本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有业绩不稳定、经营风险高、退市风险大等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

御家汇股份有限公司

（湖南省长沙高新开发区岳麓西大道 **588** 号芯城科技园 **9** 栋）

首次公开发行股票
并在创业板上市招股说明书

保荐机构（主承销商）

华泰联合证券有限责任公司
HUATAI UNITED SECURITIES CO., LTD

（深圳市福田区深南大道 **4011** 号香港中旅大厦）

发行概况

发行股票类型	境内上市人民币普通股（A 股）
发行股数	本次拟公开发行新股不超过 4,000 万股，公司股东不公开发售股份，公开发行的股份不低于本次发行后总股本的 25%
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	21.23 元
发行后总股本	不超过 16,000 万股
预计发行日期	2018 年 1 月 30 日
拟上市的证券交易所	深圳证券交易所
保荐机构（主承销商）	华泰联合证券有限责任公司
招股说明书签署日期	2018 年 1 月 29 日

声明

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

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐机构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。

证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给他人造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

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

中国证监会对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对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；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

重大事项提示

本公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书“第四节 风险因素”章节的全部内容，并特别关注以下重要事项。

一、发行前股东自愿锁定股份的承诺及持股意向

（一）全体股东、持股董事、监事、高级管理人员股份锁定承诺

1、发行人实际控制人、董事长、总经理戴跃锋承诺：

自御家汇公开发行股票并上市之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的御家汇公开发行股票前已发行的股份，也不由御家汇回购该部分股份。作为御家汇的董事、高级管理人员，本人承诺除前述锁定期外，在御家汇任职期间每年转让的股份不得超过转让时所直接或间接持有御家汇股份总数的25%；离职后半年内，不转让本人所直接或间接持有的御家汇股份。若本人在御家汇股票在深圳证券交易所上市之日起六个月内（含第六个月）申报离职的，自申报离职之日起十八个月内不转让本人直接或间接持有的御家汇股份；若本人在御家汇股票在深圳证券交易所上市之日起第七个月至第十二个月之间（含第七个月、第十二个月）申报离职的，自申报离职之日起十二个月内不转让本人直接或间接持有的御家汇股份。若本人在锁定期满后两年内减持的，减持价格将不低于公司股票首次公开发行价格（若发生除权、除息事项的，减持价格作相应调整）；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公司首次公开发行股票时的发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于公司首次公开发行股票时的发行价，则本人持有的御家汇首次公开发行股票之前已发行的股份锁定期限自动延长6个月。若公司股票在此期间发生除权、除息的，发行价格将作相应调整。本人职务变更、离职等原因不影响本承诺的效力，在此期间本人仍将继续履行上述承诺。

2、发行人股东御家投资、汀汀咨询承诺：

自御家汇公开发行股票并上市之日起三十六个月内，本公司/本企业不转让或者委托他人管理本公司/本企业直接或间接持有的御家汇公开发行股票前已发

行的股份，也不由御家汇回购该部分股份。若本公司/本企业在锁定期满后两年内减持的，减持价格将不低于公司股票首次公开发行价格（若发生除权、除息事项的，减持价格作相应调整）；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公司首次公开发行股票时的发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于公司首次公开发行股票时的发行价，则本公司/本企业持有的御家汇首次公开发行股票之前已发行的股份锁定期限自动延长 6 个月。若公司股票在此期间发生除权、除息的，发行价格将作相应调整。

3、发行人股东、董事、监事、高级管理人员张虎儿、朱珊、何广文、陈喆、赵成梁、旷毅、吴小瑾、晏德军承诺：

自御家汇公开发行股票并上市之日起十二个月内不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的御家汇在本次公开发行前已发行的股份，也不由御家汇回购该部分的股份。作为御家汇的董事、监事、高级管理人员，本人承诺除前述锁定期外，在御家汇任职期间每年转让的股份不得超过转让时所直接或间接持有御家汇股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人所直接或间接持有的御家汇股份。若本人在御家汇股票在深圳证券交易所上市之日起六个月内（含第六个月）申报离职的，自申报离职之日起十八个月内不转让本人直接或间接持有的御家汇股份；若本人在御家汇股票在深圳证券交易所上市之日起第七个月至第十二个月之间（含第七个月、第十二个月）申报离职的，自申报离职之日起十二个月内不转让本人直接或间接持有的御家汇股份。若本人在锁定期满后两年内减持的，减持价格将不低于公司股票首次公开发行价格（若发生除权、除息事项的，减持价格作相应调整）；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公司首次公开发行股票时的发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于公司首次公开发行股票时的发行价，则本人间接持有的御家汇首次公开发行股票之前已发行的股份锁定期限自动延长 6 个月。若公司股票在此期间发生除权、除息的，发行价格将作相应调整。本人职务变更、离职等原因不影响本承诺的效力，在此期间本人仍将继续履行上述承诺。

4、发行人股东深创投、红土创投、顺为资本、前海投资、御投投资、御投贰号、御投叁号、方骅、黄锦峰、刘海浪、刘璐、王安全、王思妮、袁昭玲承诺：

自御家汇公开发行股票并上市之日起十二个月内，本人/本公司/本企业不转让或者委托他人管理本人/本公司/本企业直接或间接持有的御家汇公开发行股票前已发行的股份，也不由御家汇回购该部分股份。

5、发行人股东戴开波、王歧钊承诺：

自御家汇公开发行股票并上市之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的御家汇公开发行股票前已发行的股份，也不由御家汇回购该部分股份。

（二）公开发行前股东关于减持意向的承诺

1、发行人股东戴跃锋、御家投资、汀汀咨询承诺：

本人/本公司/本企业拟长期持有公司股票。如果在锁定期满后，本人/本公司/本企业拟减持股票的，将认真遵守中国证监会、证券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。

本人/本公司/本企业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。

本人/本公司/本企业减持公司股份前，应提前 5 个交易日向公司提交减持原因、减持数量、未来减持计划、减持对公司治理结构及持续经营影响的说明，并提前 3 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/本公司/本企业及一致行动人持有公司股份低于 5%以下时除外）。

如果本人/本公司/本企业所持御家汇首次公开发行股票之前已发行的股份在锁定期满后两年内减持的，本人/本公司/本企业减持价格将不低于御家汇首次公开发行股票的发行价。

本人/本公司/本企业承诺及时向御家汇申报本人/本公司/本企业持有的股份数量及变动情况。如中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所等对上述股份的上市流通有新的规定，本人/本公司/本企业承诺按新规定执行。

2、发行人股东深创投、红土创投、御投投资承诺：

本人/本公司/本企业减持御家汇股份前，应提前5个交易日向公司提交减持原因、减持数量、未来减持计划、减持对公司治理结构及持续经营影响的说明，并提前3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/本公司/本企业及一致行动人持有御家汇股份合计低于5%以下时除外）。

锁定期满后，本人/本公司/本企业减持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；减持股份的价格根据当时的二级市场价格确定，并应符合相关法律、法规及证券交易所规则的要求。

本人/本公司/本企业承诺及时向御家汇申报本公司持有的股份数量及变动情况。如中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所等对上述股份的上市流通有新的规定，本人/本公司/本企业承诺按新规定执行。

3、发行人股东张虎儿、朱珊、何广文、陈喆、吴小瑾、晏德军、旷毅、赵成梁承诺：

锁定期（包括延长的锁定期限）届满后，若需减持的，减持价格将不低于发行价。本人承诺及时向御家汇申报本人持有的股份数量及变动情况。如中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所等对上述股份的上市流通有新的规定，本人承诺按新规定执行。

4、发行人股东顺为资本、前海投资、御投贰号、御投叁号、方骅、黄锦峰、戴开波、刘璐、王安全、王歧钊、王思妮承诺：

本人/本公司/本企业承诺及时向御家汇申报本人/本公司/本企业持有的股份数量及变动情况。如中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所等对上述股份的上市流通有新的规定，本人/本公司/本企业承诺按新规定执行。

5、发行人股东刘海浪、袁昭玲承诺：

本人减持御家汇股份前，应提前 15 个交易日向御家汇提交减持原因、减持数量、未来减持计划、减持对公司治理结构及持续经营影响的说明，并提前 15

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（袁昭玲与刘海浪持有御家汇股份合计低于 5%以下时除外）。

锁定期满后，本人减持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；减持股份的价格根据当时的二级市场价格确定，并应符合相关法律、法规及证券交易所规则的要求。

本人承诺及时向御家汇申报本人持有的股份数量及变动情况。如中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所等对上述股份的上市流通问题有新的规定，本人承诺按新规定执行。

（三）未履行承诺的约束措施

上述股东承诺：若本人/本公司/本企业违反股份锁定的有关承诺转让御家汇股份，则本人/本公司/本企业违反承诺转让御家汇股份所得收益归御家汇所有；如果本人/本公司/本企业未将前述转让收益交给御家汇，则御家汇有权冻结本人/本公司/本企业持有的御家汇剩余股份，且可将应付本人/本公司/本企业的现金分红扣留，用于抵作本人/本公司/本企业应交给御家汇的转让股份收益，直至本人/本公司/本企业完全履行有关责任。

二、关于上市后三年内稳定股价预案及相关约束措施

（一）启动和停止股价稳定措施的条件

启动条件：公司首次公开发行人民币普通股（A 股）并在深圳证券交易所创业板上市（下称“本次发行”）后三年内，当公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于公司上一个会计年度末经审计的每股净资产，则公司应当按照下述规则启动稳定股价措施（第 20 个交易日构成“触发稳定股价措施日”）。

停止条件：在以下稳定股价具体方案的实施期间内，如公司股票连续 20 个交易日收盘价均高于公司上一个会计年度末经审计的每股净资产时，或者相关增持或者回购资金使用完毕，将停止实施股价稳定措施。

（二）公司关于稳定股价的具体措施

当触发股价稳定措施的启动条件时，在确保公司股权分布符合上市条件以及不影响公司正常生产经营的前提下，公司应依照法律、法规、规范性文件、公司章程及公司内部治理制度的规定，及时履行相关法定程序后，向社会公众股东回购股份。

公司应在触发稳定股价措施日起 10 个交易日内召开董事会审议公司回购股份的议案，并在董事会做出决议后的 2 个交易日内公告董事会决议、有关议案及召开股东大会的通知。回购股份的议案应包括回购股份的价格或价格区间、定价原则，拟回购股份的种类、数量及占总股本的比例，回购股份的期限以及届时有效的法律、法规、规范性文件规定应包含的其他信息。公司股东大会对回购股份的议案做出决议，须经出席股东大会的股东所持表决权三分之二以上通过，公司控股股东承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。公司应在股东大会审议通过该等方案后的 5 个交易日内启动稳定股价具体方案的实施。

公司为稳定股价之目的通过回购股份议案的，回购公司股份的数量或金额应当符合以下条件：

1、单次用于回购股份的资金金额不低于上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 10%，但不高于上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 20%；

2、同一会计年度内用于稳定股价的回购资金合计不超过上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 50%。

超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，公司将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

（三）控股股东、实际控制人关于稳定股价的具体措施

御家投资作为公司的控股股东、戴跃锋作为公司的实际控制人，根据中国证监会《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》等法律法规的要求，就御家汇申请首次公开发行股票并上市后三年内公司股价稳定的相关事项承诺：

当触发股价稳定措施的启动条件时，在确保公司股权分布符合上市条件的前提下，公司控股股东、实际控制人应依照法律、法规、规范性文件和公司章程的规定，积极配合并按照要求制定、实施稳定股价措施。

控股股东、实际控制人应在触发稳定股价措施日起 10 个交易日内，就其是否有增持公司股份的具体计划书面通知公司并由公司公告。如有具体计划，应包括增持股份的价格或价格区间、定价原则，拟增持股份的种类、数量及占总股本的比例，增持股份的期限以及届时有效的法律、法规、规范性文件规定应包含的其他信息。控股股东、实际控制人应在稳定股价方案公告后的 5 个交易日内启动稳定股价具体方案的实施。

公司控股股东、实际控制人为稳定股价之目的增持公司股份的，增持公司股份的数量或金额应当符合以下条件：

自上述股价稳定措施启动条件成就之日起一个会计年度内，控股股东、实际控制人增持公司股票的金额不低于其上一年度自发行人处取得的现金分红金额，但增持股份数量不超过发行人股份总数的 2%。

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，其将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

（四）董事（独立董事除外，下同）、高级管理人员关于稳定股价的具体措施

当触发股价稳定措施的启动条件时，在确保公司股权分布符合上市条件的前提下，在公司领取薪酬的董事（独立董事除外，下同）、高级管理人员应依照法

律、法规、规范性文件和公司章程的规定，积极配合并按照要求制定、实施稳定股价措施。

上述负有增持义务的董事、高级管理人员应在触发稳定股价措施日起 10 个交易日内，就其是否有增持公司股份的具体计划书面通知公司并由公司公告。如有具体计划，应包括增持股份的价格或价格区间、定价原则，拟增持股份的种类、数量及占总股本的比例，增持股份的期限以及届时有效的法律、法规、规范性文件规定应包含的其他信息。该等董事、高级管理人员应在稳定股价方案公告后的 5 个交易日内启动稳定股价具体方案的实施。

上述负有增持义务的董事、高级管理人员为稳定股价之目的增持公司股份的，增持公司股份的数量或金额应当符合以下条件：

自上述股价稳定措施启动条件成就之日起一个会计年度内，在公司任职并领取薪酬的董事（不包括独立董事）、高级管理人员增持公司股票的金额不低于其上年度从发行人处领取的现金分红（如有）、薪酬和津贴合计金额的 30%，但增持股份数量不超过发行人股份总数的 1%。

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，其将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

在本预案有效期内，新聘任的符合上述条件的董事和高级管理人员应当遵守本预案关于公司董事、高级管理人员的义务及责任的规定。公司及公司控股股东、现有董事、高级管理人员应当促成新聘任的该等董事、高级管理人员遵守本预案，并在其获得书面提名前签署相关承诺。

（五）其他稳定股价的措施

根据届时有效的法律、法规、规范性文件和公司章程的规定，在履行相关法定程序后，公司及有关方可以采用法律、行政法规、规范性文件规定以及中国证监会认可的其他稳定股价的措施。

（六）稳定股价措施的其他相关事项

1、除因继承、被强制执行或公司重组等情形必须转股或触发上述股价稳定措施的启动条件外，在股东大会审议稳定股价具体方案及方案实施期间，上述有增持义务的人员不转让其持有的公司股份；除经股东大会非关联股东同意外，不由公司回购其持有的股份。

2、触发股价稳定措施的启动条件时公司的控股股东、上述负有增持义务的董事（独立董事除外）、高级管理人员，不因在稳定股价具体方案实施期间内不再作为控股股东和/或职务变更、离职等情形（因任期届满未连选连任或被调职等非主观原因除外）而拒绝实施上述稳定股价的措施。

（七）相关约束措施

1、公司未履行稳定股价承诺的约束措施

如公司未能履行或未按期履行稳定股价承诺，需在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明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。

2、控股股东、实际控制人未履行稳定股价承诺的约束措施

如控股股东、实际控制人未能履行或未按期履行稳定股价承诺，需在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明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，应同意在履行完毕相关承诺前暂不领取公司分配利润中归属于控股股东、实际控制人的部分，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失；如因不可抗力导致，尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护投资者利益。

3、董事、高级管理人员未履行稳定股价承诺的约束措施

如上述负有增持义务的董事、高级管理人员未能履行或未按期履行稳定股价承诺，需在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明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，应调减或停发薪酬或津贴，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失；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，尽可能地保护投资者利益。

三、关于依法承担赔偿或者补偿责任的承诺及相关约束措施

（一）发行人关于依法承担赔偿或者补偿责任的承诺及其相关约束措施

1、公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本公司对公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书的真实性、准确性、完整性和及时性承担个别和连带的法律责任。

2、如公司招股说明书被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，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，公司将在相关监管机构作出上述认定之日起 3 个月内启动回购程序，公告回购股份的计划，依法回购首次公开发行的全部新股。如公司股票未上市的，回购价格为投资者所缴股款及按银行同期活期存款利率计算的利息之和；如公司股票已上市的，回购价格为投资者所缴股款及按银行同期活期存款利率计算的利息之和与回购日前 30 个交易日该种股票每日加权平均价的算术平均值孰高者。如果因公司发生权益分派、公积金转增股本、配股等原因导致公司股份变化的，回购数量将相应调整。

3、如公司招股说明书被相关监管机构认定存在虚假记载、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，公司将依法赔偿投资者损失：

（1）在相关监管机构认定公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之日起 3 个月内，公司应启动赔偿投资者损失的相关工作；

（2）投资者损失以投资者举证证实的实际发生的直接损失为限，不包括间接损失。

4、未履行承诺的约束措施

公司将严格履行本公司就首次公开发行股票并上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

（1）如公司非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项或者履行承诺不利于维护公司股东权益的，公司应提出用新承诺替代原有承诺或者提出豁免履行承诺义务。上述变更方案应提交股东大会审议，公司将向股东提供网络投票方式，并将督促承诺事项涉及的股东回避表决。如涉及提出新的承诺事项替代原有承诺事项的，相关承诺需符合届时的法律、法规及公司章程的规定，且公司承诺接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

①将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

②对公司该等未履行承诺的行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员调减或停发薪酬或津贴（如该等人员在公司领薪）；

③不得批准未履行承诺的董事、监事、高级管理人员的主动离职申请，但可以进行职务变更；

④给投资者造成损失的，公司将向投资者依法承担赔偿责任；

⑤按照法律、法规及相关监管机构的要求承担相应的责任。

（2）如公司因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项或者未能按期履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需符合法律、法规、公司章程的规定并履行相关审批程序）并将接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

①将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

②将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。

（二）发行人控股股东、实际控制人关于依法承担赔偿或者补偿责任的承诺

1、公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本公司/本人对公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书的真实性、准确性、完整性和及时性承担个别和连带的法律责任。

2、如果御家汇首次公开发行股票的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断御家汇是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司/本人将按法定程序督促御家汇依法回购首次公开发行的全部新股；并且，本公司/本人将依法购回本公司/本人在御家汇首次公开发行股票时公开发售的股份及已转让的原限售股份。

在中国证监会认定存在上述情形后 3 个月内，本公司/本人将启动股份购回措施，发出购回要约。如公司股票未上市的，回购价格为投资者所缴股款及按银行同期活期存款利率计算的利息之和；如公司股票已上市的，回购价格为投资者所缴股款及按银行同期活期存款利率计算的利息之和与回购日前 30 个交易日该种股票每日加权平均价的算术平均值孰高者。如果因公司发生权益分派、公积金转增股本、配股等原因导致公司股份变化的，回购数量将相应调整。

3、御家汇首次公开发行股票的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司/本人将依法赔偿投资者损失，但本公司/本人能够证明自己没有过错的除外。

在中国证监会认定存在上述情形后 3 个月内，本公司/本人将向遭受损失的投资者支付现金赔偿，投资者损失以投资者举证证实的实际发生的直接损失为限，不包括间接损失。

4、未履行承诺的约束措施

如本公司/本人违反关于购回股份、赔偿投资者损失的承诺，且未采取有效补救措施或履行赔偿责任，则御家汇有权冻结本公司/本人持有的御家汇股份，

且可将应付本公司/本人的现金分红扣留，用于本公司/本人履行有关补偿或赔偿责任，直至本公司/本人完全履行有关责任。

本人不因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。

（三）发行人董事、监事、高级管理人员关于依法承担赔偿或者补偿责任的承诺

1、公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本人对公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书的真实性、准确性、完整性和及时性承担个别和连带的法律责任。

2、公司首次公开发行股票招股说明书如有虚假记载、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，但本人能够证明自己没有过错的除外。

在中国证监会认定存在上述情形后 3 个月内，本人将向遭受损失的投资者支付现金赔偿，投资者损失以投资者举证证实的实际发生的直接损失为限，不包括间接损失。

3、未履行承诺的约束措施

在本人未采取有效补救措施或履行赔偿责任之前，御家汇有权将应付本人的薪酬或津贴扣留，用于赔偿投资者，直至本人完全履行有关责任。

本人不因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。

（四）证券服务机构关于依法承担赔偿或者补偿责任的承诺

1、华泰联合证券有限责任公司承诺：本公司严格履行法定职责，遵守业务规则和行业规范，对发行人的申请文件和信息披露资料进行审慎核查，督导发行人规范运行，对其他中介机构出具的专业意见进行核查，对发行人是否具备持续盈利能力、是否符合法定发行条件做出专业判断，确保发行人的申请文件和招股说明书等信息披露资料真实、准确、完整、及时。本公司为发行人本次发行制作、

出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将先行赔偿投资者损失。

2、发行人律师湖南启元律师事务所承诺：本所为本次发行制作、出具的申请文件真实、准确、完整、及时，无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；若因本所未能勤勉尽责，为本次发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

3、审计机构、验资机构、验资复核机构天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：本所为本次发行制作、出具的申请文件真实、准确、完整、及时，无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；若因本所未能勤勉尽责，为本次发行制作、出具的申请文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

4、评估机构沃克森（北京）国际资产评估有限公司承诺：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；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，将依法赔偿投资者损失。

四、发行人成长性风险

报告期内，发行人主营业务收入分别为 76,625.84 万元和 116,915.37 万元和 164,008.48 万元，呈现较好的成长性趋势。但鉴于公司经营过程中行业环境、市场竞争格局、产品生命周期以及公司竞争优势等因素的变化均会影响公司的发展速度和质量，如果上述因素的变化出现不利于公司未来发展的情况，则公司未来可能存在成长性不足的风险。

五、利润分配原则

（一）发行前公司滚存未分配利润的安排

根据公司 2016 年年度股东大会决议，首次公开发行股票前的滚存未分配利润由发行后的新老股东按其持股比例共享。

（二）关于公司上市后的利润分配政策

公司 2016 年年度股东大会审议通过了上市后适用的《公司章程（草案）》和《上市后未来三年股东分红回报规划》，关于股利分配政策的主要内容如下：

1、利润分配方式、比例及时间间隔

（1）公司的股利分配的形式主要包括现金、股票以及现金与股票相结合三种。

（2）公司一般进行年度分红，董事会也可以根据公司的资金需求状况提议进行中期现金分红。

（3）公司现金分红的具体条件和比例：公司当年实现盈利，在依法提取法定公积金、盈余公积金后，如无重大投资计划或重大现金支出，每年度现金分红金额不低于当年实现的可供分配利润（不含年初未分配利润）的 10%；公司上市后未来三年公司以现金方式累计分配的利润不少于上市后最近三年实现的年均可供分配利润的 30%。

上一款所指重大投资计划或重大现金支出指以下情形之一：A、公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 10%，且超过 2,000 万元；B、公司未来十二个月拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 5%，且超过 3,000 万元。

（4）如果公司当年现金分红的利润已超过当年实现的可供分配利润的 20%或在利润分配方案中拟通过现金方式分配的利润超过当年实现的可供分配利润的 20%，对于超过当年实现的可供分配利润的 20%的部分，公司可以采取股票方式进行利润分配。

（5）公司董事会将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，并按照相关程序，提出差异化的现金分红政策：

A、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%。

B、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%。

C、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%。

2、利润分配的决策程序和机制

（1）公司的利润分配方案由公司董事会根据法律法规及规范性文件的规定，结合公司盈利情况、资金需求及股东回报规划，制定利润分配方案并对利润分配方案的合理性进行充分讨论，独立董事发表独立意见，形成专项决议后提交股东大会审议。

（2）公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表独立意见。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。

（3）公司董事会在有关利润分配方案的决策和论证过程中，可以通过电话、传真、信函、电子邮件、公司网站上的投资者关系互动平台等方式，与中小股东进行沟通和交流，充分听取其意见和诉求，及时答复其关心的问题。

3、利润分配政策的调整

（1）公司至少每三年重新审阅一次《未来三年股东回报规划》，并通过多种渠道充分考虑和听取股东（特别是中小股东）、独立董事和监事的意见，对公司正在实施的股利分配政策作出适当调整，以确定该时段的股东回报规划。

（2）公司年度盈利但未提出现金利润分配预案的，公司董事会应在定期报告中披露不实施利润分配或利润分配的方案中不含现金分配方式的理由以及留存资金的具体用途，公司独立董事应对此发表独立意见。

（3）因国家法律法规和证券监管部门对上市公司的分红政策颁布新的规定或现行利润分配政策确实与公司生产经营情况、投资规划和长期发展目标不符的，可以调整利润分配政策。调整利润分配政策的提案中应详细说明调整利润分配政策的原因，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和深圳证券交易所的有关规定。调整利润分配政策的相关议案由公司董事会提出，经公司监事会审议通过后提交公司股东大会审议批准。

（4）公司董事会对利润分配政策或其调整事项作出决议，必须经全体董事的过半数，且二分之一以上独立董事表决同意通过。独立董事应当对利润分配政策发表独立意见。

（5）公司监事会对利润分配政策或其调整事项作出决议，必须经全体监事的过半数通过。

（6）公司股东大会对利润分配政策或其调整事项作出决议，必须经出席会议的股东所持表决权过半数通过，如调整或变更公司章程（草案）及股东回报规划确定的现金分红政策的，应经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过。公司股东大会审议利润分配政策调整事项时，应当安排通过网络投票系统等方式为中小投资者参加股东大会提供便利。

六、填补被摊薄即期回报的措施及承诺

本次发行前公司总股本为 12,000 万股，本次公开发行新股的数量预计不超过 4,000 万股。本次发行后，公司股本及净资产均将大幅增加，但募集资金使用至产生效益需要一定时间，因此公司的每股收益和加权平均净资产收益率等指标在短期内可能出现一定程度的下降，存在投资者即期回报将被摊薄的风险。

为降低本次公开发行摊薄即期回报的影响，公司及其控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员在募集资金到位后承诺采取以下措施：

（一）发行人关于填补被摊薄即期回报的措施的承诺

为保证本次募集资金有效使用、有效防范股东即期回报被摊薄的风险并提高公司未来的回报能力，公司拟采取的具体措施包括：

1、积极推进实施公司发展战略，提升公司核心竞争力

公司以“让人类享受肌肤之美”为企业使命，致力于不断提升护肤品研发实力，根据市场趋势和客户需求不断创新产品配方和进行品牌升级。公司依靠强大的线上销售渠道，凭借着丰富的产品种类以及较强研发能力，为客户提供优质护肤产品，让消费者享受肌肤之美。

如果公司本次公开发行股票并上市获得批准，除了通过自身品牌扩张实现发展外，还将借助资本市场的力量，通过收购新品牌进行外延式发展，充分利用和整合优势资源，实现公司跨越性发展。

2、提高日常运营效率，降低公司运营成本，提升经营业绩

公司将持续推进内部流程再造和制度建设，不断丰富和完善公司业务发展模式，巩固和提升公司市场地位和竞争能力，提高公司盈利能力。另外，公司将加强日常经营管理和内部控制，不断完善法人治理结构，推进全面预算管理，加强投资管理，全面提升公司的日常经营效率，降低公司运营成本，提升经营业绩。

3、加快募投项目建设，强化募集资金管理，提高募集资金使用效率

公司本次发行股票募集资金投资项目符合国家产业政策和公司的发展战略，具有良好的市场前景。随着募投项目逐步投入，公司的盈利能力和经营业绩将会提升，有助于填补本次发行对股东即期回报的摊薄。公司将加快募集资金投资项目的建设速度，确保募投项目及早建成，增强以后年度的股东回报，降低本次发行导致的股东即期回报摊薄的风险。

公司已制定《募集资金管理办法》，募集资金到位后将存放于公司开设的专项账户中。公司将定期检查募集资金使用情况确保募集资金得到合法合规使用。公司将通过有效运用本次募集资金，改善融资结构，提升盈利水平，进一步加快项目效益的释放，增厚未来收益，增强可持续发展能力，以填补股东即期回报下降的影响。

4、完善利润分配政策，强化投资者回报机制

根据中国证监会《关于进一步落实上市公司分红相关规定的通知》（证监发【2012】37 号）、《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）等规定以及《上市公司章程指引》（2016 年修订）的精神，公司制定了《御家汇股份有限公司上市后未来三年股东分红回报规划》，并在《公司章程（草案）》对利润分配政策的条款进一步进行了修订，修订后的利润分配政策及分红回报规划明确了分红的比例、依据、条件、实施程序、调整事项等内容，并对合理性进行了分析。公司未来将严格执行相关规定，切实维护投资者合法权益，强化中小投资者权益保障机制。

上述填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证，投资者不应据此进行投资决策，特此提示。

（二）控股股东、实际控制人对公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

公司控股股东御家投资、实际控制人戴跃锋承诺：

本公司/本人作为公司的控股股东、实际控制人，就公司首次公开发行股票并上市的填补被摊薄即期回报的措施，对公司及其股东承诺：不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

本承诺出具后，如监管部门就填补回报措施及其承诺的相关规定作出其他要求的，且上述承诺不能满足监管部门的相关要求时，本公司/本人承诺届时将按照相关规定出具补充承诺。

（三）董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

公司全体董事、高级管理人员承诺：

1、不会无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送公司利益，也不采用其他方式损害公司利益。

2、对本人的职务消费行为进行约束。

3、不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动。

4、由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

5、如公司拟实施股权激励，本人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。

七、财务报告审计截止日后至本招股说明书签署日经营状况

（一）财务报告审计截止日后主要经营情况

财务报告审计基准日后，公司经营状况良好。公司经营模式、主要采购规模、主要业务的生产、销售规模及销售价格、主要客户及供应商的构成、主要核心业务人员、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面均未发生重大变化，整体经营情况良好。

（二）2018 年 1 季度预计经营业绩情况

公司预计 2018 年 1 季度营业收入约为 3.0-3.7 亿元，较上年同期增长约 12%-38%；预计扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润约为 2,550-2,800 万元，较上年同期增长约 5%-15%。前述 2018 年 1 季度财务数据仅为公司对业绩的展望，不构成盈利预测或承诺。

八、对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素及保荐机构对公司持续盈利能力的核查结论意见

对公司持续盈利能力可能产生重大不利影响的因素主要包括：行业竞争激烈的风险、电子商务增速下滑的风险、电子商务销售平台销售集中的风险、单一品牌销售集中的风险、经营业绩下滑的风险、存货余额较大的风险等，公司已在招股说明书“第四节 风险因素”中进行了分析并完整披露。

经核查，保荐机构认为：发行人具有持续盈利能力。

目录

声明 3
重大事项提示 4
一、发行前股东自愿锁定股份的承诺及持股意向 4
二、关于上市后三年内稳定股价预案及相关约束措施 8
三、关于依法承担赔偿或者补偿责任的承诺及相关约束措施 13
四、发行人成长性风险 17
五、利润分配原则 17
六、填补被摊薄即期回报的措施及承诺 20
七、财务报告审计截止日后至本招股说明书签署日经营状况 23
八、对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素及保荐机构对公司持续盈利能力的核查结论意见 23
第一节 释义 29
第二节 概览 33
一、发行人及其控股股东、实际控制人的简要情况 33
二、发行人主营业务概述 35
三、发行人的主要财务数据及主要财务指标 35
四、募集资金用途 37
第三节 本次发行概况 39
一、本次发行的基本情况 39
二、本次发行的有关当事人 40
三、发行人与中介机构关系的说明 42
四、有关本次发行的重要时间安排 42
第四节 风险因素 43
一、市场风险 43
二、经营风险 44
三、管理风险 46
四、财务风险 48
五、与本次发行相关的风险 48

第五节 发行人基本情况 50
一、发行人基本情况 50
二、设立及变更情况 50
三、发行人组织结构 58
四、发行人参控股公司情况 60
五、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 78
六、发行人股本情况 87
七、公司的股权激励及其他制度安排和执行情况 94
八、员工情况 97
九、发行人、发行人股东、实际控制人、发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及本次发行的中介机构作出的重要承诺、履行情况及约束措施 102
第六节 业务和技术 104
一、公司主营业务情况 104
二、所属行业基本情况 167
三、发行人在行业中的地位 187
四、发行人主要销售情况与主要客户 192
五、发行人主要采购情况和主要供应商 194
六、公司主要资产情况 197
七、公司生产许可情况及化妆品备案办理情况 209
八、本公司的技术研发情况 213
九、发行人境外生产经营情况 221
十、发行人未来发展与规划 222
第七节 同业竞争和关联交易 227
一、独立性 227
二、同业竞争 228
三、关联方、关联关系及关联交易情况 229
四、报告期内发行人关联交易程序执行情况及独立董事意见 240
第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理 242

一、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介 242
二、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的其他对外投资情况 248
三、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员及其近亲属持股情况 ...249
四、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况 250
五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与公司签署协议及协议履行情况.....252
六、董事、监事、高级管理人员最近两年变动情况 252
七、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及审计委员会等机构和人员的运行情况及履职情况 253
八、公司内部控制制度情况 259
九、发行人报告期内违法违规行为情况 259
十、发行人报告期内资金占用和对外担保情况 259
十一、发行人对外投资、担保事项的政策及制度安排 259
十二、投资者权益保护的情况 262
第九节 财务会计信息与管理层分析 266
一、财务报表及注册会计师的审计意见 266
二、影响公司收入、成本、费用和利润的主要因素及具有核心意义的财务或非财务指标 277
三、财务报告基准日至招股说明书签署日之间的经营状况 278
四、财务报表的编制基础及合并财务报表范围及变化情况 279
五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计 281
六、本公司主要税收政策、缴纳的主要税种及税率 305
七、本公司分部信息 306
八、经注册会计师核验的非经常性损益明细表 306
九、本公司主要财务指标 307
十、承诺及或有事项、资产负债表日后事项及其他重要事项 309
十一、盈利能力分析 309
十二、财务状况分析 339

十三、现金流量分析 372
十四、资本性支出分析 379
十五、摊薄即期回报分析 380
十六、报告期内的股利分配情况及发行后的股利分配政策 387
十七、本次发行前滚存利润的分配安排及决策程序 393
十八、财务报告审计截止日后至本招股说明书签署日经营状况 394
第十节 募集资金运用 395
一、本次募集资金运用概况 395
二、本次募集资金具体投向 396
三、董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见 417
四、募集资金运用对财务状况及经营成果的影响 418
第十一节 其他重要事项 420
一、重要合同 420
二、对外担保情况 424
三、诉讼或仲裁事项 424
四、广告宣传与投诉事宜 424
五、公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉及刑事诉讼的情况 425
第十二节 有关声明 426
一、全体董事声明 426
二、全体监事声明 427
三、全体高级管理人员声明 428
四、保荐机构（主承销商）声明 429
五、发行人律师声明 431
六、会计师事务所声明 432
七、验资机构声明 433
八、资产评估机构声明 434
九、验资复核机构声明 435
第十三节 附件 436

一、文件列表 436
二、附件查阅地点、时间 436

第一节 释义

本招股说明书中，除文意另有所指，下列简称或名词具有如下含义：

一、基本术语：		
发行人、公司、御家汇	指	御家汇股份有限公司及其前身湖南御家汇科技股份有限公司
御家汇有限	指	湖南御家汇科技有限公司及其前身湖南御家汇化妆品有限公司
御家投资	指	湖南御家投资管理有限公司
汀汀咨询	指	长沙汀汀企业管理咨询合伙企业（有限合伙）
御投投资	指	长沙御投投资管理合伙企业（有限合伙）
御投贰号	指	长沙御投贰号企业管理咨询合伙企业（有限合伙）
御投叁号	指	长沙御投叁号企业管理咨询合伙企业（有限合伙）
御泥坊	指	湖南御泥坊化妆品有限公司，系发行人全资子公司
御家制造	指	湖南御家化妆品制造有限公司，系发行人全资子公司
御家科技	指	湖南御家科技有限公司，系发行人全资子公司
小迷糊	指	长沙小迷糊化妆品有限公司，系发行人全资子公司
花瑶花	指	湖南花瑶花化妆品有限公司，系发行人全资子公司
师夷家	指	湖南师夷家化妆品有限公司，系发行人全资子公司
御泥坊男士	指	湖南御泥坊男士化妆品有限公司，系发行人全资子公司
汇美丽	指	湖南汇美丽电子商务有限公司，系发行人全资子公司
花花草草	指	湖南花花草草化妆品有限公司，系发行人全资子公司
湖南御家	指	湖南御家化妆品有限公司，系发行人全资子公司
长沙御家	指	长沙御家化妆品有限公司，系发行人全资子公司
御家韩美	指	湖南御家韩美管理咨询有限公司，系发行人全资子公司
御家国际	指	香港御家国际科技有限公司，系发行人全资子公司
香港薇风	指	香港薇风科技有限公司，系发行人控股子公司
台湾薇风	指	香港薇风科技有限公司台湾分公司
长沙薇风	指	长沙薇风化妆品有限公司，系发行人控股子公司
香港御妍	指	香港御妍科技有限公司，系发行人控股子公司

