 妆网备字 2016002719	2016.6.14
1267	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-547	京 G 妆网备字 2016002693	2016.6.14
1268	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-548	京 G 妆网备字 2016002727	2016.6.14
1269	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-721	京 G 妆网备字 2016002721	2016.6.14
1270	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-722	京 G 妆网备字 2016002729	2016.6.14
1271	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-723	京 G 妆网备字 2016002730	2016.6.14
1272	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-724	京 G 妆网备字 2016002690	2016.6.14
1273	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-725	京 G 妆网备字 2016002724	2016.6.14
1274	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-726	京 G 妆网备字 2016002723	2016.6.14
1275	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-727	京 G 妆网备字 2016002688	2016.6.14
1276	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-728	京 G 妆网备字 2016002726	2016.6.14
1277	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-729	京 G 妆网备字 2016002699	2016.6.14
1278	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-730	京 G 妆网备字 2016002728	2016.6.14
1279	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-681	京 G 妆网备字 2016002714	2016.6.14
1280	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-682	京 G 妆网备字 2016002912	2016.6.22
1281	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-683	京 G 妆网备字 2016002713	2016.6.14
1282	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-684	京 G 妆网备字 2016002705	2016.6.14
1283	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-685	京 G 妆网备字 2016002738	2016.6.14
1284	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-686	京 G 妆网备字 2016002737	2016.6.14
1285	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-687	京 G 妆网备字 2016002914	2016.6.22
1286	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-001	京 G 妆网备字 2016002863	2016.6.17
1287	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-010	京 G 妆网备字 2016002736	2016.6.14