台湾御妍	指	香港御妍科技有限公司台湾分公司
香港御家韩美	指	香港御家韩美科技有限公司，系发行人全资子公司
御家汇韩国	指	Yujiahui Korea Corporation（韩国），系发行人全资子公司
诗蔓芳	指	SmartFarm Cosmetics Co.,Ltd.（韩国），曾系发行人控股子公司，已注销
花瑶花生物	指	湖南花瑶花生物科技有限公司
御泥坊生物	指	湖南御泥坊生物科技有限公司
御家汇网络	指	湖南御家汇网络有限公司
百年鎏芳	指	长沙市百年鎏芳生物科技有限公司
深创投	指	深圳市创新投资集团有限公司
红土创投	指	深圳市红土生物创业投资有限公司
顺为资本	指	SHUNWEI VENTURES（HONG KONG）LIMITED
前海投资	指	前海股权投资基金（有限合伙）
天猫国际	指	阿里巴巴集团控股有限公司旗下具有海外零售资质，专注海外原装进口商品的线上购物平台（www.tmall.hk）
天猫、天猫商城	指	阿里巴巴集团下属综合性 B2C（Business-to-Consumer）网上购物平台（www.tmall.com）
淘宝	指	阿里巴巴集团下属综合性 C2C（Consumer -to-Consumer）网上购物平台（www.taobao.com）
唯品会	指	VIPSHOP INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED ，系美国上市公司,其用于综合性 B2C 网上购物平台唯品会（www.vip.com）
京东、京东商城	指	JD.COM. INC.，系美国上市公司，其拥有综合性 B2C 网上购物平台京东商城（www.jd.com）
聚美优品	指	JUMEI HONGKONG LIMITED ，系美国上市公司，其拥有综合性 B2C 网上购物平台聚美优品（www.jumei.com）
蘑菇街	指	杭州卷瓜网络有限公司下属综合性网上购物平台（www.mogujie.com）
速卖通	指	阿里巴巴旗下面向全球市场打造的在线交易平台（www.aliexpress.com）
城野医生	指	日本护肤品品牌“DrCilabo”品牌在中国大陆的翻译
丽得姿	指	韩国护肤品品牌“Leaders”品牌在中国大陆的翻译
丽人丽妆	指	上海丽人丽妆化妆品股份有限公司
毛戈平	指	毛戈平化妆品股份有限公司
丸美股份	指	广东丸美生物技术股份有限公司
上海家化	指	上海家化联合股份有限公司

珀莱雅	指	珀莱雅化妆品股份有限公司
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
保荐人、保荐机构、主承销商	指	华泰联合证券有限责任公司
天职国际会计师	指	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
湖南启元、律师	指	湖南启元律师事务所
沃克森、评估师	指	沃克森（北京）国际资产评估有限公司
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
长沙市工商局	指	长沙市工商行政管理局
本次发行	指	御家汇股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市
《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》
《管理办法》	指	《首次公开发行股票并在创业板上市管理办法》
《股东大会议事规则》	指	湖南御家汇科技股份有限公司股东大会议事规则
《董事会议事规则》	指	湖南御家汇科技股份有限公司董事会议事规则
《监事会议事规则》	指	湖南御家汇科技股份有限公司监事会议事规则
元、万元、亿元	指	人民币元、万元、亿元
最近一年	指	2017 年度
最近三年	指	2015 年度、2016 年度和 2017 年度
报告期	指	2015 年度、2016 年度和 2017 年度
二、专业术语		
面膜	指	一种敷在脸上、呈薄膜状的美容护肤品
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
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、修饰或改变外观、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
水乳膏霜	指	以乳液、膏霜等物理形式存在的护肤品，包括洁面膏、爽肤水、乳液、面霜等
委托加工方式	指	由委托方为受托方配备生产所需产品配方、原辅材料和外观包装材料，并派驻生产内控团队指导监督受托方按流程完成产品加工的生产方式
B2C	指	B2C 是 Business-to-Customer 的缩写，简称为“商对客”。“商对客”是电子商务的一种模式，也就是通常说的直接面向消费者销售产品和服务商业零售模式

C2C	指	C2C 是 Consumer -to-Consumer 的缩写，是个人与个人之间的电子商务
SGS	指	SGS 是 Societe Generale de Surveillance S.A.的简称，SGS 认证指的是 SGS 根据标准、法规、客户要求等条件对目标进行符合性认证的服务。
GMPC 认证	指	GMPC 全称为 Guideline for Good Manufacture Practice of Cosmetic Products，中文译为“化妆品良好生产规范”
ISO22716 体系认证	指	化妆品质量体系认证
SKU	指	SKU 全称为 Stock Keeping Unit，对一种商品而言，当其品牌、型号、配置、等级、花色、包装容量等属性与其他商品存在不同时，可称为一个 SKU
线上销售	指	通过互联网进行产品销售
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

特别说明：

1、本招股说明书中所列出的数据可能因四舍五入原因而与根据招股说明书中所列示的相关单项数据计算得出的结果略有不同。

2、本招股说明书中涉及的我国、我国经济以及行业的事实、预测和统计，包括本公司的市场份额等信息，来源于一般认为可靠的各种公开信息渠道。本公司从上述来源转载或摘录信息时，已保持了合理的谨慎，但是由于编制方法可能存在潜在偏差，或市场管理存在差异，或基于其它原因，此等信息可能与国内或国外所编制的其他资料不一致。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人及其控股股东、实际控制人的简要情况

（一）发行人简要情况

本公司前身为湖南御家汇化妆品有限公司，由戴跃锋、御家投资、刘海浪、戴开波于 2012 年 11 月 1 日出资设立。

2016 年 8 月 27 日，御家汇有限召开董事会，决定整体变更为“湖南御家汇科技股份有限公司”。全体董事一致同意，根据天职国际出具的“天职业字[2016]15063 号”《审计报告》，以截至 2016 年 7 月 31 日的净资产 242,282,514.67 元作为出资，按 1:0.247645 的比例折为股份公司总股本 6,000 万股，每股面值 1 元，由各股东按原各自出资比例持有，其余净资产 182,282,514.67 元计入资本公积。

2016 年 9 月 12 日，御家汇有限召开创立大会暨 2016 年第一次临时股东大会，会议审议通过了《湖南御家汇科技股份有限公司章程》及三会议事规则等议案，选举了公司董事、监事。

2016 年 9 月 21 日，公司在长沙市工商行政管理局高新技术产业开发区分局领取了统一社会信用代码为 914301000558312826 的《营业执照》。

截至本招股说明书签署日，本公司注册资本和实收资本均为 12,000 万元，法定代表人为戴跃锋。经营范围为计算机软件销售；信息技术咨询服务；计算机技术咨询；计算机网络系统工程服务；计算机技术开发、技术服务；化妆品零售；日用品销售；清洁用品销售；家用电器零售；化工原料（监控化学品、危险化学品除外）销售；生物技术开发服务；电子产品生产；电子产品零售；企业管理咨

询服务；广告制作服务；广告发布服务；广告国内代理服务；广告设计；化妆品的研发。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（二）发行人控股股东的简要情况

本次发行前，御家投资直接持有本公司 31.34%的股份，为本公司控股股东。

1、御家投资基本情况

公司名称	湖南御家投资管理有限公司
注册地址	长沙高新开发区尖山路 39 号长沙中电软件园有限公司总部大楼 3 楼 321 室
注册资本	300 万元
实收资本	300 万元
法定代表人	戴跃锋
成立日期	2012 年 9 月 14 日
经营范围	投资管理服务；投资咨询服务（以上经营项目不得从事吸收存款、集资收款、受托贷款、发放贷款等国家金融监管及财政信用业务）；商务信息咨询、企业管理咨询；企业营销策划、企业形象策划。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

2、御家投资股东情况

序号	股东	出资额（万元）	比例
1	戴跃锋	291.00	97.00%
2	覃瑶莹	9.00	3.00%
合计		**300.00**	**100%**

注：覃瑶莹为戴跃锋配偶。

（三）发行人实际控制人的简要情况

戴跃锋先生直接持有公司 12.61%的股份，并通过御家投资、汀汀咨询间接控制公司 45.89%的股份，为公司的实际控制人。

戴跃锋先生，男，1982 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，就读于湖南师范大学计算机科学专业和湖畔大学一期。2003 年 6 月至 2004 年 7 月在曙光电子集团有限公司担任普通职员，后自主创业。2004 年 7 月至 2006 年 10 月在

淘宝平台开设个人店铺销售数码产品，2006 年 10 月至 2016 年 7 月，先后担任长沙市天心区百拍网络科技有限公司执行董事、总经理，长沙市戴漫丽生物科技有限公司总经理、长沙市百年鎏芳生物科技有限公司总经理、长沙滩头御泥化妆品贸易有限公司执行董事，御家汇网络执行董事、花瑶花生物、御泥坊生物执行董事、总经理。2012 年 11 月至今担任发行人董事长、总经理。

戴跃锋先生现为长沙市第十五届人大代表、湖南省工商联青年商会副会长。曾担任长沙市第十一届政协常委；曾获湖南省“创业标兵”、“五四青年奖章”等荣誉称号；并入选湖南省首届“湖湘青年英才计划”和福布斯中文版首届“中外 30 位 30 岁以下创业者”。戴跃锋先生曾被阿里巴巴集团评选为“全球十佳网商”，现为湖畔大学一期学员。主导设计的护肤品包装曾获得德国红点设计大奖，主导参与多项护肤品配方或独有成分的研发，并获得多项国家专利。

二、发行人主营业务概述

御家汇主要从事面膜等护肤品的研发、生产与销售，公司拥有“御泥坊”、“小迷糊”、“花瑶花”、“师夷家”、“薇风”等主要品牌，产品包括面膜类、水乳膏霜类等，其中以面膜类为主。公司主要通过互联网销售产品，与天猫、京东、唯品会、聚美优品等电商平台建立了良好的合作关系。同时，公司积极拓展线下布局，线上线下全渠道融合加速发展。

三、发行人的主要财务数据及主要财务指标

（一）主要财务数据

1、合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
资产合计	85,748.68	69,441.59	48,860.60
负债合计	31,683.67	32,022.44	31,438.41
股东权益合计	54,065.01	37,419.14	17,422.19
其中：归属于母公司所有者权益合计	53,991.73	37,102.06	17,213.64

2、合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
营业收入	164,639.99	117,089.27	76,872.25
营业利润	16,235.70	7,456.31	7,974.91
利润总额	19,029.93	9,531.61	8,202.42
净利润	15,817.70	7,259.48	5,298.96
其中：归属于母公司所有者的净利润	15,849.42	7,377.08	5,314.77
扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润	14,774.90	7,315.76	8,315.51

3、合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
经营活动产生的现金流量净额	17,341.76	-7,341.66	5,484.63
投资活动产生的现金流量净额	-6,646.71	-1,395.05	-6,766.26
筹资活动产生的现金流量净额	-2,773.73	15,135.52	5,259.84
现金及现金等价物净增加额	7,441.98	6,574.12	4,032.24
期末现金及现金等价物余额	24,014.97	16,573.00	9,998.87

（二）报告期主要财务指标

项目	2017 年 12 月 31 日/2017 年度	2016 年 12 月 31 日/2016 年度	2015 年 12 月 31 日/2015 年度
流动比率（倍）	2.64	2.08	1.44
速动比率（倍）	1.49	0.90	0.57
资产负债率（母公司）	50.87%	3.21%	2.86%
资产负债率（合并）	36.95%	46.11%	64.34%
归属于发行人股东的每股净资产（元）	4.50	3.09	-
应收账款周转率（次/年）	21.16	22.19	16.99
存货周转率（次/年）	2.64	1.95	2.15

息税折旧摊销前利润（万元）	19,993.95	10,408.75	8,511.87
归属于发行人股东的净利润（万元）	15,849.42	7,377.08	5,314.77
扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润（万元）	14,774.90	7,315.76	8,315.51
利息保障倍数（倍）	72.03	25.42	112.08
每股经营活动产生的净现金流量（元）	1.45	-0.61	-
每股净现金流量（元）	0.62	0.55	-
无形资产（土地使用权、采矿权除外）占净资产的比例	1.10%	1.57%	2.71%

四、募集资金用途

本次募集资金投向经公司 2016 年年度股东大会审议确定，由董事会负责实施。本次募集资金投资项目总额为 85,771.00 万元。本次募集资金投资项目均为与公司主营业务相关的项目。

本次发行拟募集资金计划投资于以下方面：

序号	募集资金投向	总投资金额（万元）	募集资金投入（万元）	项目实施周期
1	研发与质量管理检测中心建设项目	10,731.00	10,731.00	1 年
2	信息化与移动互联网商城升级改造项目	8,540.00	8,540.00	2 年
3	品牌建设与推广项目	46,500.00	38,977.01	3 年
4	补充流动资金	20,000.00	20,000.00	1 年
合计		**85,771.00**	**78,248.01**	-

本次募集资金到位前，公司可以根据项目实际建设进度自筹资金对投资项目进行投入，募集资金到位后，可用于置换前期投入募集资金投资项目的自筹资金，以及支付项目剩余款项。若本次公开发行实际募集资金不能满足上述项目的资金需求，则不足部分由公司自筹资金解决，或由董事会按照项目的轻重缓急顺序，调整并最终决定募集资金使用的优先顺序及各项目的具体投资额。

本公司已经制定了《募集资金管理办法》，实行募集资金专户存储制度，保证募集资金的安全性和专用性。本次发行募集资金将存放于公司在银行设立的募集资金专户进行集中管理，做到专款专用。

本次募集资金运用详细情况详见本招股说明书“第十节 募集资金运用”。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类	境内上市人民币普通股（ A 股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数	本次拟公开发行新股不超过 4,000 万股，公司股东不公开发售股份，公开发行的股份不低于本次发行后总股本的 25%
每股发行价格	21.23 元
发行市盈率	22.99 倍（按扣除非经常性损益前后净利润的孰低额和发行后总股本全面摊薄计算）
发行后每股收益	0.9234 元
发行前每股净资产	4.5 元（按 2017 年 12 月 31 日经审计的归属于母公司所有者权益除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	8.26 元（按本次发行前一年末经审计的归属于母公司所有者权益加上本次发行募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	2.57 倍（按本次发行价格除以发行后每股净资产确定）
发行方式	采用网下向询价对象询价配售和网上资金申购定价发行相结合的方式或中国证监会认可的其他发行方式，最终的发行方式由董事会按照股东大会的授权，根据中国证监会的相关规定确定
发行对象	符合资格的询价对象和开立深圳证券交易所创业板股票交易账户的境内自然人、法人、证券投资基金及符合法律规定的其他投资者（法律、行政法规、所适用的其他规范性文件及公司须遵守的其他监管要求所禁止者除外）
承销方式	余额包销
募集资金总额	84,920.00 万元，根据发行价格乘以发行股数确定
募集资金净额	78,248.01 万元，由募集资金总额扣除发行费用后确定
发行费用概算（不含增值税）	6,671.99 万元
其中：承销保荐费用	5,395.20 万元
审计验资费用	474.53 万元
律师费用	311.32 万元
用于本次发行的信息披露费用	415.09 万元

发行手续及材料制作费用	75.85 万元

二、本次发行的有关当事人

（一）发行人：御家汇股份有限公司

地址：长沙高新开发区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 1 层

法定代表人：戴跃锋

联系人：吴小瑾、欧丹青

电话：0731-85238868

传真：0731-82285158

（二）保荐机构（主承销商）：华泰联合证券有限责任公司

地址：深圳市福田区深南大道 4011 号香港中旅大厦 26 楼

法定代表人：刘晓丹

电话： 0755-82492000

传真： 0755-82493000

保荐代表人：龙伟、金巍锋

项目协办人：李燕

项目经办人：徐鹏飞、陈亿、夏荣兵、谢璟

（三）律师事务所：湖南启元律师事务所

地址：湖南省长沙市芙蓉中路二段 359 号佳天国际新城 A 座 17 层

负责人：丁少波

电话：0731-82953778

传真：0731-82953779

经办律师：朱志怡、刘中明、廖骅

（四）会计师事务所：天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

地址：北京市海淀区车公庄西路 19 号 68 号楼 A-1 和 A-5 区域

负责人：邱靖之

电话：010-88827699

传真：010-88018737

经办注册会计师：刘智清、周睿、孟双

（五）资产评估机构：沃克森（北京）国际资产评估有限公司

地址：北京市海淀区车公庄西路乙 19 号华通大厦 B 座二层

负责人：徐伟建

电话：010-88018767

传真：010-88019300

经办评估师：刘继红、伍智红

（六）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

地址：广东省深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼

电话：0755-25938000

传真：0755-25988122

（七）申请上市交易所：深圳证券交易所

地址：深圳市福田区深南大道 2012 号

电话：0755-82083333

传真：0755-82083164

（八）保荐机构（主承销商）收款银行

户名：华泰联合证券有限责任公司

开户行：中国工商银行股份有限公司深圳分行振华支行

账号：4000010209200006013

三、发行人与中介机构关系的说明

本公司与本次发行有关的保荐机构（主承销商）、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、有关本次发行的重要时间安排

刊登初步询价及推介公告的日期	2018 年 1 月 22 日
初步询价的日期	2018 年 1 月 24 日
刊登发行公告的日期	2018 年 1 月 29 日
申购日期	2018 年 1 月 30 日
缴款日期	2018 年 2 月 1 日
预计股票上市日期	本次股票发行结束后将尽快申请在深圳证券交易所创业板挂牌交易

第四节 风险因素

投资者在评价本公司首次公开发行股票时，除本招股说明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。下列风险是根据重要性原则或可能影响投资者投资决策程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、市场风险

（一）市场需求波动的风险

本公司主营业务为护肤品研发、生产和销售，业务和发展前景有赖于我国宏观经济的健康发展和化妆品零售市场规模的增长。若出现宏观经济增速减缓、消费者人均可支配收入或购买力下降、预期经济前景不明朗等情形，则可能影响消费者的消费信心，进而导致化妆品市场，特别是护肤品需求的下滑，会对本公司的财务状况和经营成果造成不利影响。

（二）行业竞争激烈的风险

化妆品行业是中国最早向外资公司开放的行业之一。庞大的人口基数和可观的增长潜力吸引了众多国际品牌，我国化妆品市场环境是一个较为开放的国际化竞争环境。公司面临着来自行业内诸多品牌企业的竞争，尤其是来自品牌定位相同或者相似的竞争对手的竞争。在目前化妆品行业处于充分竞争的格局下，公司可能面临竞争对手通过包括但不限于价格战、广告战等竞争手段，挤占公司的市场份额，同时传统化妆品企业纷纷加强线上销售渠道建设，公司线上销售渠道面临更为直接的竞争压力。如果公司不能采取有效手段应对激烈市场竞争，例如未能准确把握目标消费者需求，未能及时开发出适销对路的产品等，公司将面临市场份额和盈利能力下滑的风险。

（三）电子商务增速下滑的风险

根据中国电子商务研究中心出具的《中国网络零售市场数据检测报告》，2015年度、2016年度和2017年1-6月，中国网络零售市场交易规模分别为3.82万亿、

5.3 万亿和 3.1 万亿，分别相比上年同期上涨了 35.7%、39.1%和 34.8%，我国网络零售交易额增速依然大幅高于同期社会消费品零售整体增速，且占社会消费品零售总额的比重较低，2016 年中国网络零售市场交易规模占到社会消费品零售总额的 14.9%，未来增长空间较大，但 2017 年 1-6 月网络零售交易额相比上年同期出现了增速下滑的情形，网络流量红利未来逐步减退。御家汇依赖互联网电子商务的兴起而发展壮大，主要销售渠道为线上销售，由此公司面临销售收入下滑的风险。

二、经营风险

（一）电子商务销售平台销售集中的风险

公司紧跟电子商务行业的发展趋势，积极开拓具有竞争力的电子商务平台。报告期内，发行人在天猫（包括天猫国际、天猫超市）、唯品会两大电子商务平台的营业收入总和占当年主营业务收入的比重分别为61.21%、57.35%和62.97%，占比相对集中，对于上述平台存在一定依赖。如果公司未来无法与上述电商平台保持良好的合作关系，或上述电商平台的销售政策、收费标准等发生重大不利变化，亦或公司在上述电商平台的经营情况不及预期，且未能及时拓展其他有效的销售渠道，将对公司的经营业绩产生不利影响。

（二）线下渠道拓展风险

报告期内，公司开始逐步开拓线下销售渠道，发展线下经销商。由于公司对线下渠道拓展经验相对不足，且线下渠道又细分为百货、商超、化妆品专营店等多个渠道，能否有效发展经销商以及对经销商能否持续有效管理，是公司面临的重要经营风险。若公司不能有效发展线下经销商并随着其业务扩张而提供相应的管理支持，则可能出现线下渠道拓展滞后、部分经销商销售业绩不佳或其经营活动有悖于公司品牌经营宗旨等问题，这些均可能会对公司的品牌形象和未来发展造成不利影响。

（三）单一品牌销售集中的风险

“御泥坊”品牌在公司所有品牌中创立时间最早，具有较高的客户知名度和忠诚度，公司大部分收入来源于该品牌。报告期内其收入占公司主营业务收入比重分别为 85.17%、82.23%和 70.04%。随着多品牌差异化战略的逐步实施，该品牌的收入占比逐年降低，但仍为公司的主要收入来源。如果“御泥坊”品牌运营出现重大失误、遭受负面新闻、市场认可度降低或消费者偏好改变等，可能导致品牌销售业绩下降，进而对公司的经营业绩产生不利影响。

（四）单一品类销售集中的风险

公司产品品类包括面膜类、水乳膏霜类等，但是以面膜类为主，报告期内其收入占公司主营业务收入比重分别为 84.24%、85.87%和 76.27%。如果面膜类产品面临市场竞争环境更加激烈，或者增长遇到瓶颈或面临突发风险，可能会对公司经营业绩产生不利影响。

（五）品牌宣传、渠道推广不及预期的风险

公司一直注重通过多种手段加强品牌宣传和渠道推广的工作，报告期内，公司用于广告宣传及渠道推广的费用投入规模较大，增长速度较快。品牌宣传、渠道推广对提升公司销售收入有较大帮助，但若未来不能保证持续投入或其效果不及预期，品牌宣传、渠道推广投入未能带来新增利润的贡献，将会对公司盈利能力造成不利影响。

（六）品牌维护风险

作为护肤品企业的重要无形资产，良好的品牌形象是公司实现产品销售的重要因素。公司现已拥有“御泥坊”、“小迷糊”、“花瑶花”、“师夷家”、“薇风”等具备一定影响力的品牌，未来品牌数量可能持续增加。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依法维权可能会产生较高成本，可能会对公司的名誉和盈利产生不利影响。

（七）用户体验风险

用户体验对于互联网电子商务企业至关重要，线上销售渠道为公司主要的销售渠道，公司对于用户体验非常重视。用户体验与电子商务业务链的各个环节密不可分，包括产品企划、营销、支付、物流配送和售后服务等。如果公司推出的产品不能满足消费者不断变化的需求，或者营销方式不能有效吸引消费者的注意，或者无法及时准确的完成货物的配送，或者售后服务不能达到消费者的预期，将会大大影响消费者体验，公司将面临客户忠诚度下降、客户流失等风险，从而对公司业绩产生不利影响。

（八）海外区域拓展的风险

为了拓展海外业务，公司已在香港、台湾、韩国等地设立了多家分子公司，尽管目前境外经营规模总体不大，但海外经营面临当地政治、经济、汇率波动等多方面因素的影响。如海外分子公司所在地的政策变化、法律制度变更以及外汇管制与波动等，均有可能对公司经营造成不利影响。

三、管理风险

（一）委托加工风险

公司生产环节主要采用委托加工方式。虽然公司制定了严格的管理制度，并派驻专员进驻主要委托加工厂商进行现场指导和检查，但依然面临委托加工风险。若委托加工厂商出现产品质量不符合要求、产能不足、劳动争议、财务困境、突发停产等风险情况时，公司又未能及时转移相关产品的生产，将可能对公司产品质量、货期、经营业绩及品牌形象等产生不利影响。

公司在委托加工过程中，需向委托加工厂商提供产品配方等资料，尽管公司对于配方成分进行了加密处理，同时在双方签署的采购合同中已就知识产权保护和保密的相关内容进行了明确约定，但如果委托加工厂商违反采购合同中关于知识产权保护和保密的相关条款，将会导致产品配方泄密和知识产权纠纷，进而对公司品牌形象和经营业绩等产生不利影响。

（二）商品质量控制风险

公司的产品直接作用于人体皮肤，如果公司采购的原材料出现质量问题，或者生产过程不规范导致产品质量问题，或者出现不知悉或无法预计的不良作用，可能引发皮肤过敏或者其他不适现象，会导致消费者对公司的投诉甚至诉讼。如果公司未能及时妥善处理，会对品牌形象及声誉造成严重影响，进而对于公司经营业绩带来不利影响。

（三）经营规模扩大的管理风险

公司自成立以来，资产规模、销售收入、员工数量迅速增长。如果管理制度和管控体系不能随规模的不断扩大而相应完善，将给公司经营和盈利水平带来负面影响。随着公司业务发展带来人员增加和组织机构扩大，公司在战略规划、制度建设、组织设置、运营管理、资金管理和内部控制等方面将面临更大的挑战，存在现有管理体系不能完全适应未来公司快速发展的风险。若不能进行及时恰当的调整，将会对公司未来的经营管理造成不利影响。

（四）供应链管理风险

因护肤品和电子商务行业的特殊性，公司产品的仓储与配送必须满足终端需求的及时性和多样性，提升消费者购物体验，因此公司必须保持一定的存货库存量。同时，公司品牌、产品种类较多，仓库分布于多个区域，这对自身供应链管理能力提出了较高要求。此外，护肤品的有效期管理较为严格，临近有效期的护肤品不能对外销售。虽然公司已建立严格的管理制度，但若供应链管理不善或者未能有效执行相关制度，导致存货临期、毁损、丢失等情况发生，将给公司经营活动带来不利影响。

（五）核心人员流失风险

核心人员是公司生产经营的重要资源。公司的研发、企划、品牌推广、供应链管理、电商渠道运营等核心业务环节具有知识密集型特点，上述部门核心人员是公司竞争优势的重要基础。公司将通过进一步改善工作环境、提高工作激励、提供发展空间等方式来避免核心人员的流失，但是在市场竞争激烈的环境下，同

行业企业也会采取更为主动的人才竞争策略，员工个人选择也多样化，公司面临核心人才流失的风险。

四、财务风险

（一）经营业绩下滑的风险

报告期内，受到行业竞争加剧、电子商务增速下滑等多重因素影响，公司主营业务收入增长率和毛利率逐年下降，2016 年扣除非经常性损益后归属于母公司所有者净利润较同期下降。如果公司未能有效应对市场竞争或者其他挑战，未来销售收入增长率和毛利率存在继续下降的风险，公司经营业绩亦存在下滑的风险。

（二）存货余额较大的风险

报告期各期末，公司的存货账面价值占当期总资产的比例分别为 50.48%、45.27%和 32.27%，占比较大。

公司目前主要通过互联网线上渠道销售，面对护肤品行业激烈的竞争格局和电子商务增速放缓的背景，如果销售渠道开发受阻，或者新老品牌销售增长未达预期，或者供应链管理不善，导致存货周转变缓甚至产生积压，将对公司产生如下不利影响：（1）计提存货跌价准备的增长将导致盈利减少；（2）存货占用较多营运资金，影响经营性现金流，增加财务风险，降低盈利质量；（3）公司对于临近保质期的产品进行报废处理，造成直接损失。这些都将会对公司经营业绩产生重大不利影响。

五、与本次发行相关的风险

（一）净资产收益率摊薄的风险

公司报告期内扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率分别为 65.39%、27.36%和 32.09%。预计本次发行募集资金到位后，公司净资产规模会较发行前有较大幅度增长，公司净资产收益率将被摊薄。

此外，公司本次募集资金从资金投入到产生效益需要一定的时间，因此尽管公司业务和收入仍将保持良好的成长性，但仍存在因利润无法与净资产同步增长而导致净资产收益率被摊薄的风险。

（二）募集资金投资项目组织实施和效果无法达到预期的风险

公司本次股票发行募集资金主要用于研发与质量管理检测中心建设项目、信息化与移动互联网商城升级改造项目、品牌建设与推广项目和补充流动资金。由于本次募集资金投资的多个项目将同时实施，对公司项目组织和管理水平提出较高要求，如果公司在项目实施、客户定位、市场推广等方面未能实现预定的计划，相关募集资金投资项目的实施进度可能面临无法达到预期的风险。

本次募集资金投资项目有助于公司整体实力的进一步提升，间接产生经济效益，但若其投入效果不及预期，未能带来新增收入与利润的贡献，将会对公司业绩产生不利影响。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称	御家汇股份有限公司
英文名称	Yujiahui Co., Ltd.
注册资本	12,000 万元
实收资本	12,000 万元
法定代表人	戴跃锋
有限责任公司成立日期	2012 年 11 月 1 日
股份有限公司成立日期	2016 年 9 月 21 日
注册地址	长沙高新开发区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 1 层 101 号
邮政编码	410006
电话	0731-85238868
传真号码	0731-82285158
互联网地址	http://www.yujiahui.com
电子信箱	ir@yujiahui.com
信息披露和投资者关系负责人及电话	吴小瑾 0731-85238868
投资者关系及信息披露部门	证券事务部

二、设立及变更情况

（一）有限责任公司设立情况

2012 年 10 月 20 日，御家汇有限全体股东一致同意并形成书面决议：成立湖南御家汇化妆品有限公司；注册资本为 2,000 万元；公司经营范围为化妆品及生物技术的研发和应用，化妆品及日用品的销售和批发，投资管理。

2012 年 11 月，御家汇有限在长沙市工商行政管理局办理设立登记，并取得了该局核发的注册号为 430193000048060 的《企业法人营业执照》。

公司设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	戴跃锋	1,532.00	76.60%
2	御家投资	332.00	16.60%
3	刘海浪	112.00	5.60%
4	戴开波	24.00	1.20%
合计		**2,000.00**	**100.00%**

（二）股份有限公司设立情况

2016 年 8 月 27 日，御家汇有限召开董事会，决定整体变更为“湖南御家汇科技股份有限公司”。同日，御家汇有限全体股东共同签署了《湖南御家汇科技股份有限公司发起人协议》，同意根据天职国际出具的“天职业字[2016]15063 号”《审计报告》，以截至 2016 年 7 月 31 日的净资产 242,282,514.67 元作为出资，按 1:0.247645 的比例折为股份公司总股本 6,000 万股，每股面值 1 元，由各股东按原各自出资比例持有，其余净资产 182,282,514.67 元计入资本公积。

2016 年 9 月 10 日，沃克森出具沃克森评字（2016）第 0921 号《湖南御家汇科技有限公司拟变更设立股份有限公司项目评估报告》，御家汇有限经评估的净资产值为 38,145.52 万元。

2016 年 9 月 12 日，御家汇召开创立大会暨 2016 年第一次临时股东大会，会议审议通过《湖南御家汇科技股份有限公司章程》及三会议事规则等议案，选举了公司董事、监事。

2016 年 9 月 12 日，天职国际出具了“天职验字（2016）16342 号”《验资报告》，对股份公司设立时的注册资本进行了验证。

2016 年 9 月 18 日，湖南省商务厅出具了“湘商投资（2016）162 号”《湖南省商务厅关于湖南御家汇科技有限公司改制为股份有限公司的批复》。

2016 年 9 月 21 日，公司在长沙市工商行政管理局高新技术产业开发区分局领取了统一社会信用代码为 914301000558312826 的《营业执照》。

（三）公司设立以来的重大资产重组情况

1、重组背景与目的

在外部投资方的建议下，2013年4月，戴跃锋、刘海浪签署《湖南御泥坊生物科技有限公司及其关联公司重组之框架协议书》（以下简称《重组协议》），约定将御泥坊生物及其关联公司资产转入新设主体，并注销相关关联公司。

2016年4月，御泥坊生物、花瑶花生物、戴跃锋、刘海浪、李小玲、刘璐签署《<湖南御泥坊生物科技有限公司及其关联公司重组之框架协议>之补充协议》（以下简称《补充协议》），《补充协议》约定各方对本协议签订前按《重组协议》所实施的行为均没有异议，对上述转让的价格和方式不存在任何争议和纠纷。

2、相关公司介绍

2012年，根据经营业务需要，相关股东有意引入外部投资者，进一步加快发展。在此过程中，外部投资方提出通过设立新公司的方式投资入股。由此，成立了湖南御家汇化妆品有限公司，并完成了引资工作。

（1）基本情况

公司名称	湖南御泥坊生物科技有限公司	湖南花瑶花生物科技有限公司	湖南御家汇网络有限公司
注册资本	1,000.00万元	1,000.00万元	200.00万元
注册地址	隆回县城东南工业园	隆回县城东南工业园	长沙高新开发区麓景路8号巨星创业基地二楼
设立日期	2011年6月23日	2011年6月14日	2010年11月15日
股权结构	戴跃锋持股42.85%、李小玲持股42.95%、戴开波持股7%、刘璐持股6%、王歧钊持股1.00%、王思妮持股0.2%	戴跃锋持股44.6%、李小玲持股44.4%、戴开波持股7%、刘璐持股3%、王歧钊持股1%	戴跃锋持股70%、张虎儿持股30%
主营业务	护肤品的委托加工和销售业务。	护肤品的委托加工和销售业务	互联网代运营业务，包括虚拟网店的设立、维护、售后等。
停止实际经营时间	2014 年 9 月	2013年	2013年

注：李小玲系刘海浪母亲，其股权系刘海浪实际持有，张虎儿股权系戴跃锋实际持有。

（2）注销情况

2016年4月18日，御泥坊生物、花瑶花生物召开股东会会议，会议同意公司予以解散。2016年6月24日，御泥坊生物、花瑶花生物完成税务注销登记。2016年7月6日，御泥坊生物、花瑶花生物完成工商注销登记。

2015 年 11 月 10 日，御家汇网络召开股东会会议，会议同意公司予以解散。2016 年 7 月 28 日，御家汇网络完成税务、工商注销登记。

（3）合法合规情况

御泥坊生物、花瑶花生物和御家汇网络等公司所有股东均确认本次资产重组合法、有效，不存在纠纷或潜在纠纷。

根据工商、税务、食品药品监督管理局等部门出具的说明，御泥坊生物、花瑶花生物和御家汇网络存续期间，不存在重大违法违规情形。上述公司履行了必要的清算注销程序，并办理完成相关的注销登记手续，符合法律、法规及规范性文件的规定。

3、本次资产重组的过程

本次资产重组于2013年末基本完成，涉及购买固定资产、存货以及无形资产转让等事宜。

（1）收购资产

① 收购资产过程

A、固定资产

2013 年 3 月，御家汇网络与御泥坊签订《资产转让合同》，将机器设备、电子设备等以评估值 230.10 万元作价转让给御泥坊。湖南湘融资产评估有限公司出具湘融评估字（2013）第 0016 号《评估报告》，评估基准日为 2013 年 3 月 15 日，该部分资产账面价值为 172.75 万元，评估价值为 230.101 万元，增值率为 33.21%，增值主要原因是机器设备和电子设备的评估成新率相比按照折旧年限计算的成新率要高。

单位：万元

序号	资产项目	账面原值	账面净值	评估价值	评估增值金额
1	机器设备	101.27	86.67	98.99	12.32
2	电子设备	146.10	86.07	131.11	45.04
合计		**247.37**	**172.75**	**230.10**	**57.36**