1288	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-100	京 G 妆网备字 2016002735	2016.6.14
1289	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-011	京 G 妆网备字 2016002701	2016.6.14
1290	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-930	京 G 妆网备字 2016002673	2016.6.14
1291	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-931	京 G 妆网备字 2016002734	2016.6.14
1292	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-932	京 G 妆网备字 2016002686	2016.6.14
1293	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-933	京 G 妆网备字 2016002733	2016.6.14
1294	悦芙媿神秘沙龙焕采指甲油-101	京 G 妆网备字 2016002696	2016.6.14

序号	产品名称	备案号	备案日期
1295	悦芙媿神秘沙龙焕采指甲油-102	京 G 妆网备字 2016002682	2016.6.14
1296	悦芙媿神秘沙龙焕采指甲油-103	京 G 妆网备字 2016002911	2016.6.22
1297	悦芙媿神秘沙龙焕采指甲油-105	京 G 妆网备字 2016002910	2016.6.22
1298	悦芙媿神秘沙龙焕采指甲油-106	京 G 妆网备字 2016002909	2016.6.22
1299	悦芙媿神秘沙龙焕采指甲油-107	京 G 妆网备字 2016002908	2016.6.22
1300	悦芙媿神秘沙龙焕采指甲油-108	京 G 妆网备字 2016002907	2016.6.22
1301	悦芙媿神秘沙龙焕采指甲油-109	京 G 妆网备字 2016002906	2016.6.22
1302	悦芙媿神秘沙龙焕采指甲油-111	京 G 妆网备字 2016002904	2016.6.22
1303	悦芙媿神秘沙龙焕采指甲油-112	京 G 妆网备字 2016002903	2016.6.22
1304	悦芙媿神秘沙龙焕采指甲油-113	京 G 妆网备字 2016002902	2016.6.22
1305	悦芙媿神秘沙龙焕采指甲油-115	京 G 妆网备字 2016002668	2016.6.14
1306	悦芙媿神秘沙龙焕采指甲油-116	京 G 妆网备字 2016002669	2016.6.14
1307	悦芙媿神秘沙龙焕采指甲油-117	京 G 妆网备字 2016002708	2016.6.14
1308	悦芙媿神秘沙龙焕采指甲油-110	京 G 妆网备字 2016002670	2016.6.14
1309	悦芙媿神秘沙龙焕采指甲油-118	京 G 妆网备字 2016002671	2016.6.14
1310	悦芙媿神秘沙龙焕采指甲油-119	京 G 妆网备字 2016002712	2016.6.14
1311	悦芙媿神秘沙龙焕采指甲油-121	京 G 妆网备字 2016002674	2016.6.14
1312	悦芙媿神秘沙龙焕采指甲油-122	京 G 妆网备字 2016002676	2016.6.14
1313	悦芙媿神秘沙龙焕采指甲油-123	京 G 妆网备字 2016002672	2016.6.14
1314	悦芙媿圣诞莓焕亮柔肤水	浙 G 妆网备字 2016004817	2016.6.12
1315	悦芙媿圣诞莓焕亮柔肤乳	浙 G 妆网备字 2016004816	2016.6.12
1316	悦芙媿圣诞莓焕亮菁露	浙 G 妆网备字 2016004813	2016.6.12
1317	悦芙媿圣诞莓焕亮沁水面霜	浙 G 妆网备字 2016004814	2016.6.12
1318	悦芙媿圣诞莓焕亮素颜霜	浙 G 妆网备字 2016004812	2016.6.12
1319	悦芙媿冰川冰爽泡泡菁露	京 G 妆网备字 2016003006	2016.6.27
1320	悦芙媿无瑕亲肤润色隔离霜（紫色）	浙 G 妆网备字 2016004307	2016.6.6
1321	悦芙媿无瑕亲肤润色隔离霜（绿色）	浙 G 妆网备字 2016004306	2016.6.6
1322	悦芙媿宝石幻采面膜（闪亮钻石）	京 G 妆网备字 2016002876	2016.6.17
1323	悦芙媿无瑕亲肤绚采气垫粉凝霜-01 晶瓷色	浙 G 妆网备字 2016004203	2016.6.6
1324	悦芙媿无瑕亲肤柔采气垫粉凝霜-01 晶瓷色	浙 G 妆网备字 2016004201	2016.6.6
1325	悦芙媿无瑕亲肤光感 BB 霜-02 自然色	浙 G 妆网备字 2016004302	2016.6.6
1326	悦芙媿无瑕亲肤柔雾 BB 霜-02 自然色	浙 G 妆网备字 2016004300	2016.6.6
1327	悦芙媿无瑕亲肤清纯 BB 霜-02 自然色	浙 G 妆网备字 2016004298	2016.6.6

序号	产品名称	备案号	备案日期
1328	悦芙媿无瑕亲肤清纯粉饼 02 自然色	浙 G 妆网备字 2016004292	2016.6.6
1329	悦芙媿无瑕亲肤两用遮瑕棒-02 自然色	浙 G 妆网备字 2016003816	2016.6.1
1330	悦芙媿无瑕亲肤绚采粉底液 02 自然色	浙 G 妆网备字 2016004208	2016.6.6
1331	悦芙媿无瑕亲肤柔采粉底液 02 自然色	浙 G 妆网备字 2016004204	2016.6.6
1332	悦芙媿无瑕亲肤绚采气垫粉凝霜-02 自然色	浙 G 妆网备字 2016004202	2016.6.6
1333	悦芙媿无瑕亲肤柔采气垫粉凝霜-02 自然色	浙 G 妆网备字 2016004200	2016.6.6
1334	悦芙媿无瑕亲肤光感丝滑粉底膏-02 自然色	浙 G 妆网备字 2016004198	2016.6.6
1335	悦芙媿无瑕亲肤柔雾布丁粉底膏 02 自然色	浙 G 妆网备字 2016004211	2016.6.6
1336	悦芙媿妙粘土面膜泡沫洁面膏（巴西泥）	浙 G 妆网备字 2016003846	2016.6.1
1337	悦芙媿神秘沙龙快干露	京 G 妆网备字 2016003135	2016.6.29
1338	悦芙媿宝石幻采面膜（璀璨蓝宝石）	京 G 妆网备字 2016002878	2016.6.17
1339	悦芙媿宝石幻采面膜（晶莹玉石）	京 G 妆网备字 2016002877	2016.6.17
1340	悦芙媿圣诞莓焕亮焦点精华霜	浙 G 妆网备字 2016004815	2016.6.12
1341	悦芙媿免洗护手清洁啫喱（林木花境）	浙 G 妆网备字 2016005002	2016.6.12
1342	珀莱雅海洋玉藻清新保湿水活面膜	浙 G 妆网备字 2016005852	2016.7.7
1343	珀莱雅星芒杉藻柔嫩透亮光采面膜	浙 G 妆网备字 2016005857	2016.7.7
1344	珀莱雅孔叶藻水感凝润保湿面膜	浙 G 妆网备字 2016006807	2016.8.3
1345	珀莱雅海洋竹藻弹润饱满滋养面膜	浙 G 妆网备字 2016006808	2016.8.3
1346	珀莱雅淡黑藻光采焕颜亮肤面膜	浙 G 妆网备字 2016006806	2016.8.3
1347	珀莱雅水漾芯肌净透洁面乳	浙 G 妆网备字 2016007124	2016.8.9
1348	珀莱雅水漾芯肌柔润洁面膏	浙 G 妆网备字 2016007233	2016.8.11
1349	珀莱雅水漾芯肌透润精华液	浙 G 妆网备字 2016007236	2016.8.11
1350	珀莱雅水漾芯肌透润眼霜	浙 G 妆网备字 2016007262	2016.8.11
1351	珀莱雅水漾芯肌透润霜（倍润型）	浙 G 妆网备字 2016007649	2016.8.23
1352	珀莱雅水漾芯肌透润霜（清润型）	浙 G 妆网备字 2016007265	2016.8.11
1353	珀莱雅水漾芯肌透润乳（倍润型）	浙 G 妆网备字 2016007239	2016.8.11
1354	珀莱雅水漾芯肌透润乳（清润型）	浙 G 妆网备字 2016007390	2016.8.17
1355	珀莱雅水漾芯肌透润水（倍润型）	浙 G 妆网备字 2016007264	2016.8.11
1356	珀莱雅水漾芯肌透润水（清润型）	浙 G 妆网备字 2016007263	2016.8.11