发行人根据协议转让价格，购买上述资产，并按照资产的实际取得价格及获取的增值税发票入账。

B、存货

2013 年 1 月，御泥坊、汇美丽、师夷家、小迷糊、湖南御家分别与御泥坊生物签订《资产收购协议》，御泥坊生物将部分存货以成本价格出售给上述五家公司，作价分别为 1,099.53 万元、67.93 万元、46.6 万元、63.86 万元和 25.74 万元，御泥坊、汇美丽、师夷家、小迷糊、湖南御家分别支付了上述转让款。

C、无形资产

a、御泥坊生物

2013 年 12 月，御泥坊生物与御泥坊签订《资产转让协议》，协议约定御泥坊生物无偿向御泥坊转让其所拥有的 23 个商标、7 个商标申请权和 2 个专利，截至本招股说明书签署日，除了 3 项商标申请权因商标未注册成功被驳回外，其余商标和专利已经转让完成。

2013 年 12 月，御泥坊生物与御家汇有限签订《资产转让协议》，协议约定御泥坊生物以 1 元价格向御家汇有限转让其所拥有的 16 个商标、1 个商标申请权和 3 项作品著作权，截至本招股说明书签署日，除 1 项商标外，其余商标和作品著作权已经转让完成。

b、花瑶花生物

2013 年 12 月，花瑶花生物与御家汇有限签订《资产转让协议》，协议约定花瑶花生物以 1 元的价格向御家汇有限转让 12 个商标、5 个商标申请权、4 项专利和 3 项作品著作权，截至本招股说明书签署日，上述无形资产转让已经完成。

c、御家汇网络

2013 年 12 月，御家汇网络与御家汇有限签订《资产转让协议》，协议约定御家汇网络以 1 元的价格向御家汇有限转让 20 个商标、4 个商标申请权、7 项著作权和 25 项域名。截至本招股说明书签署日，上述无形资产已经转让完成。

4、本次重组对发行人的影响

（1）对于经营情况的影响

经过本次重组，发行人具备了护肤品相关业务的经营能力，完善了发行人的业务体系，逐步消除了与实际控制人及实际控制人控制的其他企业之间潜在的同业竞争。

（2）对于财务业绩的影响

本次重组后，发行人经营规模迅速扩大，收入和利润大幅提升，盈利能力显著增强。

5、报告期内的历史关联方在技术、人员、资产方面与发行人的关系

报告期内，历史关联方御泥坊生物 2014 年 9 月前，其主营业务和发行人重叠，2013 年 12 月，御泥坊生物、花瑶花生物、御家汇网络与公司签订《资产转让协议》，约定将其持有的无形资产转给御家汇、御泥坊等公司，在无形资产未转让完毕前，无偿授权给御家汇、御泥坊使用。除此之外，历史关联方在报告期内与发行人不存在技术、人员、资产方面的关系。

6、“御泥坊”有关的业务、资产、人员、技术、商标、场地、债权债务等方面的历史沿革

（1）刘海浪创立“御泥坊”品牌

2005 年 12 月，刘海浪创作完成美术作品《御泥坊及图》，并于 2011 年 2 月取得《中国国家版权局著作权登记证书》（登记号：2011-F-035254）。

2006 年 3 月，刘海浪向商标局申请注册“御泥坊”商标，并取得商标局核发的第 5194375 号《商标注册证》，核定使用商品为第 3 类“洗面奶；浴液；香皂；洗澡用化妆品；美容面膜；化妆品；增白霜；防皱霜；祛斑霜；减肥用化妆品”。

（2）戴跃锋代理销售“御泥坊”产品阶段

戴跃锋与戴剑锋、戴开波于 2006 年 10 月共同设立长沙市天心区百拍网络科技有限公司（后更名为“长沙市天心区御泥生物科技有限公司”，以下简称为“百拍网络”），从事互联网销售数码产品等早期电子商务业务。

2006 年 11 月，与刘海浪结识并产生合作意向，戴跃锋和吴立君共同以百拍网络为主体代理销售“御泥坊”产品，2008 年 9 月，戴跃锋、刘海浪和吴立君经协商一致，吴立君退出“御泥坊”品牌的代理销售业务，戴跃锋退出“戴漫丽”等品牌的代理销售业务。2006 年 11 月至 2009 年 3 月期间，“御泥坊”品牌商标的所有权一直归刘海浪所有。

（3）戴跃锋与刘海浪共同设立并运营百年鎏芳阶段

2009 年 3 月，戴跃锋与刘海浪共同设立长沙市百年鎏芳生物科技有限公司（刘海浪所持百年鎏芳股权由其母亲李小玲代持），全面负责“御泥坊”品牌产品的生产和销售业务。

百拍网络不再从事“御泥坊”品牌产品的代理销售业务，并于 2011 年 7 月完成工商注销登记。

（4）戴跃锋与刘海浪等人共同设立并运营御泥坊生物、御家汇网络等公司阶段

随着业务规模的扩大，2010 年 11 月，戴跃锋与刘海浪设立化妆品运营主体长沙滩头御泥化妆品贸易有限公司；2010 年 11 月，戴跃锋与刘海浪共同设立御家汇网络，由御家汇网络负责“御泥坊”品牌的线上运营业务。

2011 年 6 月，戴跃锋等人共同在隆回设立了御泥坊生物、花瑶花生物。

御家汇网络、御泥坊生物等主体设立后，“御泥坊”相关业务逐步由百年鎏芳切换至御泥坊生物和御家汇网络等主体。百年鎏芳于 2014 年 9 月完成工商注销登记。

（5）设立发行人并进行资产重组

在外部投资方的建议下，2013 年 4 月，戴跃锋、刘海浪签署《重组协议》）约定将御泥坊生物及其关联公司资产转入新设主体，并注销相关关联公司。

御泥坊生物、花瑶花生物、御家汇网络的资产被收购后，业务逐步转移至发行人及其子公司，御家汇网络和花瑶花生物 2013 年末已停止经营，御泥坊生物于 2014 年 9 月末停止经营。

上述三家公司全体股东已对重组过程进行了确认，确认重组过程不存在任何争议和纠纷。

7、御泥坊商标受让方取得注册的相关情况，历次无偿转让合法，不存在权属纠纷

“御泥坊”品牌在化妆品类的核心商标为 5194375 号商标，其所有权演变过程如下：

（1）2006 年申请注册

2006 年 3 月 6 日，刘海浪向商标局申请注册“御泥坊”商标，并取得商标局核发的第 5194375 号《商标注册证》，核定使用商品为第 3 类“洗面奶；浴液；香皂；洗澡用化妆品；美容面膜；化妆品；增白霜；防皱霜；祛斑霜；减肥用化妆品”，注册有效期限自 2009 年 7 月 7 日至 2019 年 7 月 6 日。

（2）2010 年转让给百年鎏芳

2010 年 7 月 9 日，刘海浪和百年鎏芳就商标转让事宜向商标局提交转让申请；2011 年 4 月 6 日，商标局核准 5194375 号商标的所有权人变更登记，该商标的所有权人变更为百年鎏芳。

鉴于该商标的所有权由刘海浪转让给百年鎏芳的变更登记已经商标局核准完成，已发生法律效力，且刘海浪亦对本次转让的真实性和有效性进行确认，本次转让合法、有效，不存在权属纠纷。

（3）2011 年转让给御泥坊生物

2011 年 11 月 30 日，百年鎏芳与御泥坊生物签署《协议书》，约定百年鎏芳将 5194375 号商标转让给御泥坊生物，转让价格为无偿。本次转让《协议书》在

湖南省长沙市长沙公证处进行了公证，长沙公证处出具了（2011）湘长证民字第7564号《公证书》。2012年5月28日，商标局核准本次商标转让的所有权人变更登记，该商标的所有权人变更为御泥坊生物。

本次商标的无偿转让系为配合百年鎏芳两位股东戴跃锋、刘海浪（合计持有百年鎏芳 100%股权）将“御泥坊”业务转移至御泥坊生物、御家汇网络的业务规划而进行，未损害百年鎏芳股东的利益，百年鎏芳于2014年9月完成工商注销登记，亦没有债权人对本次商标的无偿转让提出任何异议。“御泥坊”商标的本次转让合法，不存在权属纠纷。

（4）2014年转让给御泥坊

2013年12月29日，御泥坊生物与御泥坊签订《资产转让协议》，约定御泥坊生物将5194375号商标转让给御泥坊，转让价格为无偿。2015年10月26日，商标局核准本次商标转让的所有权人变更登记，该商标的所有权人变更为御泥坊。

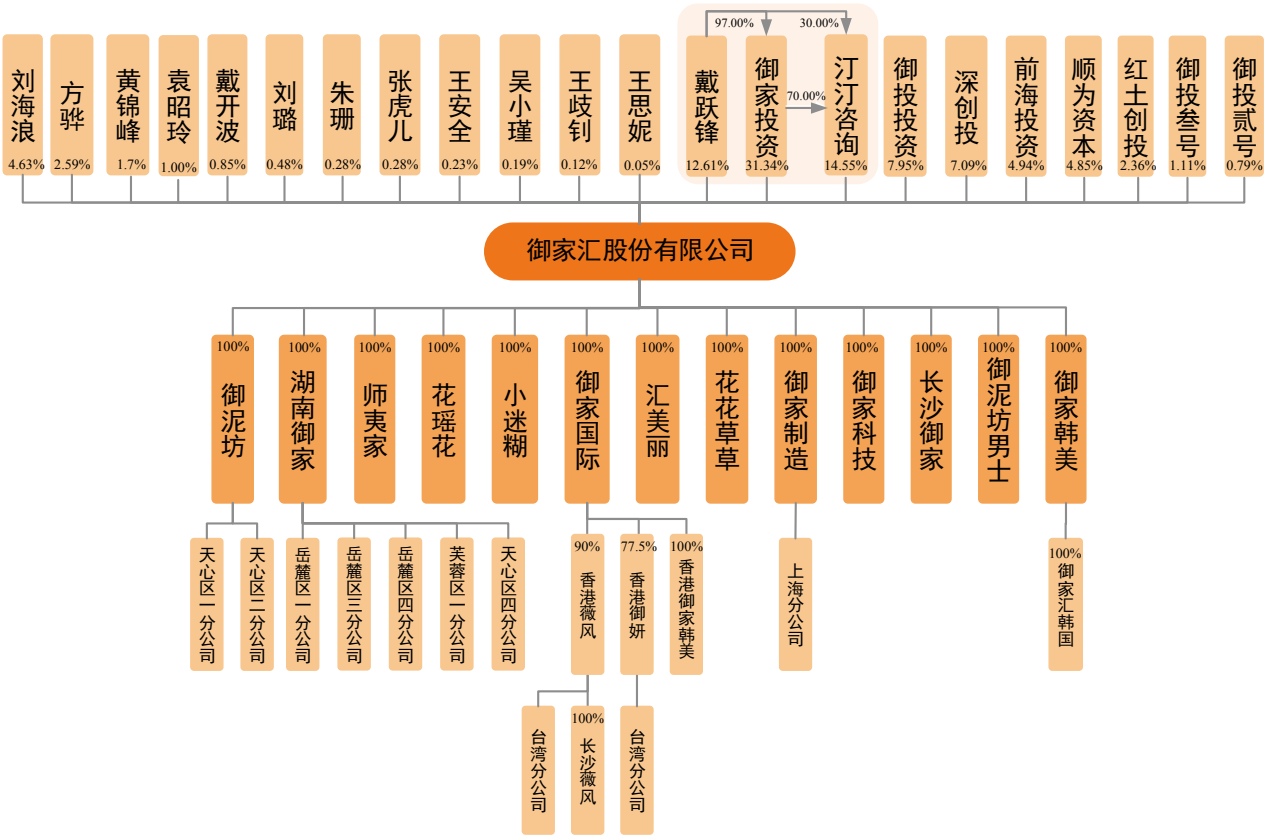
本次商标的无偿转让是公司重组整体框架的一个组成部分，因相关无形资产在老公司并未有账面价值，为简化处理，定价采取了无偿或1元名义价格的方式。

御泥坊生物的股东已经通过签署《补充协议》和召开股东会方式，明确上述无形资产转让符合御泥坊生物股东的共同利益，对于转让的价格和方式不存在任何争议和纠纷。御泥坊生物于2016年7月6日完成工商注销登记，亦没有债权人对本次商标的无偿转让提出任何异议。“御泥坊”商标的本次转让合法，不存在权属纠纷。

三、发行人组织结构

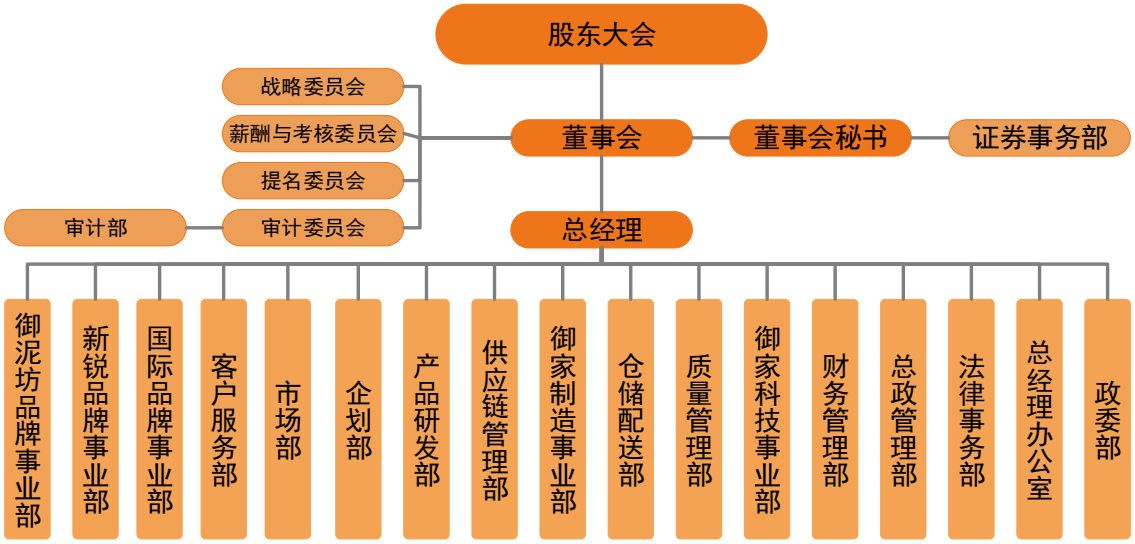
（一）发行人股权结构图

截至本招股说明书签署日，本公司股权结构如下图所示：



（二）发行人组织结构图

1、发行人组织机构图



2、内部组织机构设置及部门职能

公司主要职能部门的职责分工如下：

部门名称	工作职责
证券事务部	负责公司上市、信息披露相关事项
审计部	负责公司内部审计工作
御泥坊品牌事业部	负责御泥坊品牌策划、市场推广以及渠道建设等工作，提升品牌价值，完成品牌销售目标
新锐品牌事业部	负责境内除御泥坊之外的境内品牌策划、市场推广以及渠道建设等工作，提升品牌价值，完成品牌销售目标
国际品牌事业部	负责国际合作品牌策划、市场推广以及渠道建设等工作，提升品牌价值，完成品牌销售目标
客户服务部	负责制定客户服务原则和客户服务标准，为客户提供优质售前和售后服务
市场部	负责组织实施公司对外营销推广和公关活动
企划部	负责公司新产品、新品类和新品牌的企划工作
产品研发部	负责公司产品研发工作
供应链管理部	负责公司采购、供应链管理、委托加工管理等工作
御家制造事业部	负责御家制造产品生产、委托加工工作
仓储配送部	负责公司仓储、配送等工作
质量管理部	负责公司产品质量检测、质量监督管理工作
御家科技事业部	保护公司信息安全，提供计算机软件研发、信息技术服务与网络维护工作
财务管理部	负责公司会计核算、会计监督、财务管理、税务管理、财务报告等工作
总政管理部	负责公司人力资源、员工培训、行政事务、后勤保障等工作
法律事务部	负责处理公司法务相关事项
总经理办公室	负责协助总经理、副总经理处理相关事务
政委部	负责公司企业文化的塑造和公司价值观的传播

四、发行人参控股公司情况

截至本招股说明书签署日，本公司下属公司的具体情况如下：

（一）控股子公司

1、湖南御泥坊化妆品有限公司

（1）基本情况

公司名称	湖南御泥坊化妆品有限公司
注册地址	长沙高新开发区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 2 层 201 号
注册资本	2,000 万元
实收资本	2,000 万元
法定代表人	戴跃锋
成立日期	2012 年 11 月 13 日
经营范围	化妆品、保健用品的生产；化妆品的研发；保健品的研发；软件技术转让；电子技术转让；智能化技术转让；电器设备技术咨询；信息技术咨询服务；软件服务；软件技术服务；电子技术服务；信息电子技术服务；信息系统集成服务；生物技术开发服务；计算机网络系统工程服务；软件开发；电子商务平台的开发建设；计算机软件、保健品、保健用品、化妆品、日用百货、清洁用品、化工产品（不含危险化学品和监控品）的销售；清洁用品批发；家用电器批发；电子产品批发；家用电器及电子产品零售；自营和代理各类商品及技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。(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)
股东情况	御家汇持股 100%

（2）主营业务与发行人主营业务的关系

御泥坊现为“御泥坊”品牌的经营主体。

（3）主要财务数据

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日/2017 年度	2016 年 12 月 31 日/2016 年度	2015 年 12 月 31 日/2015 年度
总资产	49,840.29	49,655.62	51,323.76
净资产	14,037.21	16,356.64	11,415.81
营业收入	111,608.17	103,864.44	71,583.44
净利润	1,400.88	5,310.29	4,710.21

注：上述财务数据已经天职国际审计。

（4）下属分公司

公司名称	成立日期	经营场所	主营业务
天心区一分公司	2014 年 4 月 17 日	长沙市天心区黄兴南路 445 号 1 层 la07-la07b 号	负责线下门店“悦荟店”的产品销售业务

天心区二分公司	2014 年 4 月 4 日	长沙市天心区黄兴南路步行商业街西厢南栋 1230 号	负责线下门店“C 区店”的产品销售业务

注：截至本招股说明书签署日，天心区一分公司已闭店，正在办理注销手续中。

2、湖南御家化妆品制造有限公司

（1）基本情况

公司名称	湖南御家化妆品制造有限公司
注册地址	长沙高新开发区青山路 668 号
注册资本	5,000 万元
实收资本	5,000 万元
法定代表人	张虎儿
成立日期	2014 年 9 月 2 日
经营范围	化妆品生产；生物技术开发服务；化妆品的研发；互联网信息技术咨询；信息技术咨询服务；化妆品、日用品、清洁用品、化工产品的销售；自营和代理各类商品及技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。（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）。
股东情况	御家汇持股 100%

（2）主营业务与发行人主营业务的关系

御家制造主要从事护肤品的原料采购和产品生产（含委托加工）业务，协助发行人生产自有品牌产品。

（3）主要财务数据

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
总资产	69,800.06
净资产	20,691.36
营业收入	75,492.00
净利润	12,070.76

注：上述财务数据已经天职国际审计。

（4）下属分公司

企业名称	湖南御家化妆品制造有限公司上海分公司
成立日期	2014 年 11 月 18 日
注册地址	上海市徐汇区桂平路 333 号 6 号楼 804、805、808 室
经营范围	生物科技（转基因生物、人体干细胞基因诊断除外）领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让，化妆品的研发，化妆品、日用品、清洁用品、洗涤用品、化工原料及产品（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）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）
主营业务	主要承担公司部分企划和研发工作

3、湖南御家科技有限公司

（1）基本情况

公司名称	湖南御家科技有限公司
注册地址	长沙高新开发区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 1501-4 号
注册资本	200 万元
实收资本	200 万元
法定代表人	张虎儿
成立日期	2014 年 9 月 24 日
经营范围	软件开发；软件技术转让；电子技术转让；软件技术服务；信息技术咨询服务；智能化技术服务；电子技术服务；信息电子技术服务；信息系统集成服务；电子产品生产；电子产品研发；电子商务平台的开发建设；计算机软件、日用百货、清洁用品、家用电器、电子产品、化妆品、化工产品（不含危险化学品及监控品）的销售；广告设计；广告制作服务。（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）
股东情况	御家汇持股 100%

（2）主营业务与发行人主营业务的关系

御家科技主要从事计算机软件的研发、信息技术服务，为发行人提供信息技术服务。

（3）主要财务数据

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日/2017 年度

总资产	677.02
净资产	262.78
营业收入	495.75
净利润	91.26

注：上述财务数据已经天职国际审计。

4、湖南御家化妆品有限公司

（1）基本情况

公司名称	湖南御家化妆品有限公司
注册地址	湖南省邵阳市隆回县桃洪镇城东南工业园
注册资本	200 万元
实收资本	200 万元
法定代表人	张虎儿
成立日期	2012 年 12 月 27 日
经营范围	化妆品、日用品、清洁用品、化工原料（监控化学品和危险化学品除外）的销售，化工产品零售；市场营销策划服务；品牌推广营销；软件技术服务。（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）
股东情况	御家汇持股 100%

（2）主营业务与发行人主营业务的关系

湖南御家主要在“天猫”等线上平台和部分线下门店从事销售业务。

（3）主要财务数据

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
总资产	1,112.56
净资产	1,017.50
营业收入	3,823.34
净利润	389.89

注：上述财务数据已经天职国际审计。

（4）下属分公司

公司名称	成立日期	经营场所	主营业务
天心区四分公司	2014 年 10 月 22 日	长沙市天心区解放西路 398 号涵相大厦长沙女人世界购物中心将军楼 1017、1018、1019 号商铺	负责线下门店“太平街店”的销售业务
岳麓区一分公司	2014 年 12 月 3 日	湖南省长沙市岳麓区岳麓街道麓山南路 732 号	负责线下门店“麓山南路店”的销售业务
岳麓区三分公司	2015 年 7 月 22 日	湖南省长沙市岳麓区银盆岭街道岳麓大道 57 号奥克斯广场商业栋三层 303 号	负责线下门店“奥克斯店”的销售业务
岳麓区四分公司	2017 年 3 月 27 日	湖南省长沙市岳麓区望城坡街道枫林三路 49 号河西交通枢纽项目步行内街（T3 栋首层）L2、L3 号	负责线下门店“汽车西站”的销售业务
芙蓉区一分公司	2015 年 7 月 9 日	湖南省长沙市芙蓉区定王台街道黄兴中路 188 号乐和城购物中心 1-0001 号 KB10 岛柜	负责线下门店“乐和城店”的销售业务

5、湖南花瑶花化妆品有限公司

（1）基本情况

公司名称	湖南花瑶花化妆品有限公司
注册地址	长沙高新开发区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 幢 15 层 1501-3 号
注册资本	200 万元
实收资本	200 万元
法定代表人	戴跃锋
成立日期	2012 年 12 月 27 日
经营范围	化妆品、日用品、清洁用品的销售；化工原料（监控化学品、危险化学品除外）销售；化工产品零售；市场营销策划服务；品牌推广营销；软件技术服务。（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）
股东情况	御家汇持股 100%

（2）主营业务与发行人主营业务的关系

花瑶花现为“花瑶花”品牌的经营主体。

（3）主要财务数据

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
总资产	563.49
净资产	355.96
营业收入	1,979.22
净利润	66.01

注：上述财务数据已经天职国际审计。

6、湖南师夷家化妆品有限公司

（1）基本情况

公司名称	湖南师夷家化妆品有限公司
注册地址	长沙高新开发区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 1501-1 号
注册资本	200 万元
实收资本	200 万元
法定代表人	戴跃锋
成立日期	2012 年 11 月 19 日
经营范围	化妆品、日用品、清洁用品的销售；化工原料（监控化学品、危险化学品除外）销售；化工产品零售；市场营销策划服务；品牌推广营销；软件技术服务。（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）
股东情况	御家汇持股 100%

（2）主营业务与发行人主营业务的关系

师夷家现为“师夷家”品牌的经营主体。

（3）主要财务数据

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
总资产	315.06
净资产	154.45
营业收入	1,195.40
净利润	-1.05

注：上述财务数据已经天职国际审计。

7、长沙小迷糊化妆品有限公司

（1）基本情况

公司名称	长沙小迷糊化妆品有限公司
注册地址	长沙高新开发区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 1501-2 号
注册资本	200 万元
实收资本	200 万元
法定代表人	戴跃锋
成立日期	2012 年 12 月 12 日
经营范围	化妆品、日用品、清洁用品、日用百货、卫生用品、眼镜、箱、包、工艺品的销售；化工产品、厨房用具及日用杂品、宝石饰品、玉石饰品、水晶饰品、珍珠饰品、日杂的零售；家居饰品、钻石饰品的批发；人造首饰、饰品零售 ；化工原料（监控化学品、危险化学品除外）销售 ；市场营销策划服务；品牌推广营销；软件技术服务。（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）
股东情况	御家汇持股 100%

（2）主营业务与发行人主营业务的关系

小迷糊现为“小迷糊”品牌的经营主体。

（3）主要财务数据

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
总资产	4,633.47
净资产	1,189.86
营业收入	21,831.09
净利润	-145.20

注：上述财务数据已经天职国际审计。

8、湖南汇美丽电子商务有限公司

（1）基本情况

公司名称	湖南汇美丽电子商务有限公司

注册地址	长沙高新开发区尖山路 39 号长沙中电软件园总部大楼 3 楼 317 房
注册资本	200 万元
实收资本	200 万元
法定代表人	戴跃锋
成立日期	2012 年 12 月 26 日
经营范围	在互联网从事以下经营活动：化妆品、日用品、清洁用品、化工原料（监控化学品、危险化学品除外）销售；化工产品零售；网络技术的研发；信息技术咨询服务；电子商务平台的开发建设；软件开发；自营和代理各类商品及技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外；计算机软件的销售；广告设计；广告制作服务。（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）
股东情况	御家汇持股 100%

（2）主营业务与发行人主营业务的关系

汇美丽主要在“淘宝”、“天猫”等电商平台开展线上销售业务。

（3）主要财务数据

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
总资产	422.92
净资产	351.59
营业收入	1,138.94
净利润	144.17

注：上述财务数据已经天职国际审计。

9、湖南花花草草化妆品有限公司

（1）基本情况

公司名称	湖南花花草草化妆品有限公司
注册地址	湖南省邵阳市隆回县城东南工业园
注册资本	200 万元
实收资本	200 万元

法定代表人	戴跃锋
成立日期	2013 年 6 月 6 日
经营范围	化妆品的研发；生物技术开发服务；市场营销策划服务；品牌推广营销；软件技术服务；化妆品、日用品的销售。（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）
股东情况	御家汇持股 100%

（2）主营业务与发行人主营业务的关系

花花草草现为“花花草草”品牌的经营主体。

（3）主要财务数据

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
总资产	93.50
净资产	91.06
营业收入	25.52
净利润	-16.36

注：上述财务数据已经天职国际审计。

10、长沙御家化妆品有限公司

（1）基本情况

公司名称	长沙御家化妆品有限公司
注册地址	长沙高新开发区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 15 层 1501-6 号
注册资本	50 万元
实收资本	50 万元
法定代表人	张虎儿
成立日期	2016 年 1 月 12 日
经营范围	化妆品及卫生用品、日用品、清洁用品、计算机软件的销售；广告制作服务；化工原料（监控化学品、危险化学品除外）销售 ；化工产品零售；网络技术的研发；信息技术咨询服务；电子商务平台的开发建设；软件开发；自营和代理各类商品及技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外；广告设计；市场营销策划服务；品牌推广营销。（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）

股东情况	御家汇持股 100%

（2）主营业务与发行人主营业务的关系

长沙御家主要在“淘宝”、“速卖通”等平台开展线上销售业务。

（3）主要财务数据

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
总资产	1,237.80
净资产	-184.24
营业收入	982.39
净利润	-230.71

注：上述财务数据已经天职国际审计。

11、湖南御泥坊男士化妆品有限公司

（1）基本情况

公司名称	湖南御泥坊男士化妆品有限公司
注册地址	长沙高新开发区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 5 层 501-1 号
注册资本	200 万元
实收资本	200 万元
法定代表人	张虎儿
成立日期	2016 年 3 月 7 日
经营范围	化妆品零售；软件技术转让；软件技术服务；软件服务；软件开发；电子技术转让；电子技术服务；电器设备技术咨询；智能化技术转让；信息系统集成服务；信息电子技术服务；生物技术开发服务；计算机网络系统工程服务；电子商务平台的开发建设；自营和代理各类商品及技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外；化妆品、保健品的研发；化妆品、保健用品的生产；计算机软件、保健品、保健用品、清洁用品的销售；日用百货、化工产品、家用电器及电子产品的零售；清洁用品、家用电器、电子产品的批发。（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）
股东情况	御家汇持股 100%

（2）主营业务与发行人主营业务的关系

御泥坊男士现为“御泥坊男士”品牌的经营主体。

（3）主要财务数据

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
总资产	747.31
净资产	40.75
营业收入	2,231.06
净利润	-90.43

注：上述财务数据已经天职国际审计。

12、湖南御家韩美管理咨询有限公司

（1）基本情况

公司名称	湖南御家韩美管理咨询有限公司
注册地址	长沙高新开发区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 15 层 1501-7 号
注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
法定代表人	张虎儿
成立日期	2016 年 5 月 10 日
经营范围	企业管理咨询服务；企业管理服务；护肤品、化妆品及卫生用品、眼镜、箱、包的销售；厨房用具及日用杂品、日杂、百货的零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股东情况	御家汇持股 100%

（2）主营业务与发行人主营业务的关系

御家韩美主要协助发行人开展国际业务。

（3）主要财务数据

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
总资产	659.98
净资产	433.87

营业收入	146.05
净利润	-47.81

注：上述财务数据已经天职国际审计。

13、香港御家国际科技有限公司

（1）基本情况

公司名称	香港御家国际科技有限公司
注册地址	香港湾仔港湾道 6-8 号瑞安中心 33 字楼 3312 室
股本	67,699,062.52 港元
董事	戴跃锋
成立日期	2015 年 4 月 20 日
股东情况	御家汇持股 100%

（2）主营业务与发行人主营业务的关系

御家国际主要协助发行人开展国际业务。

（3）主要财务数据

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
总资产	7,606.51
净资产	5,640.74
营业收入	-
净利润	-42.77

注：上述财务数据已经天职国际审计。

14、香港薇风科技有限公司

（1）基本情况

公司名称	香港薇风科技有限公司
注册地址	香港湾仔港湾道 6-8 号瑞安中心 33 字楼 3312 室
股本	10,140,960 港元
董事	戴跃锋、朱珊

成立日期	2015 年 6 月 23 日
股东情况	御家国际持股 90%，新海环球有限公司持股 10%

（2）香港薇风的少数股东—新海环球有限公司

企业名称	新海环球有限公司
注册登记日期	2015 年 4 月 29 日
注册地址	Offshore Chambers,P.O.Box 217,Apia,Samoa
登记资本额	100 万美元
已发行股份	1,000,000 股
登记董事	何海
登记股东及所持股份	何海持有 1,000,000 股股份
实际控制人	何海

（3）主营业务与发行人主营业务的关系

香港薇风现为“薇风”品牌的境外经营实体。

（4）主要财务数据

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
总资产	1,943.66
净资产	729.26
营业收入	1,567.42
净利润	-367.47

注：上述财务数据已经天职国际审计。

（5）下属分公司

公司名称	香港薇风科技有限公司台湾分公司
成立日期	2016 年 9 月 29 日
注册地址	嘉义市西区福全里北港路 157 号
主营业务	主要负责“薇风”品牌在台湾地区委托加工和销售业务

15、长沙薇风化妆品有限公司

（1）基本情况

公司名称	长沙薇风化妆品有限公司
注册地址	长沙高新开发区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 15 层 1501-5 号
注册资本	50 万元
实收资本	50 万元
法定代表人	张虎儿
成立日期	2016 年 2 月 3 日
经营范围	化妆品的研发；化妆品的生产；化妆品、日用百货、家电及电子产品的零售；软件开发；软件服务；软件技术转让；软件技术服务；电子技术转让；信息技术咨询服务；信息电子技术服务；信息系统集成服务；计算机网络系统工程服务；电子商务平台的开发建设；计算机软件、清洁用品的销售；家用电器批发；电子产品批发；化工原料（监控化学品、危险化学品除外）销售 。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股东情况	香港薇风持股 100%

（2）主营业务与发行人主营业务的关系

长沙薇风现为“薇风”品牌在内地的经营主体。

（3）主要财务数据

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
总资产	767.15
净资产	-708.61
营业收入	41.13
净利润	-679.79

注：上述财务数据已经天职国际审计。

16、香港御家韩美科技有限公司

（1）基本情况

公司名称	香港御家韩美科技有限公司
注册地址	香港湾仔港湾道 6-8 号瑞安中心 33 字楼 3312 室

股本	100 美元
董事	戴跃锋
成立日期	2015 年 12 月 30 日
股东情况	御家国际持股 100%

（2）主营业务与发行人主营业务的关系

香港御家韩美主要从事“丽得姿”、“城野医生”品牌的销售业务。

（3）主要财务数据

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
总资产	8,782.65
净资产	2,480.48
营业收入	19,527.04
净利润	3,052.17

注：上述财务数据已经天职国际审计。

17、香港御妍科技有限公司

（1）基本情况

公司名称	香港御妍科技有限公司
注册地址	香港湾仔港湾道 6-8 号瑞安中心 33 字楼 3312 室
股本	7,418,398 港元
董事	戴跃锋、朱珊、郭保辰
成立日期	2015 年 7 月 29 日
股东情况	御家国际持股 77.5%，Rainbow Partner Limited 持股 22.5%

（2）香港御妍的少数股东—Rainbow Partner Limited

企业名称	Rainbow Partner Limited
注册登记日期	2015 年 1 月 16 日
注册地址	Offshore Chambers,P.O.Box 217,Apia,Samoa
登记资本额	100 万美元

已发行股份	562,500 股
登记董事	郭保辰
登记股东及所持股份	郭保辰持有 562,500 股股份
实际控制人	郭保辰

（3）主营业务与发行人主营业务的关系

香港御妍主要为“御泥坊”品牌在国际市场的经营实体，协助“御泥坊”品牌拓展国际市场。

（4）主要财务数据

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
总资产	585.19
净资产	269.29
营业收入	63.02
净利润	-285.94

注：上述财务数据已经天职国际审计。

（5）下属分公司

公司名称	香港御妍科技有限公司台湾分公司
成立日期	2016 年 11 月 14 日
注册地址	台中市南屯区水安街 12 号
经营范围	化妆品制造业、日常用品零售业、其他零售业、无店面零售业、化妆品批发业、清洁用品制造业。
主营业务	主要负责“御泥坊”品牌在台湾地区委托加工和销售业务

18、Yujiahui Korea Corporation（韩国）

（1）基本情况

公司名称	Yujiahui Korea Corporation
注册地址	韩国首尔特别市中区退溪楼 100，6 层（会贤洞 2 街）
注册资本	61,500,000 韩元
成立时间	2016 年 9 月 9 日

股东情况	御家韩美持股 100%

（2）主营业务与发行人主营业务的关系

御家汇韩国主要从事韩国面膜品牌的运营业务。

（3）主要财务数据

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
总资产	31.29
净资产	29.26
营业收入	42.48
净利润	-3.79

注：上述财务数据已经天职国际审计。

19、SmartFarm Cosmetics Co.,Ltd.（韩国）

（1）基本情况

公司名称	SmartFarm Cosmetics Co.,Ltd.
注册地址	韩国首尔特别市江南区鸭欧亭路 14 街 42（新沙洞）
注册资本	1,250,000,000（韩元）
成立日期	2016 年 8 月 16 日
股东情况	御家韩美持股 70%；COSON Co.,Ltd 社持股 30%

（2）诗蔓芳的少数股东—COSON Co.,Ltd（韩国上市公司）

企业名称	COSON Co.,Ltd
成立日期	1999 年 12 月 7 日
注册地址	韩国首尔市江南区永东大路 333 号，6 层（大峙洞，东源大厦）
注册资本	KWR9,389,883,500
已发行股份	18,779,767 股
经营模式	株式会社 / 科斯达克上市法人（股票代码 069110）
实际控制人	李东键