序号	产品名称	备案号	备案日期
1357	珀莱雅深海柔滑润肤乳	浙 G 妆网备字 2016008892	2016.9.30
1358	珀莱雅深海水润护手霜	浙 G 妆网备字 2016008891	2016.9.30
1359	珀莱雅人鱼公主深海焕颜面膜	浙 G 妆网备字 2016008922	2016.9.30
1360	珀莱雅人鱼公主深海水润面膜	浙 G 妆网备字 2016008927	2016.9.30
1361	珀莱雅人鱼公主深海水养面膜	浙 G 妆网备字 2016008924	2016.9.30
1362	珀莱雅人鱼公主深海雪润面膜	浙 G 妆网备字 2016008923	2016.9.30
1363	珀莱雅水动力藻萃活能盈养水	浙 G 妆网备字 2016009340	2016.10.18
1364	珀莱雅柔皙嫩肤护手霜	浙 G 妆网备字 2016009983	2016.11.1
1365	珀莱雅滋润保湿护手霜	浙 G 妆网备字 2016009982	2016.11.1
1366	珀莱雅滋养润滑护手霜	浙 G 妆网备字 2016009981	2016.11.1
1367	珀莱雅轻盈香氛洗发露	浙 G 妆网备字 2016009980	2016.11.1
1368	珀莱雅沁肤香氛身体乳	浙 G 妆网备字 2016009979	2016.11.1
1369	珀莱雅沁肤香氛沐浴露	浙 G 妆网备字 2016009978	2016.11.1
1370	珀莱雅弹润芯肌活力眼霜	浙 G 妆网备字 2016010081	2016.11.4
1371	珀莱雅弹润芯肌活力洁面乳	浙 G 妆网备字 2016010204	2016.11.10
1372	珀莱雅弹润芯肌活力精华液	浙 G 妆网备字 2016010201	2016.11.10
1373	珀莱雅弹润芯肌活力霜	浙 G 妆网备字 2016010197	2016.11.10
1374	珀莱雅弹润芯肌活力水	浙 G 妆网备字 2016010195	2016.11.15
1375	珀莱雅弹润芯肌活力乳	浙 G 妆网备字 2016010199	2016.11.15
1376	珀莱雅轻透雪肌气垫 CC 霜（象牙色）	浙 G 妆网备字 2016010873	2016.11.30
1377	珀莱雅轻透雪肌气垫 CC 霜（自然色）	浙 G 妆网备字 2016010875	2016.11.30
1378	韩雅亮采素颜霜	浙 G 妆网备字 2016010871	2016.12.20
1379	优资莱无瑕净透洁面乳	浙 G 妆网备字 2016006637	2016.7.29
1380	优资莱红茶酵素抗皱紧致洁面乳	浙 G 妆网备字 2016007802	2016.8.29
1381	优资莱红茶酵素抗皱紧致精华	浙 G 妆网备字 2016007876	2016.8.29
1382	优资莱红茶酵素抗皱紧致乳	浙 G 妆网备字 2016007875	2016.8.29
1383	优资莱红茶酵素抗皱紧致霜	浙 G 妆网备字 2016007874	2016.8.29
1384	优资莱红茶酵素抗皱紧致眼霜	浙 G 妆网备字 2016007873	2016.8.29
1385	优资莱红茶酵素抗皱紧致水	浙 G 妆网备字 2016007933	2016.8.30
1386	优资莱绿茶籽滋养精华油	浙 G 妆网备字 2016007922	2016.8.30
1387	优资莱御龄精华肌底液	浙 G 妆网备字 2016008144	2016.9.8

序号	产品名称	备案号	备案日期
1388	优资莱绿茶籽保湿精华油	浙 G 妆网备字 2016008143	2016.9.8
1389	优资莱绿茶籽水感光透气垫 CC 霜	浙 G 妆网备字 2016008173	2016.9.8
1390	优资莱绿茶籽补水调养液	浙 G 妆网备字 2016008170	2016.9.8
1391	优资莱绿茶籽补水凝润霜	浙 G 妆网备字 2016008167	2016.9.8
1392	优资莱绿茶籽补水洁面泡泡	浙 G 妆网备字 2016008166	2016.9.8
1393	优资莱绿茶籽爆水精华乳	浙 G 妆网备字 2016008156	2016.9.8
1394	优资莱白茶素颜霜	浙 G 妆网备字 2016008539	2016.9.23
1395	优资莱安吉白茶茶养透亮面膜	浙 G 妆网备字 2016010080	2016.11.4
1396	优资莱龙井绿茶茶养水润面膜	浙 G 妆网备字 2016010079	2016.11.4