（3）主营业务与发行人主营业务的关系

诗蔓芳设立目的是为了与韩国面膜制造商 COSON 株式会社进行合作研发、生产与销售化妆品，该公司已于 2017 年 11 月注销。

（4）主要财务数据

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
总资产	-
净资产	-
营业收入	-
净利润	-18.37

注：上述财务数据已经天职国际审计。

（二）参股公司

截至本招股说明书签署日，发行人无参股公司。

五、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）控股股东与实际控制人基本情况

1、湖南御家投资管理有限公司

截至本招股说明书签署日，御家投资持有发行人 31.34%的股权，为发行人控股股东。

（1）基本情况

公司名称	湖南御家投资管理有限公司
注册地址	长沙高新开发区尖山路 39 号长沙中电软件园有限公司总部大楼 3 楼 321 室
注册资本	300 万元
实收资本	300 万元
法定代表人	戴跃锋
成立日期	2012 年 9 月 14 日

经营范围	投资管理服务，投资咨询服务；（以上经营项目不得从事吸收存款、集资收款、受托贷款、发放贷款等国家金融监管及财政信用业务）；商务信息咨询、企业管理咨询；企业营销策划、企业形象策划。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股东情况	戴跃锋持股 97%，覃瑶莹持股 3%

注：覃瑶莹为戴跃锋配偶。

（2）主营业务与发行人主营业务的关系

御家投资主要从事投资管理业务，除持有发行人 31.34%的股权外，无其他对外投资。

（3）财务情况

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
总资产	356.14
净资产	278.03
营业收入	0.00
净利润	-14.16

注：上述数据已经天职国际审计。

2、戴跃锋

戴跃锋先生直接持有公司 12.61%的股份，并通过御家投资和汀汀咨询间接控制公司 45.89%的股份，为公司的实际控制人。

戴跃锋，1982 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号 4305251982********。

（二）持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况

1、长沙汀汀企业管理咨询合伙企业（有限合伙）

（1）基本情况

合伙企业名称	长沙汀汀企业管理咨询合伙企业（有限合伙）

注册地址	长沙高新开发区尖山路 39 号长沙中电软件园有限公司总部大楼 3 楼 316 室
成立日期	2015 年 12 月 21 日
经营范围	企业管理咨询服务。（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）

截至本招股说明书签署日，汀汀咨询持有发行人 14.55%的股权，汀汀咨询的实际控制人为戴跃锋，汀汀咨询合伙人情况如下：

序号	姓名	出资额（万元）	出资比例	合伙人性质
1	戴跃锋	3.00	30%	执行事务合伙人
2	湖南御家投资管理有限公司	7.00	70%	有限合伙人

（2）主营业务与发行人主营业务的关系

汀汀咨询主要从事股权投资、管理咨询业务，除持有发行人 14.55%的股权外，无其他对外投资。

2、长沙御投投资管理合伙企业（有限合伙）

（1）基本情况

合伙企业名称	长沙御投投资管理合伙企业（有限合伙）
注册地址	长沙高新开发区尖山路 39 号长沙中电软件园总部大楼 3 楼 318 室
成立日期	2014 年 9 月 30 日
经营范围	投资管理服务（不得从事吸收存款、集资收款、受托贷款、发放贷款等国家金融监管及财政信用业务）。（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）

截至本招股说明书签署日，御投投资持有发行人 7.95%的股权。御投投资是为持有公司股权而设立的员工持股企业。合伙人包括公司及下属子公司现任中高层管理人员、核心员工以及在公司发展历史上做出重大贡献的员工。御投投资的普通合伙人为张虎儿，其主营业务为股权投资，除持有发行人 7.95%的股权外，无其他对外投资。

截至本招股说明书签署日，御投投资的合伙人姓名、合伙人类型、任职情况、权益比例如下：

序号	合伙人	合伙人类型	任职情况	权益比例
1	张虎儿	普通合伙人	董事、副总经理	4.0444%
2	方骅	有限合伙人	御泥坊首席执行官	28.4861%
3	晏德军	有限合伙人	副总经理、财务总监	4.9564%
4	吴小瑾	有限合伙人	副总经理、董事会秘书	4.8833%
5	朱珊	有限合伙人	董事、副总经理	4.3616%
6	戴跃锋	有限合伙人	董事长、总经理	4.0018%
7	欧丹青	有限合伙人	证券事务代表	3.3287%
8	戴开波	有限合伙人	运营总监	3.1121%
9	钟如意	有限合伙人	运营总监	2.8529%
10	王思妮	有限合伙人	运营总监	2.7904%
11	张廷志	有限合伙人	运营总监	2.2799%
12	陈喆	有限合伙人	董事、运营总监	2.2780%
13	卢文亭	有限合伙人	运营总监	2.2750%
14	姜芬	有限合伙人	运营总监	2.2254%
15	赵成梁	有限合伙人	监事、运营总监	2.0941%
16	邬亮	有限合伙人	运营总监	1.9925%
17	余琼	有限合伙人	财务人员	1.9925%
18	曹浩文	有限合伙人	运营总监	1.9925%
19	何雯	有限合伙人	运营总监	1.5266%
20	江燕青	有限合伙人	总监设计师	1.4512%
21	熊俊	有限合伙人	运营总监	1.4373%
22	宾婧	有限合伙人	运营总监	1.4373%
23	旷毅	有限合伙人	监事、运营总监	1.4373%
24	康文术	有限合伙人	研发工程师	1.4175%
25	杨洋	有限合伙人	运营总监	1.2589%
26	周向平	有限合伙人	运营总监	1.0458%
27	郑灿	有限合伙人	运营专员	1.0260%
28	谢玲	有限合伙人	运营专员	1.0260%
29	王歧钊	有限合伙人	运营专员	0.9516%
30	吴恋慧	有限合伙人	运营经理	0.9169%
31	胡雪飞	有限合伙人	运营经理	0.8921%
32	殷杰	有限合伙人	运营专员	0.7633%

序号	合伙人	合伙人类型	任职情况	权益比例
33	杨晶	有限合伙人	运营经理	0.6790%
34	金婷	有限合伙人	运营经理	0.6790%
35	曹牧星	有限合伙人	运营经理	0.6443%
36	徐昕	有限合伙人	运营总监	0.4956%
37	吉彩平	有限合伙人	运营总监	0.3965%
38	汤超华	有限合伙人	运营专员	0.1735%
39	杨威	有限合伙人	运营总监	0.1487%
40	黄威	有限合伙人	运营经理	0.1239%
41	邓维盛	有限合伙人	运营专员	0.0991%
42	廖宇香	有限合伙人	运营经理	0.0248%
合计				**100.0000%**

3、深圳市创新投资集团有限公司

（1）基本情况

公司名称	深圳市创新投资集团有限公司
注册地址	深圳市福田区深南大道 4009 号投资大厦 11 层 B 区
注册资本	420,224.952 万元
实收资本	420,224.952 万元
法定代表人	倪泽望
成立日期	1999 年 08 月 25 日
经营范围	创业投资业务；代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务；创业投资咨询业务；为创业企业提供创业管理服务业务；参与设立创业投资企业与创业投资管理顾问机构；股权投资；投资股权投资基金；股权投资基金管理、受托管理投资基金（不得从事证券投资活动；不得以公开方式募集资金开展投资活动；不得从事公开募集基金管理业务）；受托资产管理、投资管理（不得从事信托、金融资产管理、证券资产管理及其他限制项目）；投资咨询（根据法律、行政法规、国务院决定等规定需要审批的，依法取得相关审批文件后方可经营）；企业管理咨询；企业管理策划；全国中小企业股份转让系统做市业务；在合法取得使用权的土地上从事房地产开发经营业务。

截至本招股说明书签署日，深创投的股权情况如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例
1	深圳市人民政府国有资产监督管理委员会	118,483.26	28.20%
2	深圳市星河房地产开发有限公司	73,081.41	17.39%
3	上海大众公用事业（集团）股份有限公司	58,543.80	13.93%
4	深圳市远致投资有限公司	53,760.00	12.79%
5	深圳市立业集团有限公司	19,459.78	4.63%
6	福建七匹狼集团有限公司	19,459.78	4.63%
7	广东电力发展股份有限公司	15,435.00	3.67%
8	深圳市亿鑫投资有限公司	13,917.12	3.31%
9	深圳能源集团股份有限公司	21,139.09	5.03%
10	深圳市福田投资发展公司	10,273.82	2.44%
11	深圳市盐田港集团有限公司	9,807.00	2.33%
12	广深铁路股份有限公司	5,884.20	1.40%
13	中兴通讯股份有限公司	980.70	0.23%
合计		**420,224.95**	**100.00%**

深创投实际控制人为深圳市人民政府国有资产监督管理委员会。

（2）主营业务与发行人主营业务的关系

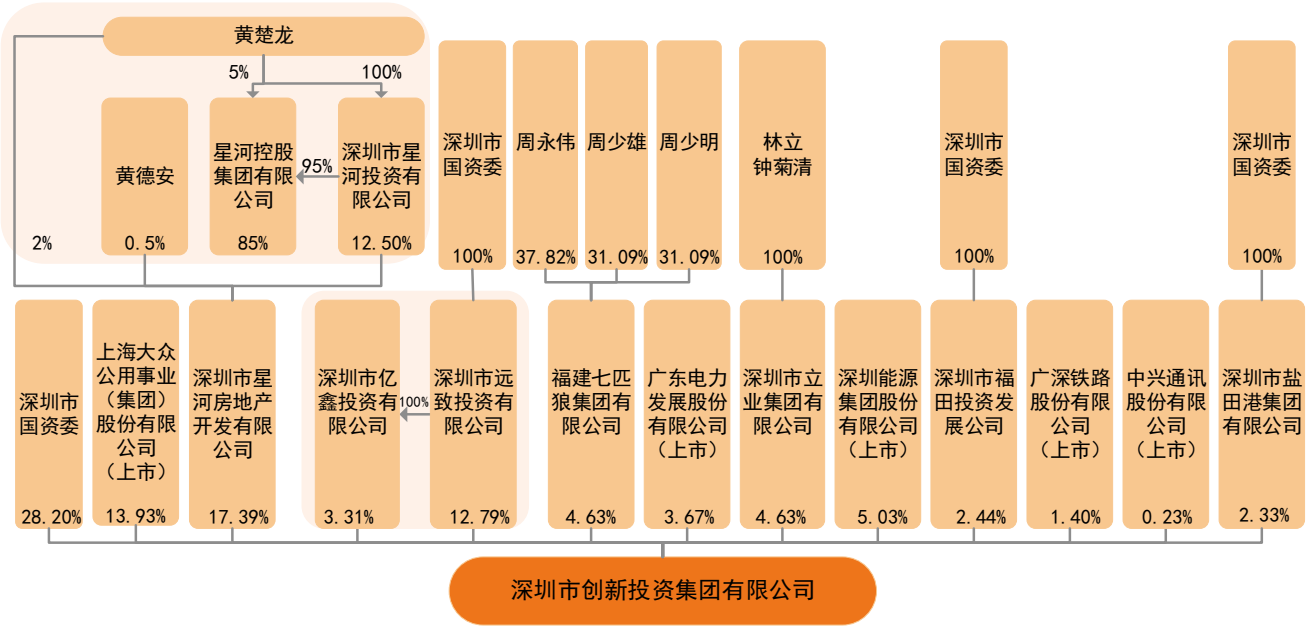
深创投主要从事投资管理业务，与公司业务不存在同业竞争情况。

（3）私募基金备案情况

根据中国证券投资基金业协会核发的《私募投资基金管理人登记证明》，深创投已根据《证券投资基金法》和《私募投资基金监督管理暂行办法》等法律、规章的要求，于 2014 年 4 月 22 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统完成备案，基金编号为 SD2401，登记编号为 P1000284。

（4）股权结构图

截至本招股说明书签署日，深创投的股权结构如下：



4、深圳市红土生物创业投资有限公司

深创投直接持有红土创投 36.00%的股权，为红土创投的控股股东，两者为一致行动关系。

（1）基本情况

公司名称	深圳市红土生物创业投资有限公司
注册地址	深圳市福田区深南大道 4009 号投资大厦 12 层 E3 区
注册资本	25,000 万元
实收资本	25,000 万元
法定代表人	孙东升
成立日期	2011 年 06 月 28 日
经营范围	创业投资业务；代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务；创业投资咨询业务；为创业企业提供创业管理服务业务；工商审批机构批准的其他创业投资业务。

截至本招股说明书签署日，红土创投的股权情况如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例
1	深圳市创新投资集团有限公司	9,000.00	36.00%
2	深圳市引导基金投资有限公司	5,000.00	20.00%

3	盈富泰克创业投资有限公司	5,000.00	20.00%
4	七匹狼控股集团股份有限公司	2,500.00	10.00%
5	顾晨	1,500.00	6.00%
6	深圳市国融投资基金管理有限公司	1,000.00	4.00%
7	湖北省盛合投资担保有限公司	1,000.00	4.00%
合计		**25,000.00**	**100.00%**

（2）主营业务与发行人主营业务的关系

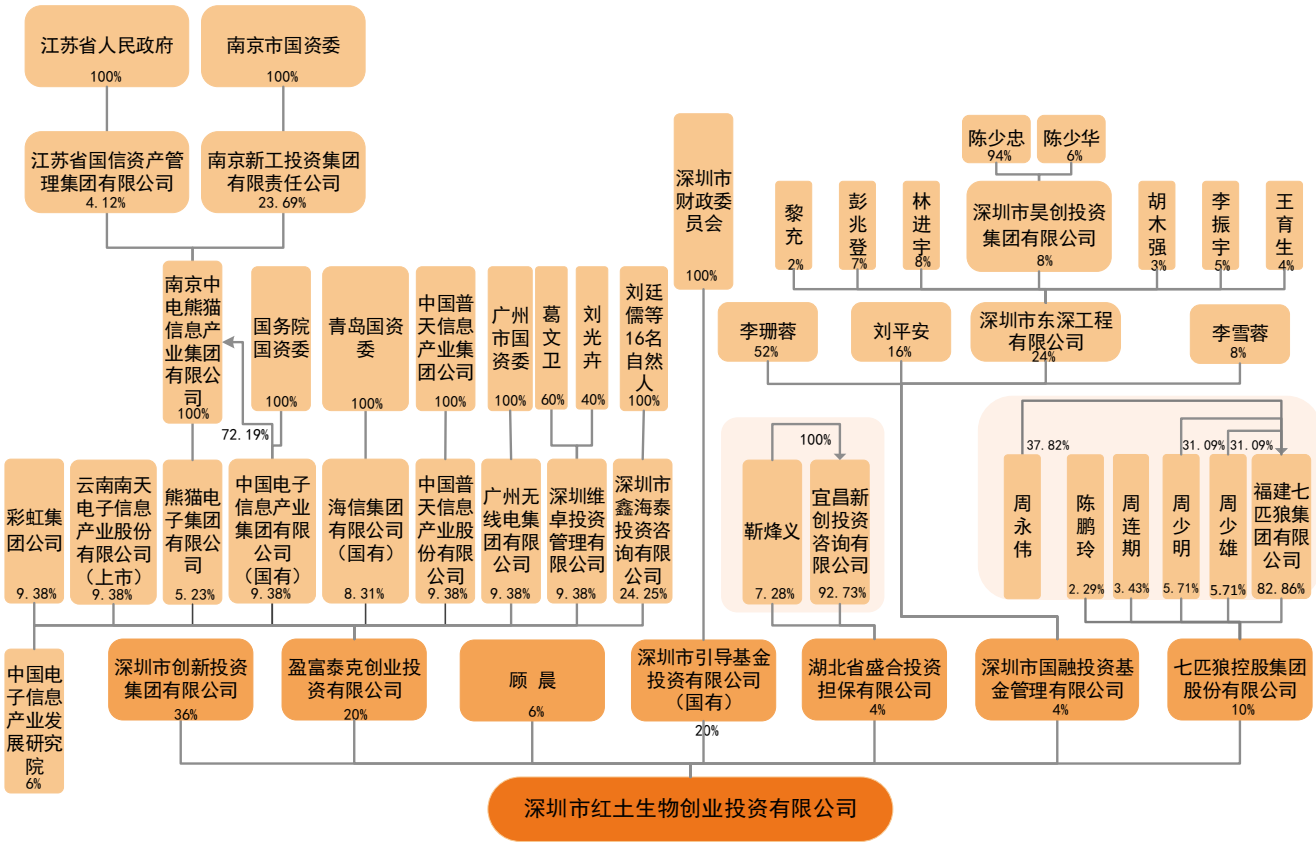
红土创投主要从事投资管理业务，与公司业务不存在同业竞争情况。

（3）私募基金备案情况

根据中国证券投资基金业协会核发的《私募投资基金证明》，红土创投已根据《证券投资基金法》和《私募投资基金监督管理暂行办法》等法律、规章的要求，于 2015 年 5 月 11 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统完成备案，基金编号为 SD5183。红土创投的基金管理人为深圳市创新资本投资有限公司，登记日期为 2014 年 4 月 22 日，登记编号为 P1000980。

（4）股权结构图

截至本招股说明书签署日，红土创投的股权结构如下：



（三）控股股东和实际控制人控制的其他主要企业单位的情况

1、控股股东控制的其他企业单位

截至本招股说明书签署日，发行人控股股东御家投资除控制发行人及其子公司外，未控制其他企业单位。

2、实际控制人控制的其他企业单位

截至本招股说明书签署日，发行人实际控制人戴跃锋除控制御家投资、汀汀咨询和发行人及其子公司外，无其他控制的企业单位。

（四）控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份存在质押或其他争议情况

控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份不存在质押或其他争议。

六、发行人股本情况

（一）本次发行前后发行人的股本及股东情况

本次发行前，发行人总股本为 12,000 万股，公司本次拟向社会公众公开发行不超过 4,000 万股人民币普通股(A 股)，其中公开发行新股的数量不超过 4,000 万股，公司相关股东公开发售股份数量不超过 1,000 万股，且不得超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量。如股东不公开发售股份，发行前后的股本情况如下：

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数量（股）	持股比例	持股数量（股）	持股比例
1	御家投资	37,609,496	31.34%	37,609,496	23.51%
2	汀汀咨询	17,460,000	14.55%	17,460,000	10.91%
3	戴跃锋	15,132,004	12.61%	15,132,004	9.46%
4	御投投资	9,534,518	7.95%	9,534,518	5.96%
5	深创投	8,506,156	7.09%	8,506,156	5.32%
6	前海投资	5,928,000	4.94%	5,928,000	3.71%
7	顺为资本	5,820,000	4.85%	5,820,000	3.64%
8	刘海浪	5,560,156	4.63%	5,560,156	3.48%
9	方骅	3,104,000	2.59%	3,104,000	1.94%
10	红土创投	2,835,382	2.36%	2,835,382	1.77%
11	黄锦峰	2,041,476	1.70%	2,041,476	1.28%
12	御投叁号	1,328,516	1.11%	1,328,516	0.83%
13	袁昭玲	1,200,000	1.00%	1,200,000	0.75%
14	戴开波	1,020,724	0.85%	1,020,724	0.64%
15	御投贰号	949,864	0.79%	949,864	0.59%
16	刘璐	582,000	0.49%	582,000	0.36%
17	朱珊	340,248	0.28%	340,248	0.21%

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数量（股）	持股比例	持股数量（股）	持股比例
18	张虎儿	338,354	0.28%	338,354	0.21%
19	王安全	272,144	0.23%	272,144	0.17%
20	吴小瑾	232,800	0.19%	232,800	0.15%
21	王歧钊	147,476	0.12%	147,476	0.09%
22	王思妮	56,686	0.05%	56,686	0.04%
23	公众投资者	0	0.00%	40,000,000	25.00%
合　计		**120,000,000**	**100.00%**	**160,000,000**	**100.00%**

（二）本次发行前后自然人股东及其在发行人处任职情况

本次发行前，公司自然人股东共 13 名，其直接持股情况和在发行人处担任职务情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	发行前持股比例	发行后持股比例	在公司任职情况
1	戴跃锋	1,513.20	12.61%	9.46%	董事长、总经理
2	刘海浪	556.02	4.63%	3.48%	-
3	方骅	310.40	2.59%	1.94%	御泥坊首席执行官
4	黄锦峰	204.15	1.70%	1.28%	-
5	袁昭玲	120.00	1.00%	0.75%	-
6	戴开波	102.07	0.85%	0.64%	运营总监
7	刘璐	58.20	0.48%	0.36%	-
8	朱珊	34.02	0.28%	0.21%	董事、副总经理
9	张虎儿	33.84	0.28%	0.21%	董事、副总经理
10	王安全	27.21	0.23%	0.17%	-
11	吴小瑾	23.28	0.19%	0.15%	副总经理、董事会秘书
12	王歧钊	14.75	0.12%	0.09%	运营专员
13	王思妮	5.67	0.05%	0.04%	运营总监
合　计		**3,002.80**	**25.01%**	**18.77%**	-

（三）申报前一年新增股东情况

公司申报前一年新增自然人股东为刘璐、王歧钊、王思妮、王安全、袁昭玲。

刘璐，女，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号 4305231985********。2010 年 9 月至 2014 年 11 月，自由职业；2014 年 12 月至今担任深圳市东青富华投资发展有限公司执行董事、总经理。

刘璐与刘海浪于 2016 年 4 月签订《股权转让协议》，刘海浪将其持有发行人的 0.5%的股权无偿转让给刘璐，本次股权转让系股权还原。

王歧钊，男，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号 4305811986********。2010 年 11 月至 2012 年 12 月，担任湖南御家汇网络有限公司运营专员；2013 至今，担任湖南御泥坊化妆品有限公司运营专员。

王歧钊与戴开波于 2016 年 6 月签订《股权转让协议》，戴开波将其持有发行人的 0.12%的股权无偿转让给王歧钊，本次股权转让系股权还原。

王思妮，女，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号 4306021987********。2011 年 1 月至 2012 年 12 月，担任湖南御家汇网络有限公司运营专员；2013 至今，担任湖南御泥坊化妆品有限公司有限公司运营总监。

王思妮与戴开波于 2016 年 6 月签订《股权转让协议》，戴开波将其持有发行人的 0.05%的股权无偿转让给王思妮，本次股权转让系股权还原。

王安全，男，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号 4325021979********。2006 年 3 月至 2012 年 2 月，担任阿里巴巴（中国）技术有限公司总监；2013 年 3 月至 2014 年 8 月，担任湖南御家汇化妆品有限公司副总经理；2014 年 9 月至 2015 年 1 月，担任恒丰银行股份有限公司网络金融资产交易部总裁；2015 年 1 月至 2016 年 3 月，担任北京小米支付技术有限公司总经理；2016 年 3 月至今担任湖南福米信息科技有限责任公司董事长兼总经理。

王安全与御投投资于 2016 年 6 月 18 日签订《股权转让协议》，御投投资将其持有发行人的 0.23%的股权转让给王安全，同时王安全从御投投资退伙。本次股权转让实际是王安全持股方式由间接持有转变为直接持有。

袁昭玲，女，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号 4305241981********。2010 年至今，自由职业。

2017 年 8 月 31 日，湖南省长沙市岳麓区人民法院作出（2017）湘 0104 民初 4301 号《民事调解书》，在岳麓区人民法院的调解下，刘海浪将其持有的御家汇 1%的股份作为夫妻共同财产分配给袁昭玲。

截至本招股说明书签署日，公司申报前新增合伙企业股东为前海投资，前海投资合伙人如下：

单位：万元

序号	合伙人名称	合伙人类型	出资额	持股比例
1	前海方舟资产管理有限公司	普通合伙人	30,000.00	1.0526%
2	广东万和新电气股份有限公司	有限合伙人	150,000.00	5.2632%
3	君康人寿保险股份有限公司	有限合伙人	150,000.00	5.2632%
4	丰益华泰实业有限公司	有限合伙人	150,000.00	5.2632%
5	济南峰靖商贸有限公司	有限合伙人	150,000.00	5.2632%
6	深圳市中科鼎鑫管理咨询合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	150,000.00	5.2632%
7	珠海横琴富华金灿投资企业（有限合伙）	有限合伙人	150,000.00	5.2632%
8	珠海横琴富华金盛投资企业（有限合伙）	有限合伙人	150,000.00	5.2632%
9	上海行普企业管理合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	150,000.00	5.2632%
10	中国人保资产管理有限公司	有限合伙人	100,000.00	3.5088%
11	深圳市引导基金投资有限公司	有限合伙人	100,000.00	3.5088%
12	深圳市汇通金控基金投资有限公司	有限合伙人	100,000.00	3.5088%
13	深圳市龙华新区引导基金投资管理有限公司	有限合伙人	100,000.00	3.5088%
14	厦门金圆投资集团有限公司	有限合伙人	60,000.00	2.1053%
15	新兴发展集团有限公司	有限合伙人	50,000.00	1.7544%
16	深圳市中科创资产管理有限公司	有限合伙人	50,000.00	1.7544%
17	北京首都科技发展集团有限公司	有限合伙人	50,000.00	1.7544%
18	李永魁	有限合伙人	50,000.00	1.7544%
19	国信弘盛创业投资有限公司	有限合伙人	50,000.00	1.7544%
20	永诚财产保险股份有限公司	有限合伙人	50,000.00	1.7544%

序号	合伙人名称	合伙人类型	出资额	持股比例
21	深圳市安林珊资产管理有限公司	有限合伙人	50,000.00	1.7544%
22	北银丰业资产管理有限公司	有限合伙人	50,000.00	1.7544%
23	厦门市三时资产管理有限公司	有限合伙人	50,000.00	1.7544%
24	深圳市福田引导基金投资有限公司	有限合伙人	50,000.00	1.7544%
25	中国电信集团公司	有限合伙人	50,000.00	1.7544%
26	深圳太太药业有限公司	有限合伙人	50,000.00	1.7544%
27	新余市晟创投资管理有限公司	有限合伙人	50,000.00	1.7544%
28	中久联（深圳）投资咨询有限公司	有限合伙人	50,000.00	1.7544%
29	深圳市文燊威投资有限公司	有限合伙人	50,000.00	1.7544%
30	深圳市招银前海金融资产交易中心有限公司	有限合伙人	50,000.00	1.7544%
31	太平人寿保险有限公司	有限合伙人	50,000.00	1.7544%
32	深圳市创新投资集团有限公司	有限合伙人	30,000.00	1.0526%
33	深圳前海淮泽方舟创业投资企业（有限合伙）	有限合伙人	30,000.00	1.0526%
34	天津未来产业创新基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	30,000.00	1.0526%
35	新疆粤新润合股权投资有限责任公司	有限合伙人	30,000.00	1.0526%
36	陈韵竹	有限合伙人	20,000.00	0.7018%
37	建信人寿保险股份有限公司	有限合伙人	20,000.00	0.7018%
38	深圳市环亚通投资发展有限公司	有限合伙人	20,000.00	0.7018%
39	汇祥蓝天（天津）投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	20,000.00	0.7018%
40	光大永明资产管理股份有限公司	有限合伙人	20,000.00	0.7018%
41	深圳市广顺昌投资有限公司	有限合伙人	10,000.00	0.3509%
42	喀什唐商股权投资有限公司	有限合伙人	10,000.00	0.3509%
43	中钢国际工程技术股份有限公司	有限合伙人	10,000.00	0.3509%
44	郭德英	有限合伙人	10,000.00	0.3509%
45	横店集团控股有限公司	有限合伙人	10,000.00	0.3509%
46	深圳市中孚泰文化地产集团有限公司	有限合伙人	10,000.00	0.3509%
47	唐山鑫增商贸有限公司	有限合伙人	10,000.00	0.3509%
48	郑焕坚	有限合伙人	10,000.00	0.3509%
49	盘李琦	有限合伙人	10,000.00	0.3509%

序号	合伙人名称	合伙人类型	出资额	持股比例
合计			2,850,000.00	100.00%

前海投资的执行事务合伙人系前海方舟资产管理有限公司，前海方舟资产管理有限公司的控股股东为深圳前海淮泽方舟创业投资企业（有限合伙），深圳前海淮泽方舟创业投资企业（有限合伙）的执行事务合伙人为焦作市淮海咨询服务中心，焦作市淮海咨询服务中心的股东为靳海涛。因此，靳海涛是前海股权投资基金（有限合伙）的实际控制人。

2016 年 6 月，御家汇有限召开董事会，同意前海投资增资 108,247,423 元，取得御家汇有限 3%的股权，公司的注册资本变更为 23,512,389.89 元。同日，御家汇有限、御家汇原股东与前海投资签署了《增资合同书》，本次增资价格为御家汇有限、御家汇原全体股东与前海投资各方协商确定。

根据中国证券投资基金业协会核发的《私募投资基金备案证明》，前海投资已根据《证券投资基金法》和《私募投资基金监督管理暂行办法》等法律、规章的要求，于 2016 年 4 月 27 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统完成备案，基金编号为 SE8205。前海投资的基金管理人为前海方舟资产管理有限公司，登记日期为 2016 年 1 月 21 日，登记编号为 P1030546。

（四）顺为资本情况

1、顺为资本股权结构和实际控制人情况

顺为开曼基金为顺为资本的唯一股东。顺为开曼基金的普通合伙人为 Shunwei Capital Partners Ⅱ GP,L.P。Shunwei Capital Partners Ⅱ GP,L.P 于 2014 年 3 月 24 日在开曼群岛成立，注册号为 CB74221，普通合伙人是 Shunwei Capital Partners Ⅱ GP Limited(一家在 BVI 设立的有限责任公司)，其有限合伙人是 Gifted Ventures Limited 和 Team Guide Limited，合计持有 Shunwei Capital Partners Ⅱ GP,L.P 出资权益的 100%。

Shunwei Capital Partners Ⅱ GP Limited 的股东是 Gifted Ventures Limited（持股 51%）和 Team Guide Limited（持股 49%）。

Gifted Ventures Limited 是一家在英属维尔京群岛注册的公司，股东为 Koh Tuck Lye，持股 100%; Team Guide Limited 是一家在英属维尔京群岛注册的公司，股东为雷军，持股 100%。

顺为资本的实际控制人为 Koh Tuck Lye。

2、该合伙企业及其合伙人和董监高与发行人是否存在关联关系和关联交易，是否对发行人上市产生重大影响

除雷军曾担任发行人董事、顺为资本持有发行人股份外，顺为开曼基金及其合伙人和董事、监事、高级管理人员与发行人之间不存在其他关联关系，亦未发生过关联交易，不会对发行人上市产生重大影响。

（五）本次发行前各股东间的关联关系

本次发行前，戴跃锋与戴开波为堂兄弟关系，戴跃锋与王歧钊为表兄弟关系，戴跃锋与御家投资、汀汀咨询为一致行动关系，深创投和红土创投为一致行动关系，深创投持有前海投资 1.11%的合伙份额并持有前海投资普通合伙人前海方舟资产管理有限公司 20%的股权，除此之外，各股东之间不存在其他关联关系。

（六）股东公开发售股份对公司控制权、治理结构及生产经营的影响

本次发行公司股东公开发售股份符合法律、法规及《公司章程》的规定，已经履行相关决策程序，所公开发售的股份不存在权属纠纷或质押、冻结等依法不得转让的情况。戴跃锋、御家投资公开发售老股数量不超过 1,000 万股，即使按照本次股东公开发售股份数量上限计算，本次发行完成后，御家投资依然为公司控股股东，戴跃锋依然为公司实际控制人，股东公开发售股份不会导致公司控股股东及实际控制人发生变更，不会导致公司股权结构发生重大变化，对公司治理结构及生产经营不存在重大影响。

（七）股权冻结情况

报告期内，发行人股东刘海浪持有发行人的股份曾存在部分被冻结的情况，具体如下：

编号	股东姓名	冻结股份（股）	执行法院	执行裁定书文号	冻结期限
1	刘海浪	1,800,000	长沙市岳麓区法院	（2017）湘 0104 民初 4301 号	2017/06/19-2019/06/18

截至本招股说明书签署日，上述被冻结股份数量已解除冻结。

七、公司的股权激励及其他制度安排和执行情况

御投投资、御投贰号、御投叁号为公司实施股权激励的员工持股平台，御投投资基本情况参见本节“五、持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况”之“2、长沙御投投资管理合伙企业（有限合伙）”。

（一）御投贰号

1、基本情况

合伙企业名称	长沙御投贰号企业管理咨询合伙企业（有限合伙）
执行事务合伙人	王照迪
主要经营场所	长沙高新开发区尖山路 39 号长沙中电软件园总部大楼 3 楼 319 室
成立日期	2015 年 3 月 31 日
经营范围	企业管理咨询服务。(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)

截至本招股说明书签署日，御投贰号持有公司 0.79%的股权，除此之外，御投贰号无其他对外投资。

2、合伙人情况

序号	合伙人	合伙人类型	任职情况	权益比例
1	王照迪	普通合伙人	运营专员	1.9900%
2	戴跃锋	有限合伙人	董事长、总经理	19.4029%
3	向日	有限合伙人	运营总监	3.9801%
4	王建姣	有限合伙人	运营经理	3.2338%
5	黄素云	有限合伙人	运营经理	2.7363%

序号	合伙人	合伙人类型	任职情况	权益比例
6	裴雅琴	有限合伙人	运营经理	2.4876%
7	彭运	有限合伙人	运营专员	1.9900%
8	叶建	有限合伙人	运营总监	1.9900%
9	吴丹	有限合伙人	运营经理	1.9900%
10	李树林	有限合伙人	运营总监	1.9900%
11	黄晨泽	有限合伙人	运营总监	1.9900%
12	李浩	有限合伙人	运营总监	1.9900%
13	陆沐	有限合伙人	运营经理	1.9900%
14	陈茜	有限合伙人	运营总监	1.9900%
15	张剑	有限合伙人	运营总监	1.9900%
16	肖正军	有限合伙人	运营总监	1.9900%
17	汤雷	有限合伙人	运营经理	1.9900%
18	吴金红	有限合伙人	运营专员	1.9900%
19	易祝平	有限合伙人	运营专员	1.9900%
20	郭汇倩	有限合伙人	设计师	1.9900%
21	李泽	有限合伙人	运营专员	1.9900%
22	李侃	有限合伙人	设计师	1.7413%
23	刘弘林	有限合伙人	研发工程师	1.7413%
24	邹珺	有限合伙人	运营总监	1.4925%
25	杨海艳	有限合伙人	研发工程师	1.4925%
26	欧阳芳	有限合伙人	运营专员	1.4925%
27	肖璇	有限合伙人	运营专员	1.4925%
28	罗倩	有限合伙人	设计师	1.4925%
29	胡庆	有限合伙人	运营专员	1.4925%
30	柏艳萍	有限合伙人	运营专员	1.4925%
31	王维炎	有限合伙人	运营总监	1.4925%
32	蔡艳芳	有限合伙人	运营专员	1.4925%
33	阳松宽	有限合伙人	运营经理	1.4925%

序号	合伙人	合伙人类型	任职情况	权益比例
34	廖婵	有限合伙人	运营经理	1.4925%
35	陈彩霞	有限合伙人	运营专员	1.4925%
36	周丽霞	有限合伙人	设计师	1.4925%
37	姚玲	有限合伙人	运营专员	1.4925%
38	郑锋	有限合伙人	运营经理	1.4925%
39	汤昂	有限合伙人	运营专员	1.4925%
40	李白双	有限合伙人	运营专员	1.4925%
41	柳昕瑜	有限合伙人	运营经理	1.4925%
42	黄倩	有限合伙人	运营专员	1.4925%
43	闫加雷	有限合伙人	研发工程师	1.4925%
44	蒋开高	有限合伙人	运营经理	0.9950%
45	伍庆	有限合伙人	运营经理	0.9950%
46	朱庭佳	有限合伙人	运营经理	0.9950%
合计				**100.0000%**

（二）御投叁号

1、基本情况

合伙企业名称	长沙御投叁号企业管理咨询合伙企业（有限合伙）
执行事务合伙人	欧丹青
主要经营场所	长沙高新开发区尖山路 39 号长沙中电软件园有限公司总部大楼 3 楼 315 室
成立日期	2015 年 12 月 22 日
经营范围	企业管理咨询服务。（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）

2、合伙人情况

截至本招股说明书签署日，御投叁号持有公司 1.11%的股权，除此之外，御投叁号无其他对外投资。

序号	合伙人	合伙人类型	任职情况	权益比例

序号	合伙人	合伙人类型	任职情况	权益比例
1	欧丹青	普通合伙人	证券事务代表	52.9256%
2	何广文	有限合伙人	董事、副总经理	35.5708%
3	陈喆	有限合伙人	董事、运营总监	2.8457%
4	姜芬	有限合伙人	运营总监	2.8457%
5	曹浩文	有限合伙人	运营总监	2.8457%
6	吉彩平	有限合伙人	运营总监	1.4228%
7	戴跃锋	有限合伙人	董事长、总经理	1.3659%
8	廖宇香	有限合伙人	运营经理	0.1779%
合计				**100.0000%**

除上述情况外，截至本招股说明书签署日，本公司不存在正在执行的对董事、监事、高级管理人员、其他核心人员和员工实行的股权激励（如员工持股计划、限制性股票、股票期权）及其他制度安排和执行情况。

八、员工情况

截至报告期各期末，本公司在册员工人数分别为 918 人、978 人和 1,114 人。随着业务规模的扩大，公司人员也有所增加。

（一）员工情况

报告期各期末，本公司员工的具体情况如下：

类别	细分类别	2017 年末		2016 年末		2015 年末	
		人数	占比	人数	占比	人数	占比
年龄分布	25 岁及以下	260	23.34%	256	26.18%	216	23.53%
	26 岁至 35 岁	711	63.82%	604	61.76%	574	62.53%
	36 岁至 45 岁	128	11.49%	104	10.63%	111	12.09%
	46 岁及以上	15	1.35%	14	1.43%	17	1.85%
	合计	**1,114**	**100.00%**	**978**	**100.00%**	**918**	**100.00%**
受教育程	硕士及以上	71	6.37%	66	6.75%	40	4.36%
	本科	501	44.97%	462	47.24%	344	37.47%

类别	细分类别	2017 年末		2016 年末		2015 年末	
		人数	占比	人数	占比	人数	占比
度	大专	287	25.76%	268	27.40%	260	28.32%
	中专	81	7.27%	57	5.83%	87	9.48%
	高中及以下	174	15.62%	125	12.78%	187	20.37%
	合计	**1,114**	**100.00%**	**978**	**100.00%**	**918**	**100.00%**
专业结构	管理及行政人员	84	7.54%	83	8.49%	89	9.69%
	财务审计人员	41	3.68%	43	4.40%	20	2.18%
	研发生产人员	191	17.15%	173	17.69%	218	23.75%
	市场营销人员	584	52.42%	525	53.68%	455	49.56%
	供应链管理人员	165	14.81%	103	10.53%	96	10.46%
	信息技术人员	49	4.40%	51	5.21%	40	4.36%
	合计	**1,114**	**100.00%**	**978**	**100.00%**	**918**	**100.00%**

（二）社保公积金情况

1、补缴金额对于发行人业绩的影响

报告期内，公司存在个别员工因本人申请不缴存、原单位未办理账户转移合并致使无法在新单位开户等原因未及时缴存社保、住房公积金，以及试用期员工未及时缴存住房公积金等需要补缴的情形。可能被要求补缴的金额占当期利润总额比例低于 2%，比例较小，未对公司业绩构成重大影响。具体情况如下表：

单位：万元

项目	社保补缴金额	公积金补缴金额	利润总额	占比
2017 年度	0.00	0.00	19,029.93	0.00%
2016 年度	3.24	154.43	9,531.61	1.62%
2015 年度	0.00	150.74	8,202.42	1.84%

2、合法合规证明

发行人及其子公司各人力资源和社会保障主管部门出具证明，最近三年以来，发行人及其子公司在社保主管部门没有关于违反劳动保障法律法规的投诉、举报和行政处罚记录，也没有拖欠社会保险费记录。

发行人及其子公司各住房公积金主管部门出具证明，发行人及其子公司、御家制造上海分公司自建户以来，未因住房公积金问题而受到行政处罚。

3、实际控制人承诺

发行人实际控制人戴跃锋已出具《关于社保的承诺》：“御家汇已按照国家和地方的政策规定按时足额为员工缴纳养老保险费、医疗保险费、工伤保险费、生育保险费和失业保险费；若御家汇因执行政策不当而需要补缴或/及受到主管机关的处罚，由本人承担责任，并保证与御家汇无关；若御家汇因受主管机关处罚而遭受经济损失，均由本人无条件对该等损失承担全部赔偿责任。”

发行人实际控制人戴跃锋已出具《关于住房公积金的承诺》：“若御家汇因执行住房公积金政策不当而受到主管机关的处罚，由本人承担责任，并保证与御家汇无关；若御家汇因受主管机关处罚需要补缴住房公积金，则所需补缴的住房公积金款项均由本人无条件承担。”

（三）发行人薪资水平与同行业公司相比的合理性

对比发行人与同行业可比公司薪酬情况如下：

项目	上海家化	丸美股份	珀莱雅	丽人丽妆	毛戈平	平均	发行人
公司人员主要所在地	上海	广州	杭州	上海	杭州	-	长沙
2015 年平均工资（万元/人）	34.29	10.22	15.03	11.28	9.42	16.42	10.14
2016 年平均工资（万元/人）	29.66	10.76	10.44	14.68	11.28	15.36	11.79

注：为了便于与同行业比较，此处以从公开渠道获得，具有可比性的“支付给职工以及为职工支付的现金总额”作为薪酬可比指标。平均工资=支付给职工以及为职工支付的现金总额/期初与期末的平均人数。同行业可比公司尚未披露 2017 年度相关数据。

报告期内，发行人的平均薪酬低于同行业其他公司的平均水平，主要原因系可比公司主要处于较为发达的城市（如广州、上海、杭州），平均工资水平高于长沙地区。且上海家化人均薪酬较高，导致同行业公司平均薪酬偏高。发行人实际支付的职工薪酬主要包括工资、奖金、津贴和补贴、职工福利费、社会保险费及住房公积金等其他与获得职工提供服务相关的支出，不存在少计或者调节薪酬费用的情况，职工薪酬具有合理性。

（四）发行人薪资水平与同地区公司相比的合理性

根据统计部门的数据，2015 年长沙市在岗职工平均工资为 67,266 元/年（平均月工资为 5,606 元），由于 2016 年、2017 年长沙市在岗职工平均工资数据尚未披露，假设 2016 年、2017 年平均工资增长幅度与 2015 年持平，则最近三年长沙市在岗职工平均工资与发行员工平均薪酬对比情况如下：

单位：万元

专业类别	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	年度	月度	年度	月度	年度	月度
长沙市职工平均工资	7.96	0.66	7.32	0.61	6.73	0.56
发行人员工平均薪酬	13.94	1.16	11.09	0.92	9.52	0.80

注：发行人员工平均薪酬=发行人全体员工薪酬/发行人人数，发行人人数系全年 12 个月月末平均人数。

由上表可知，报告期内，发行人薪资水平高于同地区水平，呈持续增长趋势且涨幅略高于同地区水平。

（五）销售人员的工资奖金制度、平均薪酬水平、销售人员数量，销售费用中人工薪酬的变动原因及合理性

1、公司的销售激励政策

发行人具有销售职能的部门包括御泥坊品牌事业部、新锐品牌事业部、国际品牌事业部、客户服务部、市场运营部等，发行人针对御泥坊品牌事业部、新锐品牌事业部、国际品牌事业部制定了相应的激励制度，具体包括浮动季度奖及利润贡献奖等，该等奖金与相关部门的业绩贡献挂钩进行计算发放。

2、销售费用中人工薪酬的变动原因及合理性分析

报告期内，销售费用薪酬中，发行人销售人员薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
薪酬总额	8,157.03	5,305.57	3,939.32
平均人数	571	510	418
平均薪酬	14.28	10.40	9.42

注：平均人数系全年 12 个月月末平均人数。

报告期内，发行人销售费用中的人工薪酬持续增长，一方面系发行人的销售

规模扩张，相关人员不断增加；另一方面，随着发行人的盈利能力增加，销售员工的人均薪酬亦稳步增加。

（六）列入管理费用的人员部门构成、人数、级别分布、入职时间分布、人均薪酬变化及职工薪酬金额变化的原因

报告期内，计入管理费用的员工部门主要包括证券事务部、审计部、产品研发部、供应链管理部、财务管理部、总政管理部、法律事务部、总经理办公室、政委部等。

报告期内计入管理费用的员工按照级别、入职时间以及人均薪酬变化情况如下：

1、计入管理费用员工按级别的分布情况

单位：人

项目	2017 年末	2016 年末	2015 年末
运营总监及以上	22	18	15
运营经理	10	5	7
运营专员	299	269	220
合计	**331**	**292**	**242**

2、计入管理费用员工按入职时间的分布情况

单位：人

项目	2017 年末	2016 年末	2015 年末
1 年以下	90	95	98
1-3 年	140	132	144
3 年以上	101	65	-
合计	**331**	**292**	**242**

3、计入管理费用员工的人均薪酬情况

单位：万元、万元/人

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
薪酬总额	5,253.24	4,031.18	2,618.30
平均人数	315	282	218

人均薪酬	16.65	14.27	12.04

报告期内，计入管理费用员工平均薪酬逐年提高，主要原因系发行人整体薪酬水平提升。

九、发行人、发行人股东、实际控制人、发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及本次发行的中介机构作出的重要承诺、履行情况及约束措施

（一）发行前股东自愿锁定股份的承诺及持股意向

具体内容参见“重大事项提示”之“一、发行前股东自愿锁定股份的承诺及持股意向”。

（二）关于稳定股价及股份回购的承诺

具体内容参见“重大事项提示”之“二、关于上市后三年内稳定股价预案及相关约束措施”。

（三）关于依法承担赔偿或者补偿责任的承诺

具体内容参见“重大事项提示”之“三、关于依法承担赔偿或者补偿责任的承诺”。

（四）利润分配原则

具体内容参见“重大事项提示”之“五、利润分配原则”。

（五）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

具体内容参见“重大事项提示”之“六、填补被摊薄即期回报的措施及承诺”。

（六）避免同业竞争的承诺

具体内容参见“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争”之“（二）避免同业竞争的承诺”。

（七）减少和规范关联交易的承诺

具体内容参见“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联方、关联关系及关联交易情况”之“（五）控股股东和实际控制人减少和规范关联交易的承诺”。

（八）关于社保和公积金的承诺

具体内容参见“第五节 发行人基本情况”之“八、员工情况”之“（二）社保公积金情况”之“3、实际控制人承诺”。

第六节　业务和技术

一、公司主营业务情况

（一）公司业务概况

御家汇有限成立于 2012 年 11 月，是一家以自主品牌为核心、依托互联网电子商务进行销售的“互联网+护肤品”企业。

秉承“让人类享受肌肤之美”的企业使命，御家汇致力于成为“全球第一的面膜企业”。公司主要从事各类型护肤品的研发、生产、销售，产品品牌主要包括“御泥坊”、“小迷糊”、“花瑶花”、“师夷家”、“薇风”等，产品种类包括面膜类、水乳膏霜类等，其中以面膜类为主。公司主要通过互联网销售产品，与天猫、唯品会、京东、聚美优品等电商平台建立了良好的合作关系。同时，公司积极拓展线下布局，线上线下全渠道融合加速发展。

公司拥有的主要品牌

品牌	品牌定位	主要产品
御 UNIFON 御泥坊	天然护肤品牌	面膜、水乳膏霜
小迷糊	青春/IP 品牌	面膜、水乳膏霜
花瑶花 1883	民族品牌	面膜、水乳膏霜
师夷家® 师夷长技以夷师	专业男士护肤品牌	面膜、水乳膏霜
WEIFON 薇風	补水修复品牌	面膜

报告期内，“御泥坊”品牌销售收入占公司主营业务收入的比重分别为85.17%、82.23%和 70.04%，是公司最重要的品牌。公司及其下属品牌曾获得的主要荣誉如下表所示：

序号	发证机关	时间	授予单位	奖项名称
1	商务部	2017 年 8 月	御家汇股份有限公司	2017-2018 年度“国家电子商务示范企业”
2	阿里巴巴集团	2017 年 8 月	御泥坊旗舰店	2017 年十佳数据先锋
3	屈臣氏	2017 年 8 月	“御泥坊”品牌	屈臣氏健康美丽大赏十佳新品大奖
4	天猫美妆	2017 年 2 月	湖南御泥坊化妆品有限公司	2017 天猫金妆奖年度单品大奖（面膜类）、年度美妆人气单品
5	屈臣氏	2016 年 8 月	“御泥坊”品牌	十佳新品大奖
6	京东消费品事业部	2016 年 8 月	湖南御泥坊化妆品有限公司	风雨同舟奖
7	阿里巴巴集团	2016 年 7 月	御泥坊旗舰店	2016 年十佳数据先锋
8	中共长沙高新区工作委员会、长沙高新区管理委员会	2016 年 6 月	湖南御泥坊化妆品有限公司	2015 年度经济运行先进单位
9	美丽说	2016 年 4 月	御泥坊官方旗舰店	2015 年度美丽说最具人气奖
10	聚美优品	2016 年 3 月	湖南御泥坊化妆品有限公司	2016 年度巅峰影响力本土品牌
11	天猫美妆	2016 年 2 月	湖南御泥坊化妆品有限公司	2016 天猫金妆奖年度品类大奖（面膜类）
12	天猫美妆	2016 年 2 月	湖南御泥坊化妆品有限公司	2016 天猫金妆奖年度品牌大奖（营销大奖）
13	中国航天基金会	2015 年 12 月	湖南御泥坊化妆品有限公司	中国航天事业贡献奖
14	天猫美妆	2015 年 1 月	御泥坊天猫旗舰店	2014 天猫美妆特别贡献奖
15	阿里巴巴集团	2015 年 1 月	御泥坊天猫旗舰店	2014 年天猫金牛奖
16	天猫美妆	2014 年 5 月	“御泥坊”品牌	天猫金妆奖年度最受欢迎面膜品牌
17	中国电子商务协会	2013 年 10 月	湖南御泥坊化妆品有限公司	中国互联网电子商务诚信示范企业
18	Zentrum Nordhein Westfalen（德国）	2013 年 10 月	湖南花瑶花化妆品有限公司	2013 年德国红点设计大奖

（二）公司主要产品情况

品类	细分品类	图片
面膜	贴式面膜	
	非贴式面膜	
水乳膏霜		

公司自创立以来，一直专注于护肤品领域，公司主营业务未发生重大变化。

报告期内，公司面膜品类的收入占主营业务收入的比重为 84.24%、85.87%和 76.27%。公司主营业务收入构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
贴式面膜	113,985.79	69.50	92,230.32	78.89	58,111.45	75.84
非贴式面膜	11,103.95	6.77	8,165.21	6.98	6,435.62	8.40
水乳膏霜	38,201.64	23.29	15,555.45	13.30	11,004.95	14.36
其他	717.10	0.44	964.39	0.82	1,073.83	1.40

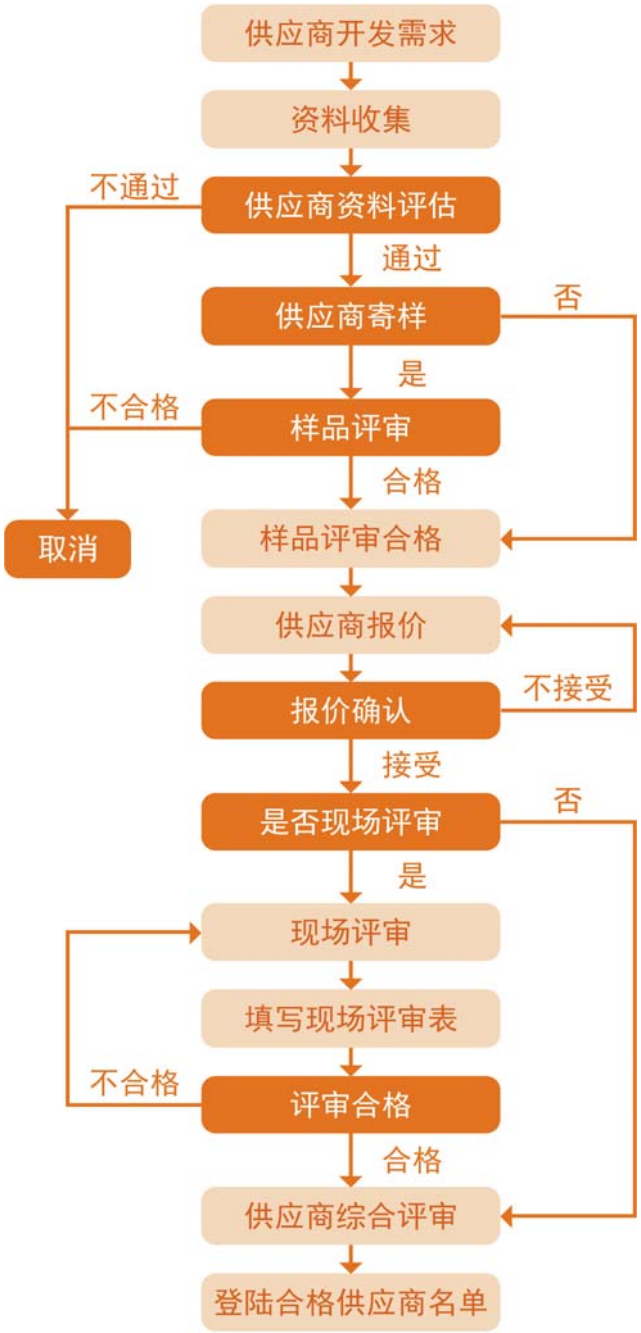
项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合　计	**164,008.48**	**100.00**	**116,915.37**	**100.00**	**76,625.84**	**100.00**

（三）公司主要经营模式

1、采购模式

公司供应链管理部下设采购部门，负责公司原料和包装材料等物资的采购工作，公司已建立严格的供应商管理体系，如《供应商开发管理制度》、《供应商考核管理办法》、《采购合同管理制度》、《采购结算管理制度》和《采购内部轮岗制度》等，对公司供应商和采购流程进行管理，公司已经建立起《合格供应商名录》。

公司对于供应商有严格筛选标准，以保证产品质量，确保货源供应的稳定。公司筛选供应商的流程如下：



公司采购的原料主要包括保湿剂、乳化剂、油脂蜡、活性物等，主要原料大多通过国内采购代理商对全球原料供应商进行采购，与公司采购原料的生产商包括德国巴斯夫、美国陶氏、美国杜邦、德国德之馨、法国赛比克等。

公司采购的包装材料主要包括膜布、铝膜袋、瓶罐类、胶管类、彩盒类等，主要包装材料基本通过国内供应商进行定制化采购。

报告期内，原料、包装材料前五大供应商的采购情况如下：

单位：万元、%

年度	供应商名称	采购内容	采购金额	占比	是否新增	是否贸易性质的供应商
2017年度	诺斯贝尔化妆品股份有限公司	膜布	5,446.79	6.18	否	否
	惠州宝柏包装有限公司	铝膜袋	4,314.48	4.90	否	否
	广州永新包装有限公司	铝膜袋	3,524.39	4.00	否	否
	广州正卓印刷有限公司	彩盒等包材	3,451.49	3.92	否	否
	广州市李记包装材料有限公司	玻璃瓶等包材	2,891.51	3.28	否	否
	合计	-	**19,628.66**	**22.28**	-	-
2016年度	丸红（上海）有限公司	膜布	5,111.75	6.92	否	是
	广州正卓印刷有限公司	彩盒等包材	3,572.20	4.84	否	否
	广州永新包装有限公司	铝膜袋	3,550.53	4.81	否	否
	广州市奥雪化工有限公司	活性物、保湿剂等	3,281.71	4.44	否	是
	广州市李记包装材料有限公司	玻璃瓶等包材	3,111.76	4.21	否	否
	合计	-	**18,627.95**	**25.22**	-	-
2015年度	广州市奥雪化工有限公司	活性物、保湿剂等	3,492.53	5.67	否	是
	广州永新包装有限公司	铝膜袋	3,120.22	5.07	否	否
	广州正卓印刷有限公司	彩盒等包材	2,962.34	4.81	否	否
	广州市李记包装材料有限公司	玻璃瓶等包材	2,692.61	4.37	否	否
	丸红（上海）有限公司	膜布	2,428.09	3.94	否	是
	合计	-	**14,695.79**	**23.86**	-	-

注：上述采购金额为含税金额；对惠州宝柏包装有限公司的采购金额包括受同一实际控制人控制的惠州宝柏包装有限公司、成都清洋宝柏包装有限公司。

报告期内，发行人向上述供应商采购生产所需主要原料和包装材料，与主营业务相关。

报告期内，发行人向贸易性质供应商采购的最终供应商名称如下：

供应商名称	最终供应商名称	具体采购内容
丸红（上海）有限公司	旭化成株式会社	膜布
广州市奥雪化工有限公司	德国德之馨（Symrise）、瑞士科莱恩（Clariant）、法国素莲丝（Soliance）等	保湿剂、活性物等

报告期内，发行人向前 10 大供应商中新增供应商的采购金额分别为 6,020.49 万元、4,647.80 万元和 0 万元。

（1）核心原料的采购方式、渠道、结算方式

发行人的核心原料包括保湿剂、活性物等，主要通过向供应商询价的方式采购。从采购渠道来看，境外厂商生产的原料一般通过贸易商采购，国内厂商生产的原料的一般通过贸易商或直接向生产厂商采购，结算方式为银行转账。

（2）核心原料采购占比及单位成本占比

①采购占比

报告期内，发行人保湿剂及活性物的采购金额及占比如下：

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
保湿剂	10,649.94	12.09%	11,616.70	15.72%	8,558.51	13.90%
活性物	2,543.58	2.89%	1,958.40	2.65%	2,261.94	3.67%
合计	**13,193.53**	**14.98%**	**13,575.10**	**18.38%**	**10,820.45**	**17.58%**

报告期内，发行人的核心原料采购占比基本稳定。

②单位成本占比

A、自主生产部分

以贴式面膜为例，发行人核心原料的单位成本占比如下：

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
保湿剂	18.40%	18.61%	16.88%
活性物	8.15%	6.84%	5.53%

如上表所示，自主生产部分，发行人核心原料占成本比重呈上升趋势，主要原因系产品细分类别差异及部分产品配方升级所致。

B、委托加工部分

发行人自 2014 年末开始自主采购部分生产原料，并逐步对由委托加工厂商

代采的原料进行替换。2015 年末，除个别供应商及少数原材料外，主要原料已由发行人直采提供。2016 至 2017 年度，发行人贴式面膜委托加工的核心原料的单位成本占比如下：

项目	2017 年度	2016 年度
保湿剂	17.65%	20.12%
活性物	2.94%	2.81%

如上表所示，委托加工部分，发行人核心原料占成本比重较为稳定。发行人委外生产产品的原料成本结构与自主生产的原料结构有所差异，主要系生产产品品类及产品系列不同。

2、生产模式

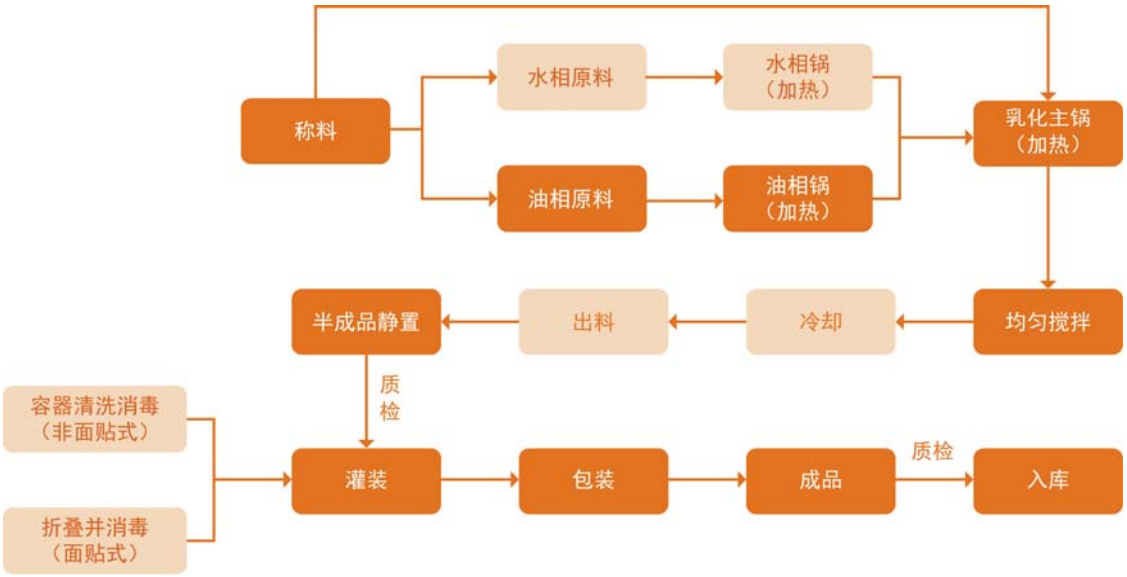
公司供应链管理部下设生产计划部门，根据生产经营实际需要，采用自主生产和委托加工相结合的方式安排生产。

（1）自主生产

发行人全资子公司御家制造已取得《化妆品生产许可证》，公司通过自主研发产品配方、设计产品外包装，并按照产品开发要求及生产工艺要求采购原料和包装材料，依靠自有生产设备、技术和工人组织生产。御家制造按照生产流程完成整个产品配制、静置、灌装、包装过程，并由专业的质检团队全面检验合格后再实现对外销售。

御家制造已通过国际 SGS 国际认证机构获得了 GMPC 和 ISO22716 体系认证。御家制造在生产过程中严格执行化妆品生产规范，并制定了《生产管理程序》、《车间卫生管理制度》、《设备规划控制程序》、《产品检验管理程序》等一系列规章制度，加强对生产过程的内部控制。其中，《车间卫生管理制度》旨在保证车间各项纪律制度顺利执行，维护车间生产环境；《生产管理程序》旨在确保生产管理及过程控制有序、高效，按期生产合格产品；《产品检验管理程序》旨在规定产品检验的要求、方法，以确保入库及出库物料、半成品、成品的品质符合规定，保证产品质量。

面膜产品生产流程如下：



①报告期内从事生产的员工人数、平均工资等变动情况及直接人工变动的原因

发行人直接从事生产的员工人数、平均工资情况如下：

单位：万元、人

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
直接人工	763.56	637.71	593.58
平均人数	130	106	111
平均薪酬	5.88	6.02	5.33

2016 年，人均薪酬较 2015 年有所增加，主要系 2016 年人员优化并调涨了薪酬。2017 年人均薪酬略降，主要系部分新入职员工的影响。

②制造费用明细

报告期内，发行人的制造费用明细如下：

单位：万元、%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
工资及福利费	402.38	32.29	315.76	31.04	238.06	38.20
折旧摊销费	109.15	8.76	94.45	9.29	67.28	10.79
房租水电费	266.01	21.35	210.68	20.71	149.34	23.96
辐照质检费	107.17	8.60	78.08	7.68	37.50	6.02

办公费	118.87	9.54	98.02	9.64	24.50	3.93
辅助材料	212.51	17.05	177.75	17.47	74.73	11.99
其他	29.99	2.41	42.49	4.18	31.81	5.10
合计	**1,246.09**	**100.00**	**1,017.25**	**100.00**	**623.22**	**100.00**

（2）委托加工

公司根据生产需求为委托加工厂商提供生产所需产品配方、原料和包装材料，并派驻驻厂质量工程师指导监督委托加工厂按规范流程完成产品加工。委托加工厂商提供合格的生产场地、生产设备及必要的生产人员为公司产品批量生产和包装提供委托加工服务；产品加工完成且经公司检验合格后支付货款，实现对外销售。公司对委托加工生产实行严格的工艺控制与产品质量检测，确保公司产品质量。

公司制定了严格的考核管理办法，对委托加工厂家定期进行绩效考核，从供货质量、交期情况、价格优势、服务情况和管理情况等多维度进行评价，并根据考核结果进行分类，指导后续采购。

报告期内，公司委托加工与自主生产的生产成本占比如下：

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
自主生产	14.54%	14.49%	11.09%
委托加工	85.46%	85.51%	88.91%
合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

① 报告期内，公司前五大委托加工商情况

A、欧标（广州）化妆品有限公司

公司名称	欧标（广州）化妆品有限公司
注册资本	301.00 万港元
注册地址	广州市花都区花山镇华侨科技工业园育才路七号 B 栋
成立日期	2002 年 09 月 04 日
法定代表人	毛九如

经营范围	化妆品制造；化妆品及卫生用品批发；化妆品及卫生用品零售;研究开发中心；高新技术、新产品开发与企业孵化中心；材料科学研究、技术开发；生物技术推广服务（我国稀有和特有的珍贵优良品种，国家保护的原产于我国的野生动、植物资源开发除外）；生物技术开发服务（我国稀有和特有的珍贵优良品种，国家保护的原产于我国的野生动、植物资源开发除外）
化妆品生产许可证号	粤妆 20160556
结算方法	银行转账/银行承兑汇票
交易方法	先货后款

B、上海乐宝日化股份有限公司

公司名称	上海乐宝日化股份有限公司
注册地址	上海市宝山区丰翔路 2000 号
注册资本	4,600 万元
成立日期	2004 年 2 月 20 日
法定代表人	魏长有
经营范围	开发、生产洗涤用品、化妆品、牙膏、日化用品，及其包装材料，销售本公司自产产品及化妆品原料批发和零售（化学危险品除外），与上述产品同类的商品进出口及批发业务，提供相关技术咨询及配套服务。【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】
化妆品生产许可证号	沪妆 20160173
结算方法	银行转账
交易方法	先货后款

C、诺斯贝尔化妆品股份有限公司

公司名称	诺斯贝尔化妆品股份有限公司
注册地址	广东省中山市南头镇东福北路 50 号
注册资本	17,650 万人民币
设立日期	2004 年 02 月 18 日
法定代表人	林世达
经营范围	生产经营无纺布及其制品、化妆品（1、一般液态单元：护发清洁类、护肤水类、啫喱类；2、膏霜乳液单元：护肤清洁类、发用类；3、粉单元：散粉类、块状粉类；4、蜡基单元），产品境内外销售

化妆品生产许可证号	粤妆 20160081
结算方法	银行转账
交易方法	先货后款

D、珠海伊斯佳科技股份有限公司

公司名称	珠海伊斯佳科技股份有限公司
注册地址	珠海市金湾区平沙镇德祥路 198 号厂房一楼
注册资本	3,895.9320 万人民币
成立日期	2003 年 04 月 11 日
法定代表人	王德友
经营范围	研发、生产、销售护肤类、发用类、美容修饰类、面膜、沐浴露、玻璃清洁剂、口红、彩妆及承接 OEM、ODM 业务；销售美容仪器；上述产品同类商品的批发、零售及进出口业务；美容连锁投资管理；生物技术的研究与开发；企业管理咨询、营养健康咨询、美容美发教育咨询；美容美发业务指导；预包装食品的批发；物联网服务；互联网服务；销售医疗仪器。
化妆品生产许可证号	粤妆 20160514
结算方法	银行转账
交易方法	先货后款

注：2016 年 8 月 12 日珠海市时代经典化妆品有限公司更名为珠海伊斯佳科技股份有限公司

E、广州市洁新化妆品有限公司

公司名称	广州市洁新化妆品有限公司
注册地址	广州市白云区钟落潭镇竹料工业区红旗路 72 号 201 房
注册资本	100.00 万人民币
成立日期	2012 年 11 月 22 日
法定代表人	雷旭峰
经营范围	生物技术咨询、交流服务；非织造布制造；其他非家用纺织制成品制造;商品批发贸易（许可审批类商品除外）；化妆品及卫生用品批发；纺织品及针织品零售；百货零售（食品零售除外）；化妆品制造；纺织品、针织品及原料批发；生物技术开发服务

化妆品生产许可证号	粤妆 20160679
结算方法	银行转账
交易方法	先货后款

F、广州黛莱美化妆品有限公司

公司名称	广州黛莱美化妆品有限公司
注册地址	广州市白云区均禾街白海面工业区 2 号
注册资本	1,025.00 万人民币
成立日期	2011 年 3 月 22 日
法定代表人	周萍华
经营范围	化妆品及卫生用品批发;化妆品制造;化妆品及卫生用品零售;货物进出口（专营专控商品除外）
化妆品生产许可证号	粤妆 20160343
结算方法	银行转账
交易方法	先货后款

②前五大委托加工供应商委托加工产品的类型、定价方法、金额及占比

与委托加工商的定价方法：发行人向具有化妆品生产资质的委托加工商进行询价，根据产品品类、工艺难度、质量控制水平、原材料及各地劳动力成本等进行比价，在保证产品质量、供货及时性等前提下选择最优价格。

报告期内，发行人前五大委托加工商的产品类型、金额及占比如下所示：

单位：万元、%

2017 年度				
供应商名称	**内容**	**金额**	**总金额**	**占比**
诺斯贝尔化妆品股份有限公司	贴式面膜	6,719.55	6,719.55	7.63
欧标（广州）化妆品有限公司	贴式面膜	3,721.89	4,993.28	5.67
	非贴式面膜	777.05		
	水乳膏霜	480.12		
	其他	14.22		
上海乐宝日化股份有限公司	贴式面膜	1,578.64	3,049.73	3.46

	非贴式面膜	144.62		
	水乳膏霜	1,307.88		
	其他	18.59		
广州黛莱美化妆品有限公司	贴式面膜	1,855.07	1,889.79	2.15
	其他	34.71		
广州市洁新化妆品有限公司	贴式面膜	1,459.92	1,459.92	1.66
2016 年度				
供应商名称	**内容**	**金额**	**总金额**	**占比**
诺斯贝尔化妆品股份有限公司	贴式面膜	8,245.98	8,245.98	11.16
上海乐宝日化股份有限公司	贴式面膜	3,593.64	4,811.85	6.51
	非贴式面膜	197.30		
	水乳膏霜	1,001.43		
	其他	19.48		
欧标（广州）化妆品有限公司	贴式面膜	3,031.56	4,053.14	5.49
	非贴式面膜	441.86		
	水乳膏霜	563.87		
	其他	15.85		
广州市洁新化妆品有限公司	贴式面膜	470.64	470.64	0.64
珠海伊斯佳科技股份有限公司	贴式面膜	219.83	410.15	0.56
	非贴式面膜	61.90		
	水乳膏霜	123.05		
	其他	5.37		
2015 年度				
供应商名称	**内容**	**金额**	**总金额**	**占比**
上海乐宝日化股份有限公司	贴式面膜	5,753.92	6,345.93	10.31
	非贴式面膜	158.20		
	水乳膏霜	366.44		
	其他	67.36		
诺斯贝尔化妆品股份有限公司	贴式面膜	4,163.76	4,163.76	6.76
欧标（广州）化妆品有限公司	贴式面膜	2,041.58	3,609.76	5.86
	非贴式面膜	392.88		
	水乳膏霜	1,155.07		
	其他	20.23		

广州市洁新化妆品有限公司	贴式面膜	1,950.54	1,950.54	3.17
珠海伊斯佳科技股份有限公司	贴式面膜	84.47	1,592.41	2.59
	非贴式面膜	354.87		
	水乳膏霜	1,074.57		
	其他	78.49		

发行人的委托加工厂商较多，单一供应商采购金额占公司采购总额的比重未超过 20%，发行人不存在对单一供应商重大依赖的情形。各委托加工厂商均独立于发行人，与发行人不存在关联关系。发行人与委托加工商均系通过市场化谈判协商达成交易，具备真实、合理的商业背景，符合实际情况，交易公允，未对发行人业务独立性构成重大影响。委托加工商广州市洁新化妆品有限公司与原材料采购商广州市洁宝日用品有限公司、广州市洁宝无纺制品有限公司为同一实际控制人控制。除此之外，不存在委托加工厂商之间存在关联关系的情形。