1397	优资莱祁门红茶茶养弹润面膜	浙 G 妆网备字 2016010078	2016.11.4
1398	优资莱薰衣草茶茶养舒缓面膜	浙 G 妆网备字 2016010076	2016.11.4
1399	优资莱绿茶籽精华滋养面膜	浙 G 妆网备字 2016011184	2016.12.8
1400	优资莱红茶酵素紧致奢华面膜	浙 G 妆网备字 2016011181	2016.12.8
1401	猫语玫瑰粉色精灵温和眼唇卸妆液	浙 G 妆网备字 2016005777	2016.07.05
1402	猫语玫瑰甜蜜轻吻倍效润唇啫喱	浙 G 妆网备字 2016005851	2016.07.07
1403	猫语玫瑰小懒猫高机能沁肤凝露	浙 G 妆网备字 2016007017	2016.08.05
1404	猫语玫瑰怦然心动气垫唇膏 1#玩色芭比	浙 G 妆网备字 2016007482	2016.08.19
1405	猫语玫瑰怦然心动气垫唇膏 2#印记朱砂	浙 G 妆网备字 2016007475	2016.08.19
1406	猫语玫瑰怦然心动气垫唇膏 3#不羁蔷薇	浙 G 妆网备字 2016007473	2016.08.19
1407	猫语玫瑰小懒猫双效立体塑型眉笔 1#卡布基诺	浙 G 妆网备字 2016007615	2016.08.23
1408	猫语玫瑰小懒猫双效立体塑型眉笔 2#摩卡	浙 G 妆网备字 2016007612	2016.08.23
1409	猫语玫瑰爱情橡皮擦遮瑕笔	浙 G 妆网备字 2016007693	2016.08.23
1410	猫语玫瑰魔力呼吸泡泡竹炭面膜	浙 G 妆网备字 2016009334	2016.10.18
1411	猫语玫瑰水漾萌动补水保湿面膜	浙 G 妆网备字 2016009333	2016.10.18
1412	猫语玫瑰水漾萌动清澈透亮面膜	浙 G 妆网备字 2016009332	2016.10.18
1413	猫语玫瑰小懒猫心机素颜霜	浙 G 妆网备字 2016010878	2016.11.30

序号	产品名称	备案号	备案日期
1414	猫语玫瑰小懒猫空气感气垫粉底 1#清新瓷白	浙 G 妆网备字 2016011257	2016.12.09
1415	猫语玫瑰小懒猫空气感气垫粉底 2#恋爱浅米	浙 G 妆网备字 2016011256	2016.12.09
1416	悦芙媿海膜力沁颜保湿面膜	浙 G 妆网备字 2016011452	2016.12.15
1417	悦芙媿女演员魅惑娇娃液体眼影-001	浙 G 妆网备字 2016006971	2016.08.05
1418	悦芙媿女演员魅惑娇娃液体眼影-002	浙 G 妆网备字 2016006969	2016.08.05
1419	悦芙媿女演员魅惑娇娃液体眼影-003	浙 G 妆网备字 2016006966	2016.08.05
1420	悦芙媿女演员魅惑娇娃液体眼影-004	浙 G 妆网备字 2016006964	2016.08.05
1421	悦芙媿女演员魅惑娇娃液体眼影-005	浙 G 妆网备字 2016006962	2016.08.05
1422	悦芙媿糖果冻柔光唇膏-001	浙 G 妆网备字 2016006961	2016.08.05
1423	悦芙媿糖果冻柔光唇膏-002	浙 G 妆网备字 2016006960	2016.08.05
1424	悦芙媿糖果冻柔光唇膏-003	浙 G 妆网备字 2016006959	2016.08.05
1425	悦芙媿糖果冻柔光唇膏-004	浙 G 妆网备字 2016006958	2016.08.05
1426	悦芙媿糖果冻柔光唇膏-005	浙 G 妆网备字 2016006957	2016.08.05
1427	悦芙媿糖果冻柔光唇膏-006	浙 G 妆网备字 2016006956	2016.08.05
1428	悦芙媿糖果冻柔光唇膏-007	浙 G 妆网备字 2016006955	2016.08.05
1429	悦芙媿糖果冻柔光唇膏-008	浙 G 妆网备字 2016006953	2016.08.05
1430	悦芙媿糖果冻柔光唇膏-009	浙 G 妆网备字 2016006952	2016.08.05
1431	悦芙媿糖果冻柔光唇膏-010	浙 G 妆网备字 2016006946	2016.08.05
1432	悦芙媿魔力盐水油平衡身体乳	浙 G 妆网备字 2016006404	2016.07.19
1433	珀莱雅芯肌晶采洁面乳	浙 G 妆网备字 2017000019	2017.01.05