对护肤品行业来说，产品配方和品牌建设是核心环节。发行人在委外生产过程中，对产品配方进行加密处理，生产工艺处于保密状态，关键核心环节由发行人自主掌握。我国护肤品行业经过多年发展，目前生产厂家众多，总体产能较为充足竞争激烈，使得加工环节的附加值不高，故发行人将大部分生产业务进行外包，专注于核心业务环节发展。

a、主要产品配方和关键生产工艺保密措施，在外协生产中具体执行情况

发行人关于产品配方和关键生产环节的保密措施包括：与委托加工商签署的合同中就知识产权保护和保密的相关内容进行了明确约定；同时，在委托加工生产过程中主要核心原料由发行人自主提供，使用内部原料代码表示某类原料，对产品配方进行了加密处理，生产工艺处于保密状态。

发行人在对委托加工商的技术保密采取了保护措施，报告期内，发行人在委托加工生产过程中，未发生过技术泄密的情况。但如果委托加工厂商违反合同中关于知识产权保护和保密的相关条款，恶意窃取发行人的生产配方和关键生产工艺信息，则可能会导致产品配方泄密。具体风险提示参见本招股书“第四节 风险因素”之“三、管理风险”。

b、发行人自身建立了相关保密措施和具体执行情况

发行人制定了保密管理制度，实行全员保密教育和保密知识系统培训。公司的保密材料由专人保管，专门登记入册，并定期清查，防止丢失和错漏，公司行政部门定期检查保密场所的电器设备、防盗、消防器材的完好状态，确保秘密档案材料的安全。公司与全体员工签订了《劳动合同》，并在劳动合同中明确约定，员工应当对其岗位相关的所有文件信息及保密信息承担最严格的保密义务，离职时应将其掌握的所有属于公司的信息资料交还给公司。

对于研发部门，公司各系列产品配方分别由不同研发人员研发配置，在输出配方表时使用内部原料代码表示（不显示原料名称），重要文件交由专人保管，以控制知情范围；对于自有工厂，在生产过程中对产品配方同样进行加密处理，生产工人按照配方表中记载的内部原料代码及用量开展生产，重要的生产文件定期归档并妥善保管，生产工艺处于保密状态。

发行人保密措施执行良好，报告期未发生泄密情形。

3、销售模式

公司通过线上和线下两种渠道对外销售，以线上销售为主。发行人线上线下划分依据主要为是否利用电子商务渠道（包括电话、电视购物）进行产品销售。公司线上销售主要通过天猫、淘宝、唯品会、京东、聚美优品、快乐购等互联网电商平台和电视购物平台以及公司自有线上平台对外销售；线下销售主要通过直营店、经销/代销商进行销售。不同销售渠道销售收入如下：

单位：万元、%

销售渠道		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
		主营业务收入	占比	主营业务收入	占比	主营业务收入	占比
自营	天猫	58,329.97	35.57	32,553.79	27.84	23,729.64	30.97
	御泥坊 APP	3,603.92	2.20	4,021.41	3.44	2,442.60	3.19
	淘宝	3,137.77	1.91	3,561.15	3.05	2,934.76	3.83
	蘑菇街	3,692.59	2.25	3,635.46	3.11	1,644.74	2.15
	京东	3,118.54	1.90	1,736.27	1.49	0	0.00
	其他	6,220.91	3.79	5,376.06	4.60	3,463.43	4.52
经销代销	唯品会	41,137.28	25.08	32,179.90	27.52	22,656.62	29.57
	京东	12,924.61	7.88	10,984.60	9.40	6,696.23	8.74
	聚美	9,790.52	5.97	11,335.19	9.70	7,469.11	9.75
	其他(包括线下)	22,052.37	13.45	11,531.54	9.86	5,588.70	7.29

合计	164,008.48	100.00	116,915.37	100.00	76,625.84	100.00

发行人已建立全面内部控制体系并得到有效执行，可保证各销售模式包括线上自营销售的真实性和完整性。

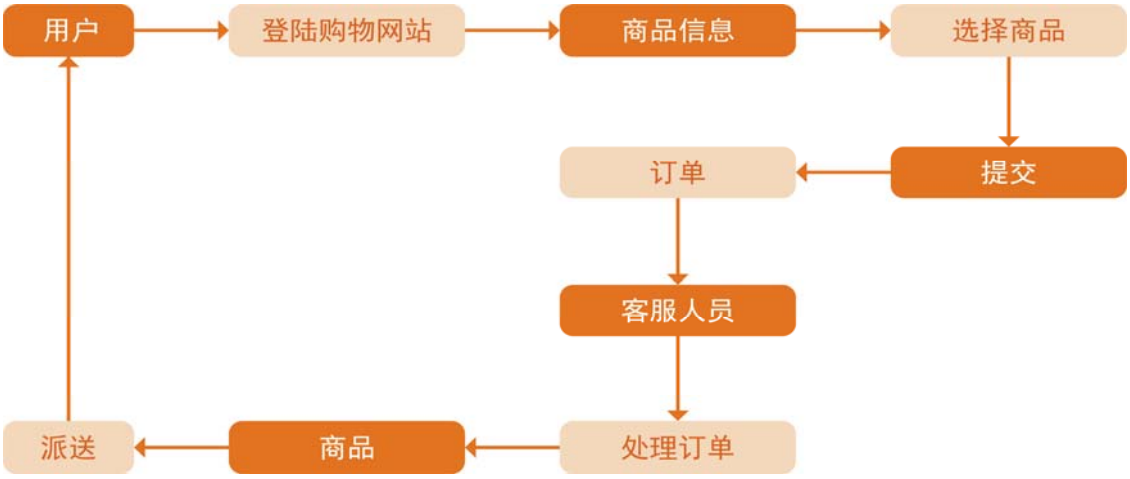
（1）线上销售

1）销售流程及收入确认情况

按照销售模式不同，线上销售又可以分为自营模式、经销模式和代销模式。公司线上主要销售平台如下：

（上图为公司的部分线上销售平台）

线上销售流程如下图所示：



发行人自营、经销、代销模式主要依据订单获取方式、销售对象、货物流转方式、退换货方式、结算方式等进行划分，具体如下：

序号	销售模式	订单获取方式	销售对象	货物流转方式	退换货方式	结算方式
1	自营	消费者通过公司网络虚拟/实体店铺自主下单进行购买	终端消费者	公司直接向消费者发货	公司直接向消费者提供退换货服务	消费者点击确认收货后款项直接转入公司第三方支付平台账户或公司在电商平台开立的账户；公司定期提取至银行账户
2	经销	经销商向公司下单	经销商	公司向经销商发货，经销商向消费者发货	经销商向消费者提供退换货服务，公司处理经销商总体退换货需求	经销商按照采购订单约定金额与公司结算
3	代销	代销商向公司下单	代销商	公司向代销商发货，代销商向消费者发货	代销商向消费者提供退换货服务，公司处理代销商总体退换货需求	代销商按照代销清单约定金额（其已对外销售部分）与公司结算

发行人各类销售模式代表性平台及其收入确认时点、收入确认条件及依据如下：

销售模式	代表性平台	收入确认时点	收入确认条件及依据
自营	天猫、淘宝、蘑菇街	公司发出商品，消费者收到货物或系统默认收货，公司收到货款（达到可提取状态）时确认收入	消费者已确认收到货或者退货期满，公司已收到货款，风险与报酬实现转移，收入与成本能够可靠计量
经销	京东	公司收到客户销售清单时确认收入	京东已实现产品对外销售，滞销退货或库存过剩退货风险灭失，风险与报酬转移，收入成本能够可靠计量
	聚美优品	公司交付产品，对方签收后确认收入	公司交付产品后，实现风险与报酬转移，其退货期限和条款明确，收入成本能够可靠计量
代销	唯品会	公司收到客户提供的结算（代销）清单后确认收入	唯品会实现产品销售后，与公司进行按照代销清单结算，发行人收到代销清单后，风险与报酬转移，收入成本能够可靠计量

发行人收入确认政策符合企业会计准则的规定

①自营模式

在自营模式下，公司主要通过在天猫、淘宝、蘑菇街等电商平台开设的线上旗舰店或者通过自有线上平台（御泥坊 APP）直接向消费者销售商品。通常情况下，终端消费者直接通过电商平台下达订单、向第三方支付平台或电商平台支付货款后，公司发货，在相关条件满足后公司收取货款。

收入确认条件	证据	是否满足条件
企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方	消费者已确认收货或默认收货	是
企业既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制	发行人已将货物发出	是
收入的金额能够可靠地计量	订单商品销售金额明确	是
相关的经济利益很可能流入企业	发行人已经收到款项或者达到可提取状态	是
相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量	销售商品成本根据当月加权平均成本进行确认	是

②经销模式

在经销模式下，公司与京东、聚美优品等 B2C 电商平台签署商品买卖合同，先行将商品销售给电商平台，电商平台再将商品销售给终端消费者。

a、京东平台

收入确认条件	证据	是否满足条件
企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方	对方将货物已经出售，退货风险基本灭失，商品主要风险和报酬实现转移	是
企业既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制	货物发出，对方已签收	是
收入的金额能够可靠地计量	京东后台系统提供对外销售数据，发行人将发货价格进行匹配	是
相关的经济利益很可能流入企业	京东按照收货情况按照一定账期进行付款	是
相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量	销售商品成本根据当月加权平均成本进行确认	是

b、聚美及其他平台

收入确认条件	证据	是否满足条件
企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方	对方已签收，商品权属转移，退货条款严格，退货率很低	是
企业既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制	发行人已将货物发出，对方已签收	是
收入的金额能够可靠地计量	销售订单中明确价格和数量	是
相关的经济利益很可能流入企业	对方按照收货情况按照一定账期进行付款	是
相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量	销售商品成本根据当月加权平均成本进行确认	是

③代销模式

在代销模式下，公司主要通过唯品会、快乐购等电商平台向终端消费者销售商品，双方以电商平台实际销售商品和约定方式进行结算。

收入确认条件	证据	是否满足条件
企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；	对方将货物已经出售，商品主要风险和报酬实现转移	是
企业既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；	货物发出，对方已签收	是
收入的金额能够可靠地计量	代销商提供代销清单，代销清单中明确对外销售数量和金额	是
相关的经济利益很可能流入企业	对方根据代销清单按照一定账期进行付款	是
相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。	销售商品成本根据当月加权平均成本进行确认	是

综上，发行人收入确认政策符合企业会计准则规定。

2）各模式具体情况分析

① 线上自营模式

在自营模式下，公司主要通过在天猫、淘宝、蘑菇街等电商平台开设的线上旗舰店或者通过自有线上平台（御泥坊 APP）直接向消费者销售商品。通常情况下，终端消费者直接通过电商平台下达订单、向第三方支付平台或电商平台支付货款后，公司发货，在相关条件满足后公司收取货款。以天猫为例，消费者通过平台下达订单并向支付宝账户付款后，公司安排商品发货，消费者收到商品并在

天猫平台上确认收货（或达到平台约定期限）后，公司支付宝账户中的货款由冻结状态变为可供公司支取状态。该模式下，公司直接面向终端消费者销售，提供配送及退换货服务等，并根据需要向消费者开具发票。

公司自营模式的主要网店情况如下：

电商平台	主营品牌	店铺名称	网址链接
天猫	御泥坊	御泥坊旗舰店	http://yunifang.tmall.com
	御泥坊	御泥坊面膜专卖店	http://yunifangmm.tmall.com
	小迷糊	小迷糊旗舰店	https://xiaomihu.tmall.com
	花瑶花	花瑶花旗舰店	https://huayaohua.tmall.com
	师夷家	师夷家旗舰店	https://shiyijia.tmall.com
	薇　风	WELLFON 薇风海外旗舰店	https://wellfonmask.tmall.hk
	丽得姿	Leaders 海外旗舰店	http://leaderscos.tmall.hk
	城野医生	DrCiLabo 海外旗舰店	https://drcilabo.tmall.hk
淘宝	御泥坊	御泥坊面膜品牌店	http://yunifang.taobao.com
	御泥坊	御泥坊男士店	http://ynfnanshi.taobao.com
	小迷糊	小迷糊萌护肤店	https://xmhzyd.taobao.com
蘑菇街	御泥坊	御泥坊旗舰店	http://yunifang.mogujie.com
京东	御泥坊	御泥坊官方旗舰店	https://mall.jd.com/index-55036.html
御泥坊 APP	御泥坊	御泥坊 APP	-

报告期内，发行人累计销售金额前五大网络店铺销售情况如下：

单位：万元

电商平台	店铺名称	开业时间	主要售卖品牌	时间	销售收入
天猫	御泥坊旗舰店	2008 年 3 月 27 日	御泥坊、小迷糊、花瑶花、师夷家、御泥坊男士	2017 年度	33,174.95
				2016 年度	22,497.63
				2015 年度	19,118.68
	御泥坊面膜专	2013 年 6 月 6 日	御泥坊、小迷糊、御泥坊男士	2017 年度	3,414.07
				2016 年度	2,832.03
				2015 年度	1,882.82

	卖店				
	小迷糊旗舰店	2013 年 3 月 7 日	御泥坊、小迷糊	2017 年度	7,516.43
				2016 年度	2,196.53
				2015 年度	1,753.48
蘑菇街	御泥坊旗舰店	2014 年 12 月 1 日	御泥坊	2017 年度	2,615.05
				2016 年度	2,675.74
				2015 年度	1,426.41
御泥坊 APP		2015 年 1 月 1 日	御泥坊	2017 年度	3,603.92
				2016 年度	4,021.41
				2015 年度	2,442.60

A、上述店铺主要运营数据

主要运营数据的定义如下：

序号	数据名称	定义公式	数据来源
1	独立访客数	统计时间段按 ID 去重的浏览用户数	B2C 平台、御泥坊 APP 后台
2	支付订单数	统计时间段内完成下单并支付的订单数	B2C 平台、御泥坊 APP 后台
3	支付 ID 数	统计时间段内完成下单并支付的按 ID 去重用户数	B2C 平台、御泥坊 APP 后台

a、御泥坊旗舰店（天猫）

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
独立访客数（万个）	8,544.94	5,196.78	4,693.41
支付订单数（万个）	436.51	290.88	239.20
支付 ID 数（万个）	401.60	268.06	225.03

注：数据来源为生意参谋软件；支付 ID 数为按日去重汇总；ARPU 值=期间支付订单金额/支付 ID 数，下同。

b、面膜专卖店（天猫）

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
独立访客数（万个）	1,163.15	1,055.30	720.63
支付订单数（万个）	57.59	50.81	29.02
支付 ID 数（万个）	55.82	48.48	26.91

注：数据来源为生意参谋软件；支付 ID 数为按日去重汇总。

c、小迷糊旗舰店（天猫）

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
独立访客数（万个）	1,612.44	648.35	526.56
支付订单数（万个）	145.38	45.89	32.36
支付 ID 数（万个）	135.63	41.94	29.16

注：数据来源为生意参谋软件；支付 ID 数为按月去重汇总。

d、御泥坊旗舰店（蘑菇街）

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
独立访客数（万个）	1,022.20	1,077.88	682.82
支付订单数（万个）	45.34	53.04	26.23
支付 ID 数（万个）	42.94	50.22	25.13

注：数据来源为蘑菇街店铺后台；支付 ID 数为按日去重汇总。

e、御泥坊 APP

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
独立访客数（万个）	849.97	1,202.89	554.54
支付订单数（万个）	54.32	103.99	65.62
支付 ID 数（万个）	41.57	80.96	52.5

注：数据来源为御泥坊 APP 后台；支付 ID 数为按月去重汇总。

B、发行人客单价在不同平台差异较大的原因

发行人在不同平台（店铺）的客单价差异原因主要包括：

a、不同平台销售的品牌产品有差异，不同品牌产品的定价不同，如薇风品牌产品定价较御泥坊品牌产品高，御泥坊品牌产品定价较小迷糊等其他品牌高，使得不同平台的客单价产生差异。

b、不同平台销售的同一品牌的产品在定位、规格上存在差异，如御泥坊旗舰店（天猫平台）中销售的御泥坊主打产品为 21 片装，其他平台销售的御泥坊主打产品为 14 片装、7 片装等，亦会对不同平台的客单价产生影响。

c、御泥坊旗舰店（天猫平台）重复购买率较其他平台、其他店铺高，在计算客单价时支付买家数不重复计算，导致御泥坊旗舰店（天猫平台）的客单价高于其他平台客单价。

因此，发行人主要自营平台线上销售的客单价在不同平台存在差异具有合理性，符合其实际业务情况。

C、发行人客单价与同行业相比较低具有合理性

单位：元

平台	店铺名称	店铺数据	同行同层平均	同行同层优秀
天猫	御泥坊旗舰店	105.35	209.40	598.66
	御泥坊面膜专卖店	77.00	126.58	272.54
	小迷糊旗舰店	71.23	145.90	414.58

注：上述天猫店铺数据来源为“生意参谋”软件，最近一年指 2017 年 1 月-2017 年 12 月，上述数据为最近一年数据**算术平均值**。同行同层优秀：相同一级类目（**美容护肤/美体/精油**）相同层级，处于您所在市场（淘宝或天猫）该行业 **90%分位**的同行的指标值；同行同层平均：相同一级类目（美容护肤/美体/精油）相同层级，处于您所在市场（淘宝或天猫）该行业 **60%分位**的同行的指标值。

发行人报告期内天猫淘宝主要店铺中客单价低于同行同层平均数据，主要原因为发行人主要产品为面膜类产品，主打产品均价在 60-120 元之间，同行业产品包括面霜、爽肤水等单价较高产品品类，同时同行业数据包括欧莱雅、雅诗兰黛、资生堂等国际大牌店铺的数据，其产品定价相对价格，故客单价较高。

发行人客单价与同行业相比较低具有合理性，符合其实际情况。

D、同类店铺及其品牌比较

将天猫平台运营的御泥坊和同行业类似品牌用户画像进行对比分析，用户画像指标包括职业、年龄及近 90 天支付次数。（本分析的品牌用户画像，非店铺用户画像，两者存在一定差异性。）

a、职业分布对比

职业分布	御泥坊	同业品牌 A	同业品牌 B
公司职员	36.01%	34.68%	33.82%
学生	22.71%	24.12%	24.29%
个体经营/服务人员	20.30%	20.57%	20.43%
教职工	8.37%	8.30%	8.82%
医务人员	7.17%	7.19%	7.26%

公务员	2.80%	2.65%	2.72%
工人	2.64%	2.48%	2.65%
合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

注：数据来源天猫-商家中心-生意参谋-市场-品牌分析-品牌详情（类目选择美容护肤/美体/精油，所有终端，天猫），数据时间为最近 30 天（2017 年 12 月 1 日-2017 年 12 月 31 日），下同。

“御泥坊”品牌购买人群职业分布主要为公司职员和学生，与可比品牌基本一致。

b、年龄分布对比

年龄分布	御泥坊	同业品牌 A	同业品牌 B
19-25 岁	47.95%	51.87%	53.34%
26-30 岁	21.15%	19.75%	20.19%
31-35 岁	11.23%	9.80%	8.99%
36-40 岁	6.56%	5.82%	5.50%
41-50 岁	7.55%	7.04%	6.89%
51 岁以上	1.30%	1.25%	1.13%
蒙面侠	4.27%	4.47%	3.97%
合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

“御泥坊”品牌购买人群年龄主要分布在 19-35 岁之间，与同行业可比品牌基本一致。

c、近 90 天购买次数分布对比

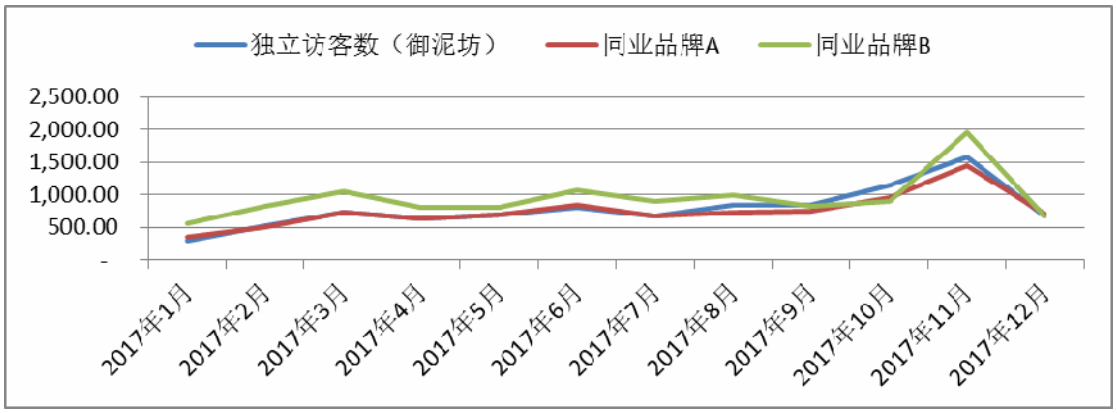
近 90 天购买次数	御泥坊	同业品牌 A	同业品牌 B
1 次	81.77%	83.74%	83.10%
2 次	13.35%	12.25%	13.19%
3 次	3.28%	2.65%	2.55%
4 次	1.01%	0.87%	0.75%
5 次	0.34%	0.28%	0.21%
5 次以上	0.25%	0.21%	0.20%
合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

注：近 90 天支付购买次数分布是指：在取数时间范围内（最近 30 天）的用户在最近 90 天的在天猫平台的购买次数分布，而非在单一品牌的购买次数分布。

“御泥坊”品牌 90 天购买次数集中在 1-2 次，与同行业可比品牌基本一致。

d、品牌核心运营指标数据分析

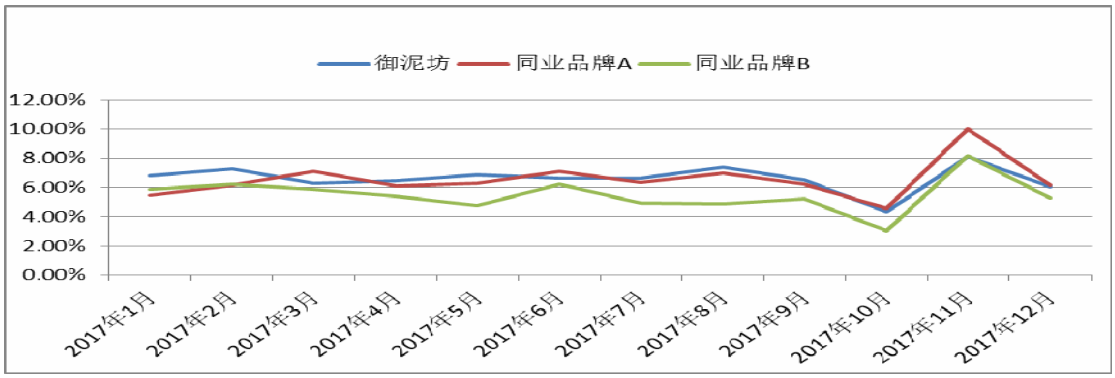
i.UV 访客数



注：以上数据来自于天猫-商家中心-生意参谋-市场-行业分析（类目选择美容护肤/美体/精油，所有终端，天猫），数据为按日去重累加，取数时间为 2017 年 1 月-2017 年 12 月。月独立访客数=当月当日独立访客数累计值。访客数单位为万。

受“双 11”大促影响，11 月品牌访客数提升明显；受 1 月春节放假影响，2017 年 1 月品牌访客数为最低；御泥坊品牌与同行业类似品牌数据相比不存在异常。

ii.品牌转化率对比



注 1：以上数据为品牌转化率，非店铺转化率，与店铺转化率存在一定的差异性；

注 2：以上数据来自于天猫-商家中心-生意参谋-市场-行业分析（类目选择美容护肤/美体/精油，所有终端，天猫），品牌转化率=品牌支付买家数/品牌访客数，取数时间为 2017 年 1 月-2017 年 12 月。

受“双 11”大促影响，11 月品牌转化率提升明显；受 10 月“双 11”预售促销及国庆放假影响，2017 年 10 月品牌转化率为最低；御泥坊品牌与同行业类似品牌相比不存在异常。

E、合同情况

天猫平台设立虚拟店铺需要签署《天猫服务协议》（电子协议），以湖南御泥坊化妆品有限公司（商户）运营的“御泥坊旗舰店”为例，主要合同条款如下：

a、商户信息提交

商户欲使用本协议下的服务，须根据其申请入驻时的入驻标准的要求向天猫或天猫指定合作方提交其信息和相关证明文件。

b、保证金及支付宝余额

商户同意缴存一定的金额作为质押（以下称为“保证金”），用于担保其对本协议的履行和遵守。

c、服务和费用

乙方（浙江天猫技术有限公司）提供的服务及收费

i 与互联网信息服务相关的软件服务

乙方为商户提供与互联网信息服务相关的软件服务，包括但不限于搜索商品、生成订单、管理交易和完成支付的软件系统。乙方向商户收取软件服务费（佣金），该费用由年费和实时划扣部分两部分组成。

ii 与积分系统相关的软件服务费

商户同意使用积分系统软件（一种可增加用户黏性的营销软件）中的天猫积分模块（以及天猫后续提供的类似积分模块，名称以天猫实际使用的为准）并以其通过积分系统软件向消费者发放的天猫积分数量（商户通过积分系统软件实际向消费者发放的天猫积分数量以天猫系统记录为准）为计费基数，按一定比例向

天猫指定的支付宝账户支付积分系统软件服务费用，交易额以支付宝系统记录的商户支付宝交易额为准。

d、消费者保障义务

消费者保障，指商户根据本协议约定的条款和条件及天猫网站公示的规则，通过天猫平台展示除二手、闲置外的商品（以下简称“全新商品”）并利用支付宝服务向买家出售全新商品时，应履行“商品如实描述”、“商品 7 天无理由退换货”和“正品保障”的义务。

e、违约责任

在使用天猫服务的过程中，商户存在侵犯第三方（如消费者、知识产权权利人或商品/服务的实际使用者）权益、违反国家法律法规或其他违反本协议和/或天猫规则的行为时，除根据本协议和/或天猫规则应向天猫支付违约金外，还应赔偿天猫因此遭受的损失（如有）。

F、公司线上自营特征分析

报告期内，线上自营模式下销售数据相关统计及分析结果如下（以下数据系根据销售业务系统中订单金额（含税）进行统计，与会计核算收入口径有少量差异）。下述数据来源发行人 ERP 系统。

a、客户数量和购买频次

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
客户数量（万）	790.28	578.96	387.41
购买频次	1.39	1.39	1.32
客单价	113.69	102.53	102.19

注：客户数量为期间客户 ID 数量扣重，下同。平均购买频次=订单总额/客户数量（扣重）；客单价=订单金额/客户数量（扣重）。

b、月度订单均价

单位：元

期间	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	年度

2017 年度	73	78	79	83	81	85	86	89	86	75	90	78	82
2016 年度	78	84	79	74	79	76	74	67	66	65	78	84	74
2015 年度	89	88	85	80	77	72	76	74	76	75	89	88	77

注：月度订单均价=订单金额（含税）/订单数量

报告期内发行人自营模式下订单均价较低，2017 年度，受到产品升级、部分产品调价以及“城野医生”品牌的影响，订单均价有所上升。每年 11 月，受到“双 11”大促的影响，订单均价相对较高。

c、月度成交订单

单位：万单，%

月份	2017 年度		2016 年		2015 年度	
	订单数	占比	订单数	占比	订单数	占比
1 月	36.25	3.31	35.17	4.37	19.62	3.83
2 月	66.51	6.07	36.56	4.55	12.88	2.51
3 月	73.79	6.73	65.22	8.11	27.24	5.31
4 月	65.85	6.01	51.26	6.37	30.81	6.01
5 月	77.91	7.11	58.76	7.31	24.85	4.85
6 月	90.70	8.28	77.69	9.66	33.30	6.50
7 月	76.84	7.01	57.19	7.11	24.61	4.80
8 月	108.97	9.95	76.47	9.51	61.67	12.03
9 月	109.38	9.98	84.41	10.49	60.43	11.79
10 月	88.05	8.04	59.82	7.44	44.17	8.62
11 月	226.05	20.63	140.01	17.41	118.44	23.10
12 月	75.35	6.88	61.72	7.67	54.65	10.66
合计	**1,095.65**	**100.00**	**804.28**	**100.00**	**512.69**	**100.00**

受电商平台促销活动、发行人推广营销活动、产品升级等影响，月度订单量有所波动，受到“双 11”大促影响，11 月为月度订单高峰。

d、地区分布情况

单位：万单、%

区域	2017 年度	2016 年度	2015 年度

	订单数量	占比	订单数量	占比	订单数量	占比
华东	363.75	33.20	270.26	33.60	181.17	35.34
华中	168.42	15.37	125.94	15.66	81.14	15.83
华南	167.68	15.30	118.74	14.76	71.12	13.87
华北	143.15	13.07	110.83	13.78	70.72	13.79
西南	121.94	11.13	82.19	10.22	48.14	9.39
西北	68.44	6.25	49.72	6.18	30.39	5.93
东北	61.89	5.65	45.87	5.70	29.98	5.85
境外	0.38	0.03	0.73	0.09	0.03	0.01
合计	**1,095.65**	**100.00**	**804.28**	**100.00**	**512.69**	**100.00**

发行人订单收货地址主要集中于华东、华南、华中等消费人口较多、经济较为发达地区。

e、发货分布情况

单位：万单

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
长沙仓	497.38	326.36	244.90
菜鸟仓	502.65	343.31	72.87
其他	95.96	127.32	189.49
合计	**1,096.00**	**797.00**	**507.25**

注：上述数量为快递单数。

发行人发货目前主要由于长沙仓和菜鸟仓发送，菜鸟仓发货占比呈上升趋势，符合发行人业务实际。

f、按照客户消费金额列示客户数量及占比

单位：万个、%

累计消费金额	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	客户数量	占比	客户数量	占比	客户数量	占比
0-500 元	779.24	98.60	572.13	98.82	382.74	98.82
500-1,000 元	8.98	1.14	5.65	0.98	3.84	0.99

1,000-2,000 元	1.50	0.19	0.92	0.16	0.55	0.14
2,000-5,000 元	0.40	0.05	0.20	0.03	0.13	0.03
5,000 以上	0.16	0.02	0.06	0.01	0.04	0.01
合计	**790.28**	**100.00**	**578.96**	**100.00**	**387.31**	**100.00**

注：上述金额为报告期内单个客户 ID 每个期间累计订单金额。

报告期内，每期累计消费金额低于 500 元的客户占比超过 98%，较为分散，累计大额消费客户占比较小。

报告期内，公司线上自营模式下大额买家用户的构成情况如下：

项目	2017 年度		2016 年		2015 年度	
	买家数量（个）	订单金额（万元）	买家数量（个）	订单金额（万元）	买家数量（个）	订单金额（万元）
2 万元以上	188	1,216.48	74	621.56	41	245.05
1-2 万元	370	499.99	160	212.87	117	159.01
0.5-1 万元	1,060	705.88	374	251.27	270	173.68
合计	**1,618**	**2,422.35**	**608**	**1085.70**	**428**	**577.74**

注：2 万元以上是指单个客户昵称（ID）账号年度购买金额大于 2 万元（含），其他类推；买家数量是指客户昵称（ID）账户数量；订单金额为含税订单金额。

报告期各期单个客户 ID 累计交易额 5,000 元以上的订单金额合计分别为 577.74 万元、1,085.70 万元和 2,422.35 万元，分别占当年度线上自营模式订单金额的比重为 1.46%、1.83%和 2.70%，占比较小。上述客户购买商品主要在淘宝渠道和朋友圈分销，其付款方式为支付宝、微信钱包等第三方支付工具或者通过银行卡支付。

g、购买次数情况

单位：万个、%

复购频次	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	客户数量	占比	客户数量	占比	客户数量	占比
1-5 次	783.22	99.11	573.33	99.03	385.17	99.45
6-10 次	5.28	0.67	4.44	0.77	1.70	0.44
10 次以上	1.78	0.22	1.19	0.20	0.44	0.11
合计	**790.28**	**100.00**	**578.96**	**100.00**	**387.31**	**100.00**

发行人报告期内线上自营客户复购次数集中于 1-5 次，整体结构较为正常，复购 10 次以上客户和交易金额占比较低。

h、次均消费情况

单位：万单、%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
每笔交易金额	订单数量	占比	订单数量	占比	订单数量	占比
0-100 元	873.09	79.69	658.22	81.84	403.39	78.68
100-200 元	183.82	16.78	116.21	14.45	85.88	16.75
200-300 元	27.87	2.54	23.65	2.94	17.03	3.32
200-500 元	8.93	0.81	5.22	0.65	5.30	1.03
500-1,000 元	1.64	0.15	0.79	0.10	0.97	0.19
1,000 元以上	0.30	0.03	0.19	0.02	0.11	0.02
合计	**1,095.65**	**100.00**	**804.28**	**100.00**	**512.69**	**100.00**

发行人线上客户次均消费区间集中于 200 元以内，与发行人整体产品单价区间相符，大额消费情况占比很小。

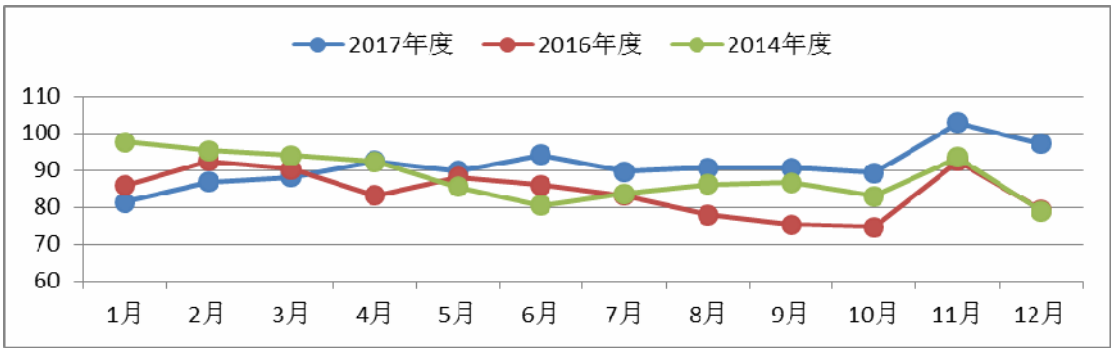
i、ARPU（客单价）情况

单位： 万元、%

月份	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	客单价	环比增速	客单价	环比增速	客单价	环比增速
1 月	81.39	2.65	85.77	8.51	97.74	11.61
2 月	86.83	6.68	92.44	7.77	95.35	-2.44
3 月	88.20	1.59	90.33	-2.28	93.92	-1.50
4 月	92.42	4.78	83.20	-7.90	92.30	-1.72
5 月	89.91	-2.71	88.10	5.89	85.57	-7.29
6 月	94.22	4.79	85.93	-2.47	80.54	-5.88
7 月	89.67	-4.83	83.21	-3.16	83.72	3.95
8 月	90.62	1.07	77.97	-6.29	86.14	2.89
9 月	90.67	0.05	75.31	-3.41	86.64	0.57
10 月	89.36	-1.45	74.67	-0.86	83.02	-4.17
11 月	102.85	15.10	92.50	23.87	93.43	12.54
12 月	97.20	-5.49	79.29	-14.28	79.05	-15.40

注：客单价=订单金额/月度客户 ID 数（去重）

发行人月度 ARPU 值整体较为稳定，报告期各月整体走势不存在异常。



对于客单价环比变动超 10%月份及其报告期每个期间客单价最高及最低月份进行了按日分析。具体分析如下：

发行人日均客单价受到产品结构、爆款产品价格、促销策略、电商平台促销活动、人均购买件数等因素影响，存在一定波动，报告期内发行人日均客单价较低，不存在异常情形。

单位：元

日期	2015 年 1 月	2015 年 11 月	2015 年 12 月	2016 年 10 月	2016 年 11 月	2016 年 12 月	2017 年 1 月	2017 年 11 月
1 号	93.58	60.11	71.62	83.57	55.67	71.45	72.08	73.48
2 号	88.69	55.95	70.98	72.48	54.63	73.44	70.52	69.62
3 号	88.21	60.89	71.46	75.87	59.85	68.04	72.39	56.30
4 号	84.75	57.00	69.92	85.62	58.06	68.32	72.25	59.00
5 号	91.56	49.94	66.80	67.98	52.02	57.75	66.65	62.95
6 号	82.73	52.08	68.10	72.81	51.68	57.28	66.55	63.66
7 号	85.34	49.89	61.14	74.02	51.64	51.05	69.34	53.88
8 号	93.92	46.52	52.81	74.72	53.45	62.27	94.52	60.56
9 号	89.59	73.30	60.25	74.97	49.43	51.95	72.80	67.09
10 号	89.13	93.25	56.04	52.42	68.43	64.48	77.70	96.22
11 号	92.29	97.97	86.80	74.64	97.50	55.41	79.56	103.86
12 号	91.24	75.43	83.76	72.15	66.90	83.95	70.56	76.16
13 号	88.90	77.63	58.17	66.08	72.81	67.42	76.10	79.91
14 号	87.65	69.19	64.31	38.56	65.83	66.65	71.95	87.63

15 号	97.75	64.51	62.88	66.66	64.82	64.67	71.69	79.16
16 号	87.65	67.06	64.68	66.91	64.86	69.45	86.74	85.88
17 号	79.37	68.58	70.49	75.98	70.92	68.18	79.23	78.13
18 号	82.43	73.89	63.55	81.56	70.51	64.59	77.95	76.24
19 号	91.82	69.60	71.16	64.49	64.34	62.26	72.45	77.42
20 号	92.36	76.28	70.22	57.45	66.40	59.79	79.17	83.19
21 号	102.50	68.39	63.13	62.87	66.36	77.19	73.78	76.02
22 号	97.27	67.44	66.43	59.63	71.17	64.64	76.07	70.39
23 号	99.32	66.81	69.03	53.19	74.19	68.30	64.96	74.45
24 号	99.41	62.72	82.26	65.75	82.61	80.18	68.05	106.92
25 号	99.78	74.11	83.16	64.66	75.52	71.09	68.18	86.13
26 号	78.74	68.56	74.59	74.80	65.48	72.04	63.90	54.09
27 号	94.23	69.82	72.87	65.67	68.86	55.72	62.82	79.38
28 号	90.06	76.14	72.09	78.90	68.51	70.45	66.72	84.27
29 号	106.25	67.68	79.23	66.49	86.44	70.13	69.49	87.87
30 号	104.37	69.96	72.92	62.28	72.80	66.25	73.31	75.89
31 号	90.26	-	67.55	67.56	-	68.88	72.93	-

注：日均客单价=日均成交金额/当日客户 ID 数去重，下同；全月客户 ID 数去重数量小于按日客户 ID 数去重加总。

2015 年 1 月，发行人整体促销频次较少，日销量及其日均客单价走势较为平稳，月度整体客单价相比较高。

每年 10 月，由于“双 11”大促影响，天猫平台销售额占比下降，其他低客单价平台占比上升，导致 10 月客单价相对较低。

每年 11 月，由于受到天猫平台“双 11”大促的影响，月度客单价较高。2015 年度、2016 年度和 2017 年度“双 11”当天成交金额占全月比重分别为 71.79%、72.32%和 79.86%，客单价分别为 97.97 元、97.50 元和 103.86 元，相对较高。

每年 12 月，客单价相比较低，主要原因为“双 11”大促后，客单价回归正常。另外淘宝平台整体定位较为低端，平均客单价较低，淘宝平台“双 12”大促导致整体客单价较低。

2017 年 1 月客单价相对较低，主要原因为 2017 年 2 月发行人针对部分单价较低的品类，例如洁面乳、眼膜贴、部分非贴式面膜等产进行提价，并对整体产

品结构进行调整，发行人客单价上升。

保荐机构取得了自营模式各渠道销售费用明细，对佣金费用占各渠道收入比重、快递费用占营业收入比重等进行了分析复核；对于发行人在天猫、蘑菇街平台交易金额进行了函证；抽查了发行人报告期内各期天猫、淘宝等平台发货记录明细以及店铺旺旺聊天记录；对于最终销售顾客进行了随机电话访谈；抽查快递信息并对快递服务商进行了函证；对于天猫、京东等平台进行了访谈，并取得了工商行政机关出具的无行政处罚证明文件；对于发行人销售管理系统进行穿行测试，并对发行人高管进行了访谈。

经核查，保荐机构认为：报告期内，发行人不存在刷单、虚构交易的情形，快递真实；发行人客单价波动原因真实，符合企业实际情况，具有合理性。

j、月度购买频次

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
1 月	1.11	1.10	1.10
2 月	1.12	1.11	1.09
3 月	1.11	1.15	1.10
4 月	1.11	1.12	1.16
5 月	1.10	1.12	1.11
6 月	1.11	1.12	1.12
7 月	1.12	1.13	1.10
8 月	1.13	1.16	1.16
9 月	1.13	1.14	1.13
10 月	1.14	1.15	1.11
11 月	1.18	1.18	1.17
12 月	1.14	1.15	1.14

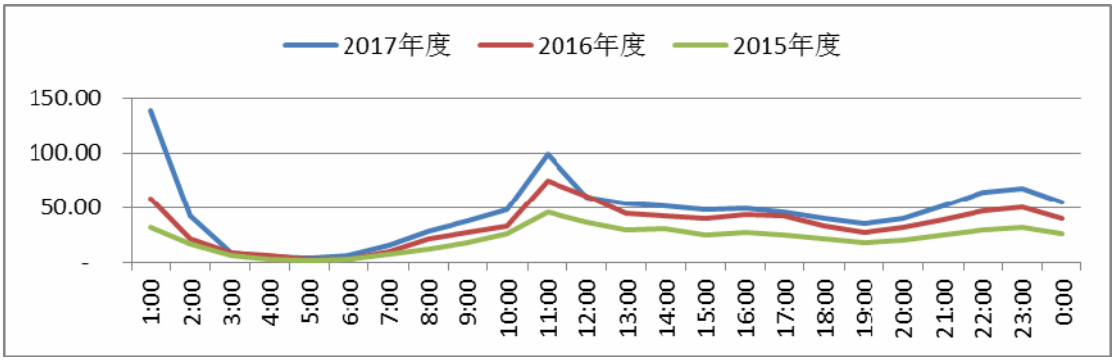
注：购买频次=月度成交订单数/月度客户 ID 数（去重）

发行人报告期内月度购买频次分布较为均匀，不存在异常情况。

k、下单时间

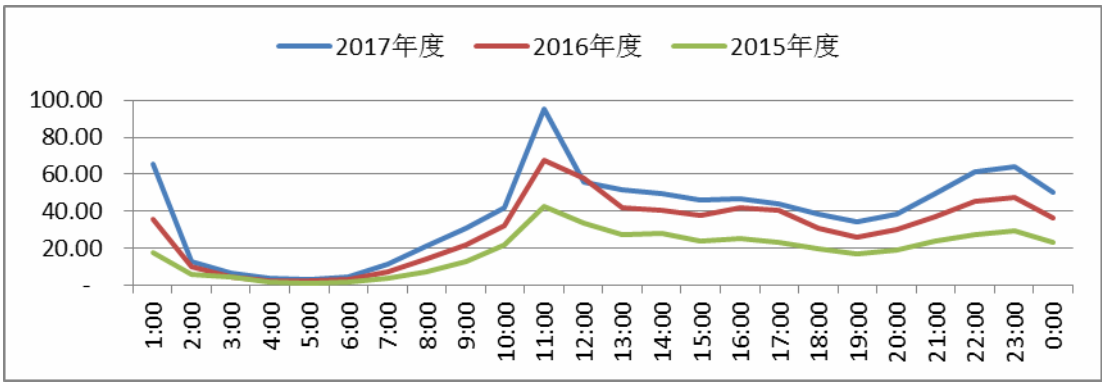
按照每日 24 个时间段订单情况进行分析，分析结果如下：

i.线上自营渠道订单时间分布情况



受聚划算活动 10 点开始的影响，10 点-11 点订单量为全天最高峰；受“双 11”等电商平台大促活动 0 点开始的影响，0 点-1 点订单量较大；每天上午 10 点和晚上 10 点为下单时间高峰期，符合网络购物规律。

ii.剔除“双 11”订单后，发行人订单时间分布如下：



剔除“双 11”订单后，发行人 0 点左右订单明显减少，分布较为正常。

②线上经销模式

在经销模式下，公司与京东、聚美优品等 B2C 电商平台签署商品买卖合同，先行将商品销售给电商平台，电商平台再将商品销售给终端消费者。以京东为例，公司与京东签署购销协议，京东向公司下达订单，公司将货物交付至指定仓库，公司向京东收取货款并开具发票。京东向终端消费者销售，并提供相应销售服务。

公司经销模式的主要网店情况如下：

电商平台	主营品牌	开业时间	店铺名称	运营主体
京东	御泥坊	2014 年	御泥坊京东自营旗舰店	北京京东世纪贸易有限公司
	小迷糊	2014 年	小迷糊京东自营旗舰店	北京京东世纪贸易有限公司

	花瑶花	2016 年	花瑶花自营旗舰店	北京京东世纪贸易有限公司
	师夷家	2014 年	师夷家男士官方京东自营旗舰店	北京京东世纪贸易有限公司
聚美优品	御泥坊	2014 年	御泥坊聚美官方旗舰店	上海聚美优品信息科技有限公司

报告期内，对线上经销商定价方法为发行人与线上经销商根据市场零售价协商确定供货价格折扣，并对于终端零售价格进行指导。主要结算政策为按照当月经销商入库金额（扣除退货等金额）与公司对账结算；结算方式为银行转账，账期为 1-3 个月。

A、合同情况

a、京东

以北京京东世纪贸易有限公司（甲方）与湖南御泥坊化妆品有限公司（乙方）签署的《商品经销协议》为例，说明主要合同条款如下：

I、产品订购、运输及收货

甲方进货必须向乙方下达正式订单，乙方接到甲方订单之日起壹日内以书面、系统或邮件形式答复甲方。逾期未予确认的，视同乙方已确认订单。

乙方负责将订单列明的产品，通过甲方仓储预约系统按照约定的时间（即除双方另有约定外），应于甲方订单系统记录的下单时间之日起，同城 5 天，异地 10 天送达；产品所有权自甲方验收入库后转移甲方；产品在交付甲方验收入库前的一切费用及风险责任由乙方承担。

II、残次品、滞销品、退货

（1）残次品

甲方收货后发现残次品，乙方承诺每月清理 1 次。如乙方需至甲方仓库对残次品进行鉴定，应事先与甲方有关人员联络，甲方提供必要协助与支持；乙方同意甲方贷款结算是直接扣减残次品金额后付款。

（2）滞销品

入库后 45 天以上未销售完毕的产品为滞销品；乙方应定期向甲方了解产品库存情况，对接近滞销期的产品予以及时处理。

（3）退货

甲乙双方同意选择以下退货方式：乙方接受甲方库存过剩或滞销品、残次品、质量问题产品及“冷静期”退货（冷静期退货指：客户收到产品之日起七日内产生的无理由退货）。

III、货款结算方式

甲方从乙方购进产品，货款结算按账期付款方式执行。

账期付款：乙方交付产品，甲方验收入库 60 天后，甲方开始为乙方结算，甲方于结算单核定付款日起 7 个工作日付款。

IV、违约责任

因乙方原因造成甲方名誉损失的，乙方应在造成甲方损失之日起5日内向甲方支付不低于人民币贰拾万元整的违约金，且甲方亦有权单方解除本协议。

乙方迟延交货，每延迟 1 日，应向甲方支付该订单总价款 0.5‰的违约金；延迟交货超过 5 日，甲方有权取消订单或/并解除本协议及未履行订单，同时乙方应向甲方支付取消订单对应的订单总价款 20%的违约金，不足以弥补甲方损失的，仍应予以赔偿。若甲方已支付相关货款，乙方应在 1 日内退回甲方。

乙方违反本协议第 5.1.2 条(所有权及质量保证义务)、5.1.3 条(知识产权保证义务)、5.1.7 条(客户信息保护义务)、5.1.10 条(耐用品举证责任)，及售后服务条款内容之一的，乙方向甲方支付违约金伍拾万元或按违反本协议约定的相关产品总供货金额的 10 倍支付违约金，二者从高适用。若乙方向甲方提供的产品属于第 2.9 条假货的，则应向甲方支付更高金额的违约金，即违约金壹佰万元或本协议项下累计供货金额 10 倍的违约金，二者从高适用。

b、聚美优品

以苏州聚美优品信息技术有限公司（甲方）与湖南御泥坊化妆品有限公司（乙方）签署的《店铺经营协议》为例，说明主要合同条款如下：

1、合作方式

甲方采购乙方产品，利用自己的销售渠道及消费者资源进行销售。

2、产品价格

每一具体交易中，生效采购单规定的价格为该交易项下产品的最终价格。

3、产品交付

乙方应完全按双方确定的品牌规格、价格、折扣、数量、交付时间、交付地点，持《到货单》向甲方交付产品。

4、产品风险转移

除本合同另有规定外，在产品到达交货地，经甲方入库验收合格后，产品损毁、灭失的风险由乙方转移至甲方。

5、产品检验和退货及售后服务

乙方将产品运送到指定交货地后，甲方应按照相关生效采购单规定的内容对产品名称、数量、规格与采购单及乙方送货凭证是否相符，外包装是否完好、外观是否有缺陷、是否存在明显的质量问题、是否符合国家有关规定等进行验收。在验收之后，甲方应就其认为符合采购单要求的产品签发实收产品对账单。实收产品对账单作为甲方已接受乙方按采购单约定交付产品的表面证据。

自乙方向甲方交付合作产品后 3 个月内，若合作产品出现 30 日及以上无销售记录或库存周转天数严重超过甲方要求（一般是不能超过 90 日）的情况，甲方有权采取下列一项或多项措施：

（1）按采购进货价向乙方退货；

（2）向乙方换货。

6、结算、付款

经甲乙双方协商一致、结算方式采用如下所述方式：账期：30 天，自乙方向甲方提供的产品入库之日起计算。在账期内，甲方与乙方进行采购单核准对账，确认结算金额，同时乙方向甲方提供同等金额的增值税专用发票。

7、违约责任

如果乙方不能在采购单规定的交货期内履行交货义务(包括但不限于交货不符甲方拒收或退换货导致的延迟)乙方应承担违约责任，每延迟一日，乙方需向甲方支付延迟交付产品总金额千分之一的违约金，乙方延迟交货超过7日的，甲方有权解除本合同，乙方应向甲方支付延迟货物对应采购单总金额20%的违约金。如果因乙方迟延交货而导致消费者取消购买或退货，甲方将产品退回乙方，退货产生的费用由乙方承担。若违约金不足以补偿甲方损失的，乙方还应赔偿甲方因此而遭受的一切损失。

乙方向甲方提供的产品为假冒、伪劣、非法、侵犯他人知识产权或乙方提供的售后服务问题被媒体(媒体包括但不限于电视、广播、报纸、杂志、网络等)曝光或因产品问题或乙方提供的售后服务问题被有关部门、机构、消协处罚的，甲方有权解除本合同并要求乙方支付本合同项下该产品的货款总额5倍的违约金，同时乙方应向甲方支付商誉损害赔偿金50万元，违约金不足以补偿甲方损失的，乙方还应赔偿甲方因此而遭受的一切损失。

B、线上经销模式前五大客户

报告期内，发行人线上经销模式前五大客户相关情况具体如下：

a、2017 年度

单位：万元

序号	客户名称	产品类型	销售收入合计	期末应收款余额	期后回款情况
1	北京京东世纪贸易有限公司	贴式面膜、非贴式面膜、水乳膏霜	12,924.61	4,979.61	已回款 4,829.16 万元
2	苏州聚美优品信息技术有限公司	贴式面膜、非贴式面膜、水乳膏霜	9,790.52	2,073.52	已回款 176.25 万元
3	ALIBABA.COM SINGAPORE E-COMMERCE PRIVATE LIMITED	贴式面膜、水乳膏霜	2,382.85	208.79	已回款 54.02 万元
4	儀菲電子商務有限公司	水乳膏霜	1,150.33	264.95	暂未回款
5	優通貿易香港有限公司	贴式面膜、水乳膏霜	1,109.22	253.43	已回款 199.91 万元

注：北京京东世纪贸易有限公司数据包括北京京东世纪贸易有限公司和 JD.COM INTERNATIONAL LIMITED；上海聚美优品信息科技有限公司、Jumei Hongkong Holding Limited、苏州聚美优品信息技术有

限公司系同一控制下的公司；儀菲電子商務有限公司数据包括儀菲電子商務有限公司数据（香港）和仪菲（上海）品牌管理有限公司；苏宁云商集团股份有限公司与发行人部分品牌合作模式为代销，上述收入金额未包括代销金额。上述回款截至时间为 2018 年 1 月 12 日，下同。

b、2016 年度

单位：万元

序号	客户名称	产品类型	销售收入合计	期末应收款余额	期后回款情况
1	上海聚美优品信息科技有限公司	贴式面膜、非贴式面膜、水乳膏霜	11,335.19	3,303.32	已全部回款
2	北京京东世纪贸易有限公司	贴式面膜、非贴式面膜、水乳膏霜	10,984.60	354.32	已全部回款
3	苏宁云商集团股份有限公司	贴式面膜、水乳膏霜	472.46	147.15	已全部回款
4	蜜芽宝贝（天津）信息技术有限公司	贴式面膜、非贴式面膜、水乳膏霜	151.21	68.06	已全部回款
5	優通貿易香港有限公司	贴式面膜	19.77	3.46	已全部回款

c、2015 年度

单位：万元

序号	客户名称	产品类型	销售收入合计	期末应收款余额	期后回款情况
1	上海聚美优品信息科技有限公司	贴式面膜、非贴式面膜、水乳膏霜	7,469.11	2,410.93	已全部回款
2	北京京东世纪贸易有限公司	贴式面膜、非贴式面膜、水乳膏霜	6,696.23	610.40	已全部回款
3	乐蜂（上海）信息技术有限公司	贴式面膜、非贴式面膜、水乳膏霜	956.42	271.59	已全部回款
4	苏宁云商集团股份有限公司	贴式面膜、非贴式面膜、水乳膏霜	723.13	602.16	已全部回款
5	济南蒂洛斯企业管理咨询有限公司	贴式面膜	3.59	0.35	已全部回款

③代销模式

在代销模式下，公司主要通过唯品会、快乐购等电商平台向终端消费者销售商品，双方以电商平台实际销售商品和约定方式进行结算。以唯品会为例，公司与唯品会签署销售合同，双方协商拟定待销商品和特卖会档期后，公司向唯品会备货，唯品会向终端消费者销售，并提供相应销售服务。公司参与销售方案的策划，并最终根据唯品会提供的实际销售清单与其结算并开具发票。

线上代销商定价方法为发行人与线上代销商根据市场零售价协商确定供货价格折扣，并对终端零售价格进行指导。主要结算政策为按照进度款结算或者月结方式对于已实现对外销售商品进行结算；结算方式为银行转账，账期为 1-3 个月。

A、合同情况

以唯品会（中国）有限公司（甲方）与湖南御泥坊化妆品有限公司（乙方）签署的《商品销售合同》为例，说明主要合同条款如下：

I、商品的供货

甲方不时根据经营需求而要求乙方提供《货品候选清单》，乙方应当及时主动予以提供。

甲方根据乙方提供的《货品候选清单》确定计划采购的货品后，乙方按照甲方要求将甲方初步选定的每一款式货品的样品发送至甲方指定接收地点。

甲方根据乙方提供的《货品候选清单》及货品样品（如有）最终确定需要乙方供货的货品数据并罗列编制成《采购货品清单》发送至乙方。

II、货品的运送和接收

乙方应当严格按《采购货品清单》约定的商品，按约定交货地点与时间向甲方送货，否则，甲方有权拒收货品。货物相关的风险（包括但不限于丢失、损坏、或变质风险）在交付至交货地点后并经甲方接收后转移给甲方。

III、交货及验收

甲方在收到乙方的货品后七（7）至十（10）个工作日对货品数量及质量、包装等情况查验，并将不符合约定的货品数量、质量、包装等信息告知乙方，乙方有责任在收到甲方通知后七个工作日内完成货品的数据核对确认，如乙方逾期核实数据的，则视为同意按甲方单方所认定的不合格货品数据为准。

IV、商品的退货

退货的范围包括不合格产品（含次品及坏品）、当次档期未销售完毕的合格品、消费者退货及依据自然损耗产生的退货（自然损耗退货由双方另行约定）。

次品与坏品是指在货物验收过程通过肉眼或者其他技术手段可以识别的产品质量、标识、包装等问题的货品。甲方有权将次品及坏品无条件退回给乙方。

甲方有权将每档售卖期内或者其他约定期限内未售出的合格货品及甲方在销售过程中发现的不合格货品退回乙方。

在合作期间如为档期方式销售时，因货品的上线售卖期间未约定或约定不明确的，甲方有权随时决定将货品下线停止售卖，并将未售出的货品退回乙方，运费由乙方承担。

V、货款的结算

甲方与乙方一致同意货款按进度款结算及月结结算方式进行结算。

乙方应按货款结算金额向甲方开具税率为 17%的全额增值税专用发票，甲方收到发票并核对无误后五个工作日内将货款通过银行转账方式支付给乙方。如因乙方提供的发票不符合税务规定给甲方造成损失的，乙方应承担全额赔偿责任，赔偿范围包括但不限于甲方交纳的税款、相关滞纳金、税务罚款。

VI、违约责任

合同履行期间，如一方违反本合同及附件中任何约定而致使另一方利益遭受损失，另一方有权在违约行为发生后以书面形式告知违约方要求予以纠正并赔偿。如因违约方违反本合同致使守约方发生任何费用、支出、责任或者损失，违约方应就此对守约方承担责任并进行赔偿，保障守约方不受损害。

B、线上代销模式前五大客户

报告期内，发行人线上代销模式前五大客户相关情况具体如下：

a、2017 年度

单位：万元

序号	客户	产品类型	销售收入合计	期末应收款余额	期后回款情况
1	唯品会(中国)有限公司	贴式面膜、非贴式面膜、水乳膏霜	41,137.28	8.81	已回款 8.00 万元
2	浙江优集供应链管理有限公司	贴式面膜、非贴式面膜、水乳膏霜	5,831.32	34.37	暂未回款

3	上海天翌电子商务有限公司	贴式面膜、非贴式面膜、水乳膏霜	3,813.69	239.59	暂未回款
4	快乐购物股份有限公司	贴式面膜、非贴式面膜、水乳膏霜	557.89	51.14	已全部回款
5	北京惠买在线网络科技有限公司	贴式面膜、非贴式面膜、水乳膏霜	285.31	4.16	已回款 4.03 万元

注：唯品会(中国)有限公司包括 Vipshop International Holidings Limited、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；浙江优集供应链管理有限公司包括浙江优集供应链管理有限公司及云集（香港）有限公司。上述回款截至时间为 2018 年 1 月 12 日，下同。

b、2016 年度

单位：万元

序号	客户	产品类型	销售收入合计	期末应收款余额	期后回款情况
1	唯品会(中国)有限公司	贴式面膜、非贴式面膜、水乳膏霜	32,179.90	125.39	已全部回款
2	上海天翌电子商务有限公司	贴式面膜、非贴式面膜、水乳膏霜	1,707.18	306.17	已全部回款
3	快乐购物股份有限公司	贴式面膜、水乳膏霜	1,059.80	9.29	已全部回款
4	天津猫超电子商务有限公司	贴式面膜、非贴式面膜、水乳膏霜	384.97	-	不适用
5	浙江集商网络科技有限公司	贴式面膜、非贴式面膜、水乳膏霜	326.09	1.83	已全部回款

c、2015 年度

单位：万元

序号	客户名称	产品类型	销售收入合计	期末应收款余额	期后回款情况
1	唯品会(中国)有限公司	贴式面膜、非贴式面膜、水乳膏霜	22,656.62	-	不适用
2	快乐购物股份有限公司	贴式面膜、非贴式面膜、水乳膏霜	1,001.27	-	不适用
3	西藏植朵商贸有限公司	贴式面膜、非贴式面膜、水乳膏霜	449.74	10.83	已全部回款
4	北京惠买在线网络科技有限公司	贴式面膜、非贴式面膜、水乳膏霜	352.00	47.05	已全部回款
5	上海天翌电子商务有限公司	贴式面膜、非贴式面膜、水乳膏霜	265.54	98.38	已全部回款

（2）线下销售

线下销售模式主要包括自营、经销和代销三种模式。

①线下自营

自营模式主要是通过线下直营店进行商品销售，截至本报告期末，公司共有7家线下直营门店运营，分布在湖南省长沙市。

a、租金金额与门店数量、地理位置、门店面积

报告期内，线下门店的租金金额、门店数量、地理位置、门店面积的对应关系如下：

项目	2017年度	2016年度	2015年度
期末门店数量	7	10	16
期末门店地理位置	长沙：7家	长沙：9家 郴州：1家	长沙：12家 郴州：1家 株洲：1家 湘潭：1家 青岛：1家
门店数量①	8.25	15.42	12.25
门店面积（平米）②	512.50	740.03	633.16
租金合计（万元）③	299.66	591.26	555.09
平均单店租金（万元/店/年）③/①	36.32	38.35	45.31
平均每平米租金（月/万元/平米）③/②/12	0.05	0.07	0.07

注：门店数量、门店面积为加权平均后金额。

报告期内，发行人新增门店数量分别为8家、0家和1家；关闭的门店数量分别为0家、6家和4家。

公司关闭了部分持续亏损店铺，同时续租时部分门店的租金有所降低，报告期内发行人线下门店平均单店租金持续下降，线下门店平均每月每平米租金较为稳定，略有下降。

报告期内线下门店的租金与门店的数量、地理位置、门店面积具有匹配性。

b、现金收款比例

线下自营模式存在销售现金收款的情形，收款方式主要包括POS机收款（微信支付、支付宝、银行卡）、现金收款等。

报告期内，发行人各期现金收入金额及比例较小，具体如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
现金收入	223.04	516.77	526.64
占主营业务收入比	0.14%	0.44%	0.69%

②经销、代销模式

经销模式主要是指公司与线下经销商签署产品经销合同，约定经销区域及渠道，公司将商品交付经销商并收取货款、开具发票。

代销模式主要是指公司与线下代理商签署业务合同书、寄售协议等，公司委托其代销商品，双方按照商品代销清单进行结算。

（上图为发行人产品线下销售门店）

报告期内，发行人线下经销商（包括经销和代销模式）数量分别为 14 家、47 家和 70 家。经销商分为重点经销商和一般经销商，对于重点经销商有专人负责对接管理，对于一般经销商采取省区经理负责制，由省区经理负责管理。上述经销商区域分布情况如下：

区域	2017 年度	2016 年度	2015 年度
东北地区	6	6	-
西北地区	4	4	1
西南地区	2	1	-
华南地区	4	4	2
华北地区	7	5	2

华东地区	17	13	2
华中地区	14	13	7
台港澳地区	16	1	
总计	**70**	**47**	**14**

注：台港澳地区经销商主要分布在台湾，为台湾薇风和台湾御妍线下经销商。

报告期内，线下经销客户定价方法为由发行人与经销商根据市场零售价协商确定供货价格折扣，并对于终端零售价进行指导。对于广州市众上日化有限公司、沃尔玛（中国）投资有限公司等重点经销商结算政策为先发货并给予一定账期，账期为 1-3 个月；2017 年之前对于部分一般经销商结算政策为先发货并给予一定账期，2017 年之后对于一般经销商统一采取先款后货结算政策。

报告期内，发行人线下经销模式前五大客户相关情况如下：

1、2017 年度

单位：万元

序号	客户	产品类型	销售收入合计	期末应收款余额	期后回款情况
1	广州市众上日化有限公司	贴式面膜、非贴式面膜	697.83	270.75	暂未回款
2	沃尔玛（中国）投资有限公司	贴式面膜、非贴式面膜	668.14	174.6	暂未回来
3	太原优趣化妆品有限责任公司	贴式面膜、非贴式面膜	182.03	-	不适用
4	河南乐荣贸易有限公司	贴式面膜、非贴式面膜	139.97	-	不适用
5	沈阳熙美伽商贸有限公司	贴式面膜、非贴式面膜	137.15	-	不适用

注：上述回款截至时间为 2018 年 1 月 12 日，下同。

2、2016 年度

单位：万元

序号	客户	产品类型	销售收入合计	期末应收款余额	期后回款情况
1	广州市众上日化有限公司	贴式面膜、非贴式面膜	1,558.84	228.65	已全部回款
2	河南乐荣贸易有限公司	贴式面膜、非贴式面膜	320.78	-	不适用
3	沃尔玛（中国）投资有	贴式面膜、非贴	312.16	69.49	已全部回款

	限公司	式面膜			
4	黄冈利标商贸有限公司	贴式面膜、非贴式面膜	256.44	-	不适用
5	沈阳谊美之星商贸有限公司	贴式面膜、非贴式面膜	226.81	130.13	已全部回款

3、2015 年度

单位：万元

序号	客户	产品类型	销售收入合计	期末应收款余额	期后回款情况
1	广州市众上日化有限公司	贴式面膜、非贴式面膜	517.39	218.31	已全部回款
2	长沙市卓奥百货贸易有限公司	贴式面膜、非贴式面膜	177.4	-	不适用
3	河南乐荣贸易有限公司	贴式面膜、非贴式面膜	156.23	-	不适用
4	武汉恒瑞隆商贸有限公司	贴式面膜、非贴式面膜	55.87	-	不适用
5	黄冈利标商贸有限公司	贴式面膜、非贴式面膜	55.62	-	不适用

（3）主要销售模式收入构成情况

单位：万元、%

渠道	项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上	自营	77,585.38	47.31	50,032.19	42.79	33,223.12	43.36
	经销	27,933.39	17.03	22,978.03	19.65	15,865.98	20.71
	代销	51,856.03	31.62	36,424.16	31.15	25,411.01	33.16
线下	自营	518.32	0.32	851.95	0.73	992.05	1.29
	经销	4,189.32	2.55	4,813.05	4.12	1,120.04	1.46
	代销	1,926.04	1.17	1,815.99	1.55	13.65	0.02
合计		**164,008.48**	**100.00**	**116,915.37**	**100.00**	**76,625.84**	**100.00**

报告期内，公司主要通过线上渠道进行销售，其占主营业务收入比重为 97.23%、93.59%和 95.96%。

（4）各种销售模式下主要客户退换货情况

各种模式下退换货条款存在差异，各销售模式下主要客户（渠道商）退换货条款如下：

销售模式	主要客户（渠道商）名称	退换货条款
线上自营	浙江天猫技术有限公司	7 天无理由退换货
	浙江淘宝网络有限公司	7 天无理由退换货
	北京京东世纪贸易有限公司	7 天无理由退换货
线上经销	北京京东世纪贸易有限公司	乙方（发行人）接受甲方库存过剩或滞销品、残次品、质量问题产品及“冷静期”退货（冷静期退货指：客户收到产品之日起七日内产生的无理由退货）
	苏州聚美优品信息技术有限公司	甲方有权对乙方（发行人）存在质量问题和侵犯他人知识产权的产品进行退货，同时，自乙方（发行人）向甲方交付合作产品后 3 个月内，若合作产品出现 30 日及以上无销售记录或库存周转天数严重超过甲方要求（一般是不能超过 90 日）的情况，甲方有权退货或者换货
线上代销	唯品会（中国）有限公司	退货的范围包括不合格产品（含次品及坏品）、当次档期未销售完毕的合格品、消费者退货及依据自然损耗产生的退货（自然损耗退货由双方另行约定）
线下自营	自营门店	一般情况下，非质量问题不予退换
线下经销	广州市众上日化有限公司及其他线下经销商	甲方（发行人）向乙方出售并交付的货物，原则上甲方不接受乙方退货，但因非乙方原因导致的货物质量问题或产品包装破损情形的，甲方可接受退货。
线下代销	武汉屈臣氏个人用品商店有限公司	甲方可视经营需要办理乙方（发行人）商品的退货，包括但不限于乙方商品存在质量问题、包装破损、保质期临近、滞销（滞销的定义：该货品的销售数量累计 8 周没有达到甲方指定的销售数量水平，或者甲方库存量 / 每周销售额＞26）、因乙方原因而取消商品的陈列、终止合作等情况。

报告期内，上述客户（渠道）产生销售收入占发行人主营业务收入的比重超过 80%，是发行人最重要的客户（渠道商）。

各销售模式下退换货率（影响收入确认）如下：

模式	2017 年度	2016 年度	2015 年度
线上自营	0.15%	0.16%	0.10%
线上经销	0.78%	2.34%	0.89%

线上代销	1.36%	1.16%	1.49%
线下自营	0.12%	0.13%	0.09%
线下经销	1.83%	0.91%	-

注：代销模式和京东平台退货率统计范围为销售清单中显示的消费者客退金额。退货率=退货金额/（含税销售收入+退货金额）

报告期内，自营和代销和经销业务总体退货率较低；线下经销退货率最近一期有所上升主要是经销商部分产品品类换货。对于上述退货的会计处理为冲减收入同时冲减成本。

（5）特殊销售政策和方式

①报告期内采用的主要特殊销售政策或方式

报告期内，发行人在日常销售过程中，通过自主或配合电商平台、经销商、代销商活动排期，合理参与各类促销活动。公司采用的特殊销售政策主要通过促销的方式实现；促销方式主要有积分、返点、折扣及其他。

②报告期内主要特殊销售政策的会计处理方式

A、积分

发行人积分为御泥坊 APP 平台给予会员的积分激励。御泥坊 APP 积分系统于 2016 年 5 月开始使用，会员通过购买产品等方式取得的积分可在以后交易时抵减货款。发行人在资产负债表日根据期末积分余额的可抵现金额测算公允价值确认递延收益，同时冲减营业收入，待积分使用时转入营业收入，同时冲减递延收益。

B、返点

发行人存在对部分客户实施销售返点的奖励政策。根据合同约定对线下经销商，部分线上代销、线上经销平台实施返点，并约定返点的执行形式，主要包括折扣销售、冲抵货款的形式。

发行人的返点计算依据主要为实际进货、或回款金额返点及目标任务达成返点，公司按约定的返点规则在客户实际进货当期计算返点，并在期末对年度任务完成情况进行返点预提确认，计入当期损益。返点通过折扣销售方式执行时，抵

减当期的销售收入；通过冲抵货款方式执行时，客户提供等值返点金额对应的服务费发票，确认为当期费用。

C、折扣

发行人的折扣促销具体形式如下：a、在活动期间加大促销力度，以高折扣形式进行销售。b、满减满赠：根据平台及公司的促销政策，在活动期间，公司在消费者购买产品消费金额达到活动设定的条件时，将获得更高的折扣比例进行交易结算。c、优惠券：平台活动期间，公司依照平台捆绑的优惠条款，制定配套促销政策，明确公司参与力度、优惠券发放设置等，由公司、平台协商确定折扣（或让利）的承担比例，在交易发生前发放给消费者在活动期间使用。d、秒杀：活动期间，消费者可限量或限时按较低价格抢购公司产品。公司频繁参与促销且折扣比例及参与方式变化较大，公司以实际收款金额确认收入，不单独核算具体折扣金额。

D、其他

发行人通过使用天猫积分模块系统向消费者发放积分，用以增强客户粘性，按一定比例向天猫平台支付积分系统软件服务费用，并计入销售费用。

4、品牌推广模式

公司注重品牌和产品的市场营销工作，通过多种手段加强品牌宣传和推广。主要包括：

（1）电商平台推广

公司直接在天猫、淘宝、京东、聚美优品、唯品会等电商平台投放广告或购买品牌推广服务，如利用淘宝直通车、京东商务舱等广告平台投放，让客户通过关键词搜索或者通过点击网站广告导入公司虚拟店铺。

（2）影视剧与综艺节目广告植入

公司通过影视剧和综艺节目的广告植入进行品牌宣传。已植入的影视剧主要包括《咱们结婚吧》、《小爸爸》、《克拉恋人》、《加油吧实习生》、《亲爱的翻译官》、《寻找爱的冒险》、《奇妙的时光之旅》、《十五年等待候鸟》、《楚乔传》、《那年花