1434	珀莱雅冰山水晒后修护沁透冰膜	浙 G 妆网备字 2017000622	2017.01.23
1435	珀莱雅晶采奇幻素颜气质霜	浙 G 妆网备字 2017000699	2017.01.25
1436	珀莱雅净透细肤深海泥膜	浙 G 妆网备字 2017000990	2017.02.17
1437	珀莱雅白珊瑚赋活亮妍芯能量面膜	浙 G 妆网备字 2017001040	2017.02.17
1438	珀莱雅红珊瑚赋活新生芯能量面膜	浙 G 妆网备字 2017001141	2017.02.23
1439	珀莱雅滨海腊菊悦活弹润亲肤面膜	浙 G 妆网备字 2017000988	2017.02.17
1440	珀莱雅海水仙亮采弹润亲肤面膜	浙 G 妆网备字 2017000987	2017.02.17
1441	珀莱雅净活润养沐浴乳	浙 G 妆网备字 2017004015	2017.05.16
1442	珀莱雅净活柔护洗发露	浙 G 妆网备字 2017004012	2017.05.16

序号	产品名称	备案号	备案日期
1443	珀莱雅肌源紧塑夜养面膜	浙 G 妆网备字 2017005309	2017.06.16
1444	珀莱雅透润肌活藻睡面膜	浙 G 妆网备字 2017005308	2017.06.16
1445	韩雅莹润致净卸妆膏	浙 G 妆网备字 2017000334	2017.1.18
1446	韩雅控油补水安瓶面膜	浙 G 妆网备字 2017000620	2017.1.23
1447	韩雅保湿补水安瓶面膜	浙 G 妆网备字 2017000623	2017.1.23
1448	韩雅神经酰胺舒缓高保湿面贴膜	浙 G 妆网备字 2017002529	2017.4.07
1449	韩雅神经酰胺舒缓高保湿水	浙 G 妆网备字 2017001735	2017.3.16
1450	韩雅神经酰胺舒缓高保湿乳	浙 G 妆网备字 2017001749	2017.3.16
1451	韩雅神经酰胺舒缓高保湿霜	浙 G 妆网备字 2017001744	2017.3.26
1452	韩雅神经酰胺舒缓高保湿洁面乳	浙 G 妆网备字 2017001738	2017.3.16
1453	韩雅玫瑰精油保湿定妆喷雾	浙 G 妆网备字 2017003641	2017.5.09
1454	韩雅御致玉养水合洁面乳	浙 G 妆网备字 2017005846	2017.06.26
1455	优资莱绿茶补水冰雾	浙 G 妆网备字 2017001156	2017.2.23
1456	优资莱水仙茶快补水原液	浙 G 妆网备字 2017001151	2017.2.23
1457	优资莱水仙茶快补水乳	浙 G 妆网备字 2017001131	2017.2.23
1458	优资莱水仙茶快补水霜	浙 G 妆网备字 2017001154	2017.2.23
1459	优资莱水仙茶快补水精华液	浙 G 妆网备字 2017001125	2017.2.23
1460	优资莱水仙茶快补水洁面乳	浙 G 妆网备字 2017001136	2017.2.23
1461	优资莱绿水光 BB 霜	浙 G 妆网备字 2017001365	2017.3.6
1462	优资莱黑茶男士控油抗痘洁面膏	浙 G 妆网备字 2017001357	2017.3.6
1463	优资莱绿茶籽弹润 BB 霜	浙 G 妆网备字 2017002576	2017.4.10
1464	优资莱白茶光感无瑕气垫 CC 霜	浙 G 妆网备字 2017002574	2017.4.10
1465	优资莱玫瑰花茶素颜 BB 霜	浙 G 妆网备字 2017004318	2017.5.24
1466	悠雅红唇魅惑唇膏	浙 G 妆网备字 2017001148	2017.2.23
1467	悠雅魅惑三色渐变唇膏	浙 G 妆网备字 2017001144	2017.2.23
1468	悦芙媿冰黑泥飞尘泡沫卸妆油	浙 G 妆网备字 2017005938	2017.06.26
1469	悦芙媿神秘沙龙轻柔缤纷卸甲巾（奇异果）	浙 G 妆网备字 2017003204	2017.04.28
1470	悦芙媿神秘沙龙轻柔缤纷卸甲巾（凤梨）	浙 G 妆网备字 2017003206	2017.04.28
1471	悦芙媿神秘沙龙轻柔缤纷卸甲巾（草	浙 G 妆网备字 2017003208	2017.04.28

序号	产品名称	备案号	备案日期
	莓)		
1472	悦芙媿黑能量净化面膜 (亮颜黑加仑)	浙 G 妆网备字 2017002738	2017.04.13
1473	悦芙媿黑能量净化面膜 (弹力黑莓)	浙 G 妆网备字 2017002735	2017.04.13
1474	悦芙媿黑能量净化面膜 (控油黑茶)	浙 G 妆网备字 2017002747	2017.04.13
1475	悦芙媿黑能量净化面膜 (清衡黑豆)	浙 G 妆网备字 2017002741	2017.04.13
1476	悦芙媿黑能量净化面膜 (水库墨菊)	浙 G 妆网备字 2017002743	2017.04.13
1477	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-688	浙 G 妆网备字 2017002122	2017.03.28
1478	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-689	浙 G 妆网备字 2017002126	2017.03.28
1479	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-012	浙 G 妆网备字 2017002140	2017.03.28
1480	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-731	浙 G 妆网备字 2017002141	2017.03.28
1481	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-732	浙 G 妆网备字 2017002143	2017.03.28
1482	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-219	浙 G 妆网备字 2017002144	2017.03.28
1483	悦芙媿神秘沙龙焕采指甲油-125	浙 G 妆网备字 2017002137	2017.03.28
1484	悦芙媿神秘沙龙焕采指甲油-124	浙 G 妆网备字 2017002138	2017.03.28
1485	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-220	浙 G 妆网备字 2017002145	2017.03.28
1486	悦芙媿神秘沙龙定制指甲油-221	浙 G 妆网备字 2017002146	2017.03.28
1487	悦芙媿三分钟快捷面膜 (光滑肌)	浙 G 妆网备字 2017002082	2017.03.24
1488	悦芙媿三分钟快捷面膜 (深补水)	浙 G 妆网备字 2017002083	2017.03.24
1489	悦芙媿圣诞莓焕亮滤颜素颜霜	浙 G 妆网备字 2017001159	2017.06.12
1490	悦芙媿圣诞莓焕亮洁面乳	浙 G 妆网备字 2017001081	2017.02.21
1491	悦芙媿丝印雾感唇膏 008	浙 G 妆网备字 2017000965	2017.02.16
1492	悦芙媿沁亲薄气垫粉凝霜-02 自然色	浙 G 妆网备字 2017000954	2017.02.15
1493	悦芙媿沁亲薄气垫粉凝霜-01 晶瓷色	浙 G 妆网备字 2017000956	2017.02.15
1494	悦芙媿牛奶泡沫洁面乳 (香蕉)	浙 G 妆网备字 2017000930	2017.02.15
1495	悦芙媿丝印雾感唇膏 007	浙 G 妆网备字 2017000931	2017.02.15
1496	悦芙媿丝印雾感唇膏 006	浙 G 妆网备字 2017000935	2017.02.15
1497	悦芙媿丝印雾感唇膏 005	浙 G 妆网备字 2017000939	2017.02.15
1498	悦芙媿丝印雾感唇膏 004	浙 G 妆网备字 2017000944	2017.02.15
1499	悦芙媿丝印雾感唇膏 003	浙 G 妆网备字 2017000946	2017.02.15
1500	悦芙媿丝印雾感唇膏 002	浙 G 妆网备字 2017000948	2017.02.15
1501	悦芙媿丝印雾感唇膏 001	浙 G 妆网备字 2017000950	2017.02.15

序号	产品名称	备案号	备案日期
1502	悦芙媿沁亲薄气垫粉凝霜 03 玫采色	浙 G 妆网备字 2017000952	2017.02.15
1503	悦芙媿牛奶泡沫洁面乳（纯奶）	浙 G 妆网备字 2017000862	2017.02.13