开月正圆》、《人间至味是清欢》等卫视优质剧目，以及《花儿与少年》、《前往世界的尽头》、《美丽俏佳人》、《女人我最大》等精品综艺节目。

（3）电影海报

公司通过获得电影海报授权，将电影海报素材巧妙嵌入店铺活动进行推广，并利用电影周边、电影官方微博、演员粉丝群体等资源加强与消费者的互动。主要电影海报包括《闺蜜》、《唐人街探案》、《万物生长》、《落跑吧爱情》、《我不是潘金莲》、《功夫瑜伽》等。

（4）主题活动

公司通过举行品牌周年庆演唱会、新品发布会、校园膜范生等活动或结合社会热点事件策划主题营销活动，搭建与消费者沟通互动桥梁，进行品牌宣传推广。

活动类别	主题活动名称	活动举办时间
品牌推广	御泥坊品牌升级视频推广活动	2017 年 8 月
新品发布会	御泥坊与敦煌研究院联合定制新品首发活动	2017 年 7 月
助力航天事业	御泥坊“神十一湘军助威团”	2016 年 10 月
新品发布会	“御泥坊*孙红雷”天猫直播新品发布会	2016 年 9 月

黄致列游轮见面会	黄致列游轮见面会“致·初心”	2016 年 7 月
新品发布会	御泥坊·迪士尼“聚梦童心”新品发布会	2016 年 3 月
新品发布会	御泥坊·黄致列“炽烈爱、放肆美”见面会发布签名同款面膜	2016 年 2 月
校园活动	校园膜范生（杭州站）	2015 年 7 月
新品发布会	御泥坊迪拜皇室尊享面膜发布会	2015 年 6 月
新品发布会	“御泥坊·唯品会”号联名飞机合作庆功会暨“唯品会 6 周年庆”联合定制面膜发布会	2014 年 10 月
时尚跨界时装周	御泥坊潮牌发箍亮相上海时装周	2014 年 10 月

（5）动漫 IP 合作

公司与超人气插画艺术家黑荔枝签约，将其授权作品设计成“御泥坊”产品外包装限量发售。公司推出迪士尼 TsumTsum 系列定制版面膜，通过聚划算“聚乐迪士尼”联合营销活动独家首发。

公司旗下品牌“小迷糊”与卡通形象阿狸、加菲猫、B.Duck、愤怒的小鸟合作，分别推出各卡通形象的定制款产品。与微博人气漫画家“伟大的安妮”跨界合作，推出符合小迷糊受众年龄段的校草系列定制面膜贴。2016 年 5 月，电影《愤怒的小鸟》自上映后票房飞涨引发热点，作为电影官方 IP 授权方，小迷糊的专属定制新品紧接着在淘宝聚划算上线，并取得了良好的销售效果。

（6）新媒体营销

公司通过互联网论坛、微信、微博等渠道，积极与会员互动，积累会员数据与品牌口碑。公司与活跃于新浪、瑞丽、YOKA 等一线专业美妆论坛的网红或者

达人合作，定期开展直播等互动活动，通过网红、达人自有渠道传播品牌形象和产品口碑。

（7）各期电商平台推广服务费、影视剧与综艺节目广告植入、电影海报、主题活动、动漫 IP 合作、新媒体营销等各种方式下的宣传推广服务费金额及会计处理

报告期内，发行人各种模式下宣传推广服务费的金额如下所示：

单位：万元

推广模式	2017 年度	2016 年度	2015 年度
平台推广服务费	20,208.33	16,552.17	10,012.09
影视剧与综艺节目广告植入	2,719.95	621.31	775.72
主题活动	2,896.58	1,615.95	537.87
动漫 IP 合作	378.42	148.17	215.63
新媒体营销	4,451.66	855.35	185.54
其他	173.46	67.92	91.84
合计	**30,828.40**	**19,860.88**	**11,818.69**

报告期内，发行人的平台推广服务费在电商广告实际投放或者推广服务发生时由电商平台扣款，并计入销售费用；影视剧与综艺节目广告植入一般按照合同约定支付预付款，开播后在播出期间摊销计入销售费用；主题活动推广方式依据合同约定支付款项，在实际发生时计入当期销售费用；动漫 IP 合作推广方式依据合同约定的进度支付款项，在授权期间分摊计入销售费用；发行人的新媒体营销推广方式在活动实际发生时计入销售费用。报告期内，发行人平台推广服务费随着电商平台收入的增加而增加；2017 年，发行人大力提高了品牌宣传力度，不断丰富市场宣传方式，影视剧与综艺节目广告植入与新媒体营销投入增幅较快。

（8）报告期各期单位获客成本及变动原因

报告期内，以天猫淘宝自营平台为例，最近三年发行人以天猫淘宝平台推广费用除以买家数量计算的获客成本分别为 12.80 元、11.13 元和 12.96 元，较为稳定。随着发行人天猫、淘宝平台销售规模的扩大，推广规模效应逐步提升，获客成本有所降低。

（9）平台推广服务和线下推广服务具体情况

①品牌推广活动种类披露具体内容、收费标准

A、平台推广服务费

报告期内，发行人线上平台品牌推广活动具体内容、收费标准如下：

推广平台	推广形式	具体内容	收费标准
天猫淘宝平台	钻展	商家在淘宝网站的钻石展位投放店铺或产品图片进行展示推广	商家通过竞价投标获得相应展位，按照千次展现次数或点击量收费
	品销宝	商家向淘宝网提供前面可用的关键词并出价，当用户在淘宝网宝贝搜索框中输入特定关键词时，推广信息将在搜索结果页的最上方位置展现	按千次展现次数或点击量收费
	直通车	商家在淘宝网站的直通车展位投放产品图片进行展示推广，买家搜索一个关键词或类目，产品图片出现在直通车展位上	商家通过竞价投标获得相应展位，展位按照点击次数收费
	聚划算	商家参与聚划算活动前预先缴纳基础活动费，并在活动期间按照成交金额收取佣金	按照聚划算活动期间的成交额的一定比例收费
	佣金	根据商家店铺成交金额，按照成交额一定比例付费	按照成交额乘以费率收费
蘑菇街	魔力通	商家选择在蘑菇街平台网站的广告位投放广告，买家点击图片可链接至产品界面进行购买	按照点击次数或千人展现次数方式收费
	佣金	根据成交交易提取一定比例的服务费	按照成交额乘以费率收费
京东	京准通	商家选择在京东平台网站的广告位投放广告，买家点击图片可链接至产品界面进行购买	商家通过竞价投标获得相应展位，展位按照点击次数收费
	佣金	根据成交交易提取一定比例的服务费	按照成交额乘以费率收费
聚美优品	品牌推广	聚美平台分固定位置宣传展示及非固定推广的方式进行推广	按双方确认后的推广费用进行收费
	返利	以平台销售部分的实收金额给予平台一定比例的返利	按照销售额乘以费率收费

B、线下推广服务费

推广方式	具体内容	收费标准
BA 推广	由第三方运营公司派驻 BA 进驻屈臣氏、商场超市等卖场向顾客推荐销售产品	按照月度零售金额的一定比例提取
海报陈列	发行人通过海报宣传、展示台促销、产品堆头陈列于较好位置等方式推广产品	按合同约定价格收费

线下推广、路演活动	发行人通过线下路演、地面推广、平面媒体展示等活动提升线下知名度，从而提升产品销量	按照合同约定或实际发生金额收费
返利	根据经销商的经销额（或回款额）给予一定比例的返利	各渠道依据合同约定，根据回款额（或净收入）一定比例收费
进场费	发行人向屈臣氏、商场超市等渠道引入新品SKU，需对单件SKU支付费用	按合同约定价格收费

②品牌推广活动发生金额和确定依据

A、线上平台推广服务

报告期内，发行人主要电商平台的各类推广活动的发生金额如下：

单位：万元

推广平台	推广形式	2017年度	2016年度	2015年度
天猫淘宝平台	钻展	1,935.66	1,395.73	1,739.27
	品销宝	1,163.28	594.77	-
	直通车	3,039.31	1,741.49	1,532.77
	聚划算	1,056.65	624.02	387.92
	佣金	2,523.52	1,166.32	1,057.22
	其他	1,074.09	334.25	71.55
蘑菇街	魔力通	561.29	827.70	236.89
	佣金	246.24	101.89	-
京东	京准通等广告费	2,653.45	2,561.25	1,141.52
	佣金	204.40	117.62	0.77
聚美优品	品牌推广费	2,795.40	3,002.87	1,414.11
	返利	231.58	1,407.78	1,265.63
其他平台		2,723.47	2,676.49	1,164.44
合计		**20,208.33**	**16,552.17**	**10,012.09**

注：其他平台主要系唯品会、苏宁易购、贝贝网、快乐购物、蜜芽宝贝等。

上述费用的确认依据包括：电商平台后台显示的发行人当期账户的耗用金额（如天猫淘宝平台、蘑菇街、京东平台等）或发行人与平台的对账单（如聚美优品等）。

上述线上平台推广服务费按照费用性质划分如下：

单位：万元

序号	费用性质	具体内容	2017年度	2016年度	2015年度

1	电商广告服务费	钻展、直通车、品销宝、京准通、魔力通等及其他品牌推广、服务费等	17,002.61	13,758.56	7,688.47
2	佣金及返利	天猫佣金、蘑菇街佣金、京东自营佣金、聚美优品返利等	3,205.74	2,793.61	2,323.62
合计			**20,208.33**	**16,552.17**	**10,012.09**

B、线下推广活动

报告期内，发行人线下推广活动的发生金额如下：

单位：万元

推广方式	具体方式	2017 年度	2016 年度	2015 年度
BA 推广	由第三方运营公司派驻 BA 进驻屈臣氏、商场超市等卖场向顾客推荐销售产品	1,177.28	2,107.30	124.47
海报陈列	发行人通过海报宣传、展示台促销、产品堆头陈列于较好位置等方式推广产品	778.32	611.49	50.94
线下推广、路演活动	发行人通过线下路演、地面推广、平面媒体展示等活动提升线下知名度，从而提升产品销量	613.08	542.06	99.42
返利	根据经销商的经销额（或回款额）给予一定比例的返利	352.23	356.46	40.82
进场费	发行人向屈臣氏、商场超市等渠道引入新品 SKU，需对单件 SKU 支付费用	79.27	389.89	84.91
总计		**3,000.19**	**4,007.19**	**400.55**

上述费用的确认依据包括：若取得当月对账单，则按照账单金额计入销售费用；若暂未取得对账单，则按照合同约定费用率结合实际推广业务量预提销售费用。

③主要供应商以及交易金额

报告期内，发行人推广服务的主要供应商及交易金额如下：

单位：万元

序号	项目	平台/渠道	推广服务供应商	2017 年度	2016 年度	2015 年度
1	线上平台推广服务	天猫淘宝平台	杭州阿里妈妈软件服务有限公司、浙江天猫技术有限公司等	10,792.50	5,856.58	4,788.73
2		京东	北京京东世纪贸易有限公司、重庆京东海嘉电	2,857.86	2,678.87	1,142.29

序号	项目	平台/渠道	推广服务供应商	2017 年度	2016 年度	2015 年度
			子商务有限公司等			
3		聚美优品	上海聚美优品信息科技有限公司、苏州聚美优品信息技术有限公司	3,026.98	4,410.64	2,679.74
4		蘑菇街	杭州卷瓜网络有限公司	807.53	929.59	236.89
5	线下推广服务	屈臣氏	武汉屈臣氏个人商品有限公司	668.99	613.31	-
6		众上日化	广州市众上日化有限公司	189.15	474.50	176.66
7		沃尔玛	沃尔玛（中国）投资有限公司	263.76	99.03	-
8		BA 推广	广州市果实信息科技有限公司	101.27	678.76	-
			广州市众上日化有限公司	304.59	594.15	124.47

注：上述推广服务费按照受同一实际控制人控制的服务商合并列示，其中天猫淘宝平台的服务提供商具体包括杭州阿里妈妈软件服务有限公司、浙江天猫技术有限公司、淘宝（中国）软件有限公司等；京东平台的服务提供商具体包括北京京东世纪贸易有限公司、重庆京东海嘉电子商务有限公司、江苏京东信息技术有限公司、北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司等。

④主要推广活动支出与相关收入情况

A、线上平台推广服务

主要线上平台推广服务费金额（不含佣金及返利）及销售收入如下：

单位：万元

序号	平台	推广方式	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
			费用金额	销售收入	费用金额	销售收入	费用金额	销售收入
1	天猫淘宝	钻展、品销宝、直通车、聚划算等	8,268.98	65,282.27	4,690.26	37,822.12	3,731.51	27,184.07
2	京东	京准通等	2,653.46	12,924.61	2,561.25	12,720.88	1,141.52	6,707.66
3	聚美优品	品牌推广费等	2,795.40	9,790.52	3,002.87	11,335.19	1,414.11	7,469.11
4	蘑菇街	魔力通等	561.29	3,692.83	827.70	3,635.46	236.89	1,644.74

注：天猫淘宝收入包括天猫、天猫国际及淘宝平台；京东平台收入包括京东商城和京东自营收入。

B、线下推广服务

线下推广费用金额（不含返利）及其销售收入如下：

单位：万元

推广方式	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	费用金额	销售收入	费用金额	销售收入	费用金额	销售收入
进场费、海报陈列、BA 推广、线下路演活动等	2,647.95	6,633.68	3,650.74	7,480.99	359.74	2,125.74

5、仓储物流模式

（1）采购生产环节的物流情况

原料和包装材料由供应商负责运输至公司指定仓库。

（2）销售环节的仓储及配送情况

截至本招股说明书签署日，公司分别在广州、成都、上海、长沙和天津设有 6 个仓储配送中心。

在自营模式下，公司通过专业快递公司直接向终端消费者发货并处理其退换货需求。在经销和代销模式下，公司通过专业物流公司向经销和代销商发货，由其统一向终端消费者发货及处理退换货需求。公司主要合作的物流和快递公司包括浙江菜鸟供应链管理有限公司、嘉里大通物流有限公司、湖南省卓能物流有限公司、长沙正通快递有限公司等。

发行人的仓储合作方及投入金额、内容如下：

单位：万元

序号	地点	仓库名称	目前合作方	2017 年度	2016 年度	2015 年度	内容
1	长沙	长沙仓库	丰顺仓储开发（长沙）有限公司	1,742.18	1,955.64	984.72	仓储、收发货
2	广州	华夏龙广州仓	深圳市前海华夏龙供应链管理有限公司	425.20	154.61	-	仓储、收发货、增值服务
		菜鸟华南仓	浙江菜鸟供应链管理有限公司	5,804.42	2,151.33	482.90	仓储、订单处理服务、配送、增值服务
3	成都	菜鸟西南仓					
4	上海	菜鸟华东仓					
5	天津	菜鸟华北仓					

注：长沙仓库为发行人自主经营。2017 年 4 月，发行人与丰顺仓储开发（长沙）有限公司签署《租赁合同》，租赁其位于湖南省长沙市岳麓区金桥路与金南路交汇处丰树产业园 1 期 1 号库的仓库。2015-2017 年 3 月，发行人长沙仓库的出租方为湖南五六联盟电商物流有限公司、湖南晟通科技集团物流有限公司；发行人自主经营仓库的投入金额包括仓库租赁费用、仓库运营费用及仓储人员工资等；发行人外包仓库的投入金额为依据协议支付的仓储物流服务费。

上述主要仓库的面积、具体地址和人员情况如下：

序号	仓库名称	地址	人员情况	面积(㎡)
1	长沙仓库	湖南省长沙市岳麓区金桥路与金南路交汇处丰树产业园 1 期 1 号库	自有员工	15,000.00
2	华夏龙广州仓	广州市钟落潭镇金盆村金盆北路华夏龙新仓库	外包仓库不涉及自有员工	8,000.00
3	菜鸟华南仓	广东省广州市增城区沙埔镇沙宁路创业路 161 号菜鸟网络增城园区 5 号仓一楼 8 号门（菜鸟网络）		30,000.00
4	菜鸟西南仓	成都龙泉驿区经济开发区汽车城大道 999 号宝湾国际物流中心 5 号库 18 号门		8,000.00
5	菜鸟华东仓	苏省无锡市锡山区鹅湖镇张马桥路 97 号普洛斯锡山鹅湖物流园 2 期 C4 库		20,000.00
6	菜鸟华北仓	天津市武清区京滨大道 88 号-阿里巴巴电子商务物流产业园 1 号库		20,000.00

注：长沙仓库仓库面积和实际使用面积包括了办公、打包等面积。外包物流仓库和平台仓库实际使用面积根据存货量等实际使用情况由对方灵活调配。

发行人的主要物流合作方及投入金额、内容、用工信息如下：

单位：万元

序号	合作方	投入金额			内容	用工
		2017 年度	2016 年度	2015 年度		
1	长沙正通快递有限公司	1,213.35	507.78	441.05	快递	不涉及自有用工
2	湖南省卓能物流有限公司	1,097.95	848.84	355.46	物流	
3	嘉里大通物流有限公司（湖南分公司）	705.36	1,230.29	1,052.90	物流	
4	长沙灵通速运有限公司	412.34	276.24	259.13	快递	
5	中国邮政集团公司	278.48	543.74	461.32	快递	

注：公司与中国邮政集团公司的交易额包含受同一控制的中国邮政集团公司长沙市望城区分公司、中国邮政速递物流股份有限公司济南市分公司、湖南省邮政速递物流有限公司电子商务事业部等主体。

发行人的仓储物流运营流程如下：

序号	流程	长沙仓	菜鸟仓/华夏龙仓
1	订单及	根据公司的信息系统相应	公司将自身信息系统中记录的信息传递到菜鸟

	物流信息传导	模块的信息记录发货	仓/华夏龙仓的系统，货品的收、发信息在双方信息系统之间及时传递并记录
2	仓储操作流程	B2C 业务：顾客下单-系统对接-订单打印-分拣-复核-包装-称重-快递揽收 B2B 业务：平台下单-系统建单-订单打印-领货-分货-套装包装-物流预约-物流发货	
3	快递发货流程	根据信息系统中配置快递区域规则，通过系统选择快递公司并派送	由菜鸟系统确认快递公司并由菜鸟快递合作商派送

（3）发行人仓储物流相关制度和内控的建立和执行情况

发行人建立了较为完善的仓库管理制度并有效执行，具体细分为“仓储模块”、“拣配模块”、“包装模块”、“大订单模块（平台发货）”、“退货模块”、“数据订单模块（自营平台自发货）”、“物流模块”及其他模块，各模块均制定了相应的操作规模和作业流程。

公司收发货主要涉及“拣配模块”、“包装模块”、“大订单模块（平台发货）”、“退货模块”、“数据订单模块（自营平台自发货）”的内控制度，具体制度包括《YJHSOP01020102 拣货作业管理规程》、《YJHSOP01020201 产品交接管理规程》、《YJHSOP01030101 批量包装作业管理规程》、《YJHSOP01030102 杂单包装作业管理规程》《YJHSOP01040101 平台发货作业管理规程》、《YJHSOP01050101 退货作业管理规程》、《YJHSOP01060101 自发货小订单发货管理规程》等，对平台发货、自营自发货、打包、退货等流程进行了规范管理。

公司物流管理制度主要涉及“物流模块”的内控制度，具体制度包括《YJHSOP0107030 平台物流发货送货操作流程》、《YJHSOP01070303 快递操作流程》、《YJHSOP01070302 合作分仓操作流程》、《YJHSOP01070301 线下业务送货标准流程》、《YJHSOP01070204 物流运单-单据规范》、《YJHSOP01070203 物流供应商-账单规范》、《YJHSOP01070102 物流供应商-考核管理标准》等，对快递物流商的管理、平台物流发货送货流程、快递操作流程等进行了管理规范。

此外，发行人还建立了《YJHSOP01080101 仓储配送中心管理制度》、《YJHSOP01080102 仓储管理部员工行为规范》、《YJHSOP01080201 长沙仓收发货平台安保管理制度》、《YJHSOP01080301 配送中心手动叉车作业规范》等制度，以规范部门管理和员工行为管理。

公司严格按照上述制度执行，执行情况良好。

（4）存货管理制度

发行人建立了《存货管理制度》，并附《成品仓到货产品要求》、《各平台发货要求》、《存货收货差异处理办法》、《代销平台进销存管理规范》等附件，对存货的管理和控制进行了规范，并有效执行，主要内容包括：

①各部门在存货管理中的职能分工。供应链管理部负责制定采购计划、监控安全库存、盘点清查工作；财务管理部负责存货核算及其他存货指标的计算分析；质量管理部负责存货的质量检验；御家制造事业部负责自有工厂的存货管理。

②产品分类和档案管理。对存货按照类别、仓库分布的管理进行划分，建立系统仓库档案。

③原材料及成品的入库、出库、仓间调拨、退货管理。对原材料及成品的入库、出库、仓间调拨、退货的定义、各部门职责及流程进行统一规定管理。

④存货盘点。包括日常动态盘点、静态盘点及监督盘点，采取动态盘点（即不停产）与静态盘点（即停产）相结合、定期盘点与不定期盘点相结合、自盘与复盘相结合、全面盘点和抽样盘点相结合、PDA 系统扫描、点数与称重量相结合的方式进行盘点。

⑤存货的仓储及保管。成品仓库应根据实际情况设置待检区、产品区、退货区、配送拣货区、残次品区、大订单库区、仓储配货区等；公司购买财产综合险，库管员进行每日巡查。

6、发行人采用目前经营模式的原因、影响因素及未来变化趋势分析

（1）发行人采用目前经营模式的原因分析

公司基于护肤品和电子商务行业特点，并结合自身经营特点与优势，目前选择采用自主研发设计与品牌推广、生产环节部分外包同时以线上销售为主的经营模式。上述经营模式形成的原因为公司聚焦护肤品高附加值业务环节，不断紧跟电子商务高速发展的趋势。

①研发设计和品牌为护肤品行业的核心资源

对于护肤品行业，研发设计和品牌是公司持续盈利能力的核心竞争力。目前公司品牌已具有一定知名度，吸引了稳定的消费人群。公司通过专注产品研发和品牌投入不断增强核心竞争力。

我国护肤品行业经过多年发展，目前生产厂家众多，总体产能较为充足。充分的市场竞争也导致了加工环节的附加值不高。为提高运营效率，公司将大部分生产业务进行外包，专注于核心业务环节发展。

②线上商品销售总体增速高于线下

发行人作为一家从成立之初即定位于“互联网+护肤品”的公司，主要通过线上渠道销售。近年来，我国网购规模总体增速较快，增长速度持续高于线下销售。根据《2015 年中国网络购物市场研究报告》，2015 年度全国网络零售交易额达到 3.88 万亿元，同比增长 33.3%，其中 B2C 交易额 2.02 万亿元。2015 年，中国网络购物市场的交易活跃度进一步提升，全年交易总次数 256 亿次，年度人均交易次数 62 次。

③第三方仓储及物流产业已较为成熟

近年来随着电子商务的快速发展，仓储快递物流产业亦获得了高速增长，业内已经形成了一批高度专业化的物流管理公司，且该行业服务价格较为公开透明。鉴于聘请专业化的物流管理公司有助于进一步提升公司仓储物流环节的专业化管理水平、降低仓配成本、提升运营效率，公司与菜鸟网络进行合作，由其承担了公司部分仓储配送中心的仓储和发货工作，同时公司与专业第三方物流快递公司进行合作，由其承担产品配送工作。

（2）影响发行人经营模式的主要因素及未来变动趋势分析

①电子商务发展趋势

发行人主要通过线上渠道进行销售，因此电子商务的不断发展会对发行人业务产生积极的推动作用。电子商务是国家战略性新兴产业的重要组成部分，商务部、工信部、中国人民银行等相关部委陆续出台了一系列产业政策，对电子商务的发展方向、支付管理、物流体系等给予高度支持，不断优化网络购物环境。2015 年 3 月政府工作报告中，首次提出“互联网+”行动计划，2015 年 7 月国务院发

布了《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》。随后，在电子商务领域出台了《“互联网+流通”行动计划》，提出巩固和增强我国电子商务发展领先优势，大力发展农村电商、行业电商和跨境电商，进一步扩大电子商务发展空间；深化电子商务与其他产业的融合；深化普及网络化生产、流通和消费；同时完善标准规范、公共服务等支撑环境。在政策的带动下，我国电子商务行业发展迅速。未来随着移动互联网的快速发展，互联网网购规模将继续保持较快增长。

综上，电子商务的发展为公司业务开展与自身成长提供了良好的外部环境和机遇。

②护肤品制造、仓储物流等相关产业链成熟度及竞争格局

线上渠道具有产品更新换代快、反应迅速等特点，需要上下游企业的协同配合，产业链的完善程度会对公司生产经营模式产生重要影响。从上游供应商角度来看，护肤品加工业较为发达，原材料供应较为充足，为公司采购和生产提供了便利条件。从下游仓储物流服务商角度来看，近年来随着电商的快速发展，业内已经形成了一批高度专业化的快递物流和仓储公司。综上，众多的护肤品原材料供应商及制造商、成熟的第三方仓储物流体系为公司的采购、生产和仓储物流奠定了良好的产业链基础。

③研发设计与品牌塑造能力

研发设计和品牌塑造能力是护肤品行业的核心竞争力。在研发设计方面，公司形成了一套有效的设计研发管理体系，同时为设计研发人员提供了良好的环境与广阔的平台；在品牌塑造能力方面，公司采取自主培育和外延收购相结合，同时不断提升品牌知名度，丰富品牌内涵。公司的管理团队较为年轻，对护肤品行业及互联网电子商务的未来发展趋势以及经营模式具有敏锐的洞察力和前瞻性，能够带领公司不断跟进消费者购物偏好的变化。

二、所属行业基本情况

（一）行业主要监管机构和监管体制

根据《国民经济行业分类与代码》（GB/T4754—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行业（C2682）。根据《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所属行业为化学原料和化学制品制造业（C26）。同时，公司主要依赖互联网进行线上销售，受到电子商务行业影响较大。

1、行业管理体制

我国电子商务行业实行准入管理，行政主管部门是通信管理局。通信管理局是省级行政区域内通信行业的主管部门，实行工业和信息化部与省人民政府双重领导、以工业和信息化部为主的管理体制。通信管理局主要负责执行通信行业管理政策法规，规划公用通信网、互联网、专用通信网，管理电信与信息服务市场等。

同时，商务部电子商务和信息化司也是本行业的行政管理机构。其主要负责推动电子商务服务体系建设，拟订电子商务相关标准、规则；组织和参与电子商务规则和标准的对外谈判、磋商和交流等。

我国电子商务行业的自律性组织是中国电子商务协会，主要面向与电子商务有关的企业、实业单位和个人，负责推动整个电子商务行业的发展。

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疫总局为我国化妆品行业的主管部门。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。

公司业务所属行业协会主要为中国香料香精化妆品工业协会和中国轻工业联合会。中国香料香精化妆品工业协会和中国轻工业联合会是全国性的化妆品行业自律组织。主要负责产业及市场研究：在技术、产品、市场、信息、培训等方面开展协作和咨询服务，推动行业发展，提高行业开发新产品、开拓市场能力；进行行业自律管理以及代表会员企业向政府部门提供产业发展建议及意见等。

我国化妆品行业的管理体制是在国家宏观经济整体调控和运作下，遵循市场化发展模式的市场调节管理体制。从国家的监控力度来看，我国政府对化妆品行业的监管力度随着行业的发展不断加强并走向规范化，对化妆品生产企业的准入门槛也在不断的提高。具备品牌优势和质量管理优势的大中型化妆品企业则获得了提高市场份额和整合市场的机会。

2、行业的主要管理制度和法律法规

电子商务行业				
序号	法规	颁布机构	实施时间	主要内容
1	《中华人民共和国反不正当竞争法》	全国人大	2018 年 1 月	对于生产经营中扰乱市场竞争秩序，损害其他经营者或者消费者的合法权益的行为进行了规范
2	《中华人民共和国电子签名法（2015 年修正）》	工信部	2015 年 4 月	首次赋予可靠电子签名与手写签名或盖章具有同等的法律效力，并明确了电子认证服务的市场准入制度。
3	《网络零售第三方平台交易规则制定程序规定（试行)》	商务部	2015 年 4 月	要求网络零售第三方平台经营者按照利益相关方的要求，在收到申请之日起七日内以合理方式对交易规则作出说明；在制定或修改的交易规则，应当在网站主页面醒目位置公开征求意见，并应采取合理措施确保交易规则的利益相关方及时、充分知晓并表达意见，通过合理方式公开收到的意见及答复处理意见，征求意见的时间不得少于七日。
4	《网络交易管理办法》	工商局	2014 年 3 月	除鲜活易腐等特别规定的四类商品外，网络商品经营者销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由。通过博客、微博等网络社交载体提供宣传推广服务、评论商品或者服务并因此取得酬劳的，应当如实披露其性质。

5	《互联网信息服务管理办法（2011 修订）》	国务院办公厅	2011 年 1 月	互联网信息服务分为经营性和非经营性。国家对经营性互联网信息服务实行许可制度；对非经营性互联网信息服务实行备案制度。未取得许可或者未履行备案手续的，不得从事互联网信息服务。
6	《非金融机构支付服务管理办法》	中国人民银行	2010 年 6 月	要求第三方支付公司必须在 2011 年 9 月 1 日前申请取得《支付业务许可证》，且全国性公司注册资本最低为 1 亿元。
7	《电子认证服务密码管理办法（2009 年修订）》	工信部	2009 年 12 月	提供电子认证服务，应当申请《电子认证服务使用密码许可证》。采用密码技术为社会公众提供第三方电子认证服务的系统使用商用密码。电子认证服务系统应当由具有商用密码产品生产资质的单位承建。
8	《电子支付指引（第一号）》	中国人民银行	2005 年 10 月	规范电子支付业务，规范支付风险，保证资金安全，维护银行及其客户在电子支付活动中的合法权益。
化妆品行业				
序号	**法规**	**颁布机构**	**实施时间**	**主要内容**
1	《关于实施化妆品安全技术规范（2015 年版）有关事宜的公告》	国家食品药品监督管理局	2016 年 5 月	自 2016 年 12 月 1 日起，禁止生产或进口不符合《化妆品安全技术规范（2015 年版）》规定的化妆品，相关产品可销售至其保质期结束。
2	《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局	2015 年 12 月	对化妆品生产企业实行生产许可制度。从事化妆品生产应当取得食品药品监管部门核发的《化妆品生产许可证》，《化妆品生产许可证》有效期为 5 年，其式样由国家食品药品监督管理总局统一制定。
3	《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例实施办法（2014）》	国家食品药品监督管理局	2014 年 8 月	在境内从事生产、销售或者在经营活动中使用实行生产许可证制度管理的产品的，应当遵守本办法；任何企业未取得生产许可证不得生产实行生产许可证制度管理的产品。任何单位和个人不得销售或者在经营活动中使用未取得生产许可证的产品。
4	《进出口化妆品检验检疫监督管理办法》	国家质量监督检验检疫总局	2012 年 2 月	进口化妆品在取得检验检疫合格证明之前，应当存放在检验检疫机构指定或者认可的场所，未经检验检疫机构许可，任何单位和个人不得擅自调离、销售、使用；检验检疫机构受理报检后，对进口化妆品进行检验检疫，包括现场查验、抽样留样、

				实验室检验、出证等。
5	《产品质量法（2009 年修正）》	全国人大常委会	2009 年 8 月	明确产品质量相关问题。
6	《关于加强国产非特殊用途化妆品备案管理工作的通知》	原国家药品监督管理局（现“国家食品药品监督管理局”）	2009 年 4 月	做好国产非特殊用途化妆品的备案，对于备案产品中不符合有关化妆品卫生监督管理法规、标准和规范要求的，要依据有关规定进行查处。对国产非特殊用途化妆品备案信息要及时公布。
7	《化妆品标识管理规定》	国家质量监督检验检疫总局	2008 年 9 月	规范境内生产（含分装）、销售的化妆品的标识标注和管理。
8	《化妆品生产企业卫生规范（2007 年版）》	卫生部（现“卫计委”）	2008 年 1 月	规范对化妆品生产企业的卫生管理，包括化妆品生产企业厂址选择、厂区规划、生产卫生要求、卫生质量检验、原材料和成品储存卫生及个人卫生和健康要求。
9	《化妆品卫生规范（2007 年版）》	卫生部（现“卫计委”）	2007 年 7 月	对化妆品包装要求、卫生要求、毒理学实验方法、卫生化学检验方法等进行规范。
10	《健康相关产品卫生行政许可程序》	卫生部（现“卫计委”）	2006 年 6 月	规范由卫生部许可的食品、消毒剂、消毒器械、化妆品、涉及饮用水卫生安全产品等与人体健康相关的产品的卫生行政许可程序。
11	《化妆品卫生行政许可申报受理规定》	卫生部（现“卫计委”）	2006 年 6 月	规范由卫生部许可的特殊用途化妆品和进口非特殊用途化妆品的申报受理工作。
12	《定量包装商品计量监督管理办法》	国家质量监督检验检疫总局	2006 年 1 月	规范定量包装商品的计量监督管理。
13	《工业产品生产许可证管理条例》	国务院办公厅	2005 年 9 月	国家对生产重要工业产品的企业实行生产许可证制度；任何企业未取得生产许可证不得生产列入实行生产许可证制度的工业产品目录的产品。任何单位和个人不得销售或者在经营活动中使用未取得生产许可证的列入目录的产品。
14	《化妆品卫生监督条例实施细则》	卫生部（现“卫计委”）	2005 年 6 月	明确《化妆品生产企业卫生许可证》的审核批准程序；特殊用途化妆品投放市场前必须进行产品卫生安全性评价；特殊用途化妆品批准文号为该产品的生产凭证；明确进口化妆品卫生审查批准程序。
15	《卫生行政许可管理办法》	卫生部（现“卫计	2004 年 11 月	规范卫生行政部门的卫生行政许可活动，即按照卫生法律、法规、规章和卫生标准、

		委”）		规范进行审查，准予申请方从事与卫生管理有关的特定活动的行为。
16	《化妆品卫生监督条例》	卫生部（现“卫计委”）	1990 年 1 月	对化妆品生产企业的卫生监督实行卫生许可证制度；《化妆品生产企业卫生许可证》由省、自治区、直辖市卫生行政部门批准并颁发；《化妆品生产企业卫生许可证》有效期四年，每 2 年复核 1 次；未取得《化妆品生产企业卫生许可证》的单位，不得从事化妆品生产。

3、行业主要产业政策

电子商务是国民经济和社会信息化的重要组成部分，化妆品制造业是国民经济消费性产业，是我国国民经济的重要组成部分，均得到国家政策的大力支持。

电子商务行业			
文件名称	**发布机构**	**发布时间**	**主要内容**
《商务部关于进一步推进国家电子商务示范基地建设工作的指导意见》	商务部	2017 年 1 月	提出发挥市场主导作用，进一步完善基础设施和服务体系，鼓励示范基地构建多元化、多渠道的投融资机制，推动电子商务与生产制造、商贸流通、民生服务、文化娱乐等产业的深度融合等。
《电子商务“十三五”发展规划》	商务部、中共中央网络安全和信息化领导小组办公室、发改委	2016 年 12 月	以新理念引领发展，激发电子商务市场活力，不断拓宽电子商务创新发展领域，积极营造宽松的电子商务创业环境，大力发展电子商务产业。坚持通过创新监管方式规范发展，加快建立开放、公平、诚信的电子商务市场秩序。
《关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》	国务院办公厅	2015 年 9 月	要在移动互联网等技术驱动下，使线上线下（O2O）互动成为最具活力的经济形态之一，成为促进消费的新途径和商贸流通创新发展的新亮点。
《商务部关于促进电子商务规范发展的意见》	商务部	2007 年 12 月	意见提出，要优化网络交易环境，采取多种措施规范电子商务信息传播行为、交易行为、支付行为和配送行为。
《2006-2020 年国家信息化发展战略》	中共中央办公厅、国务院办公厅	2006 年 3 月	提出了电子商务行动计划，要营造环境、完善政策，发挥企业主体作用，大力推进电子商务。以企业信息化为基础，以大型重点企业为龙头，通过供应链、客户关系管理等，引导中小企业积极参与，形成完整的电子商务价值链。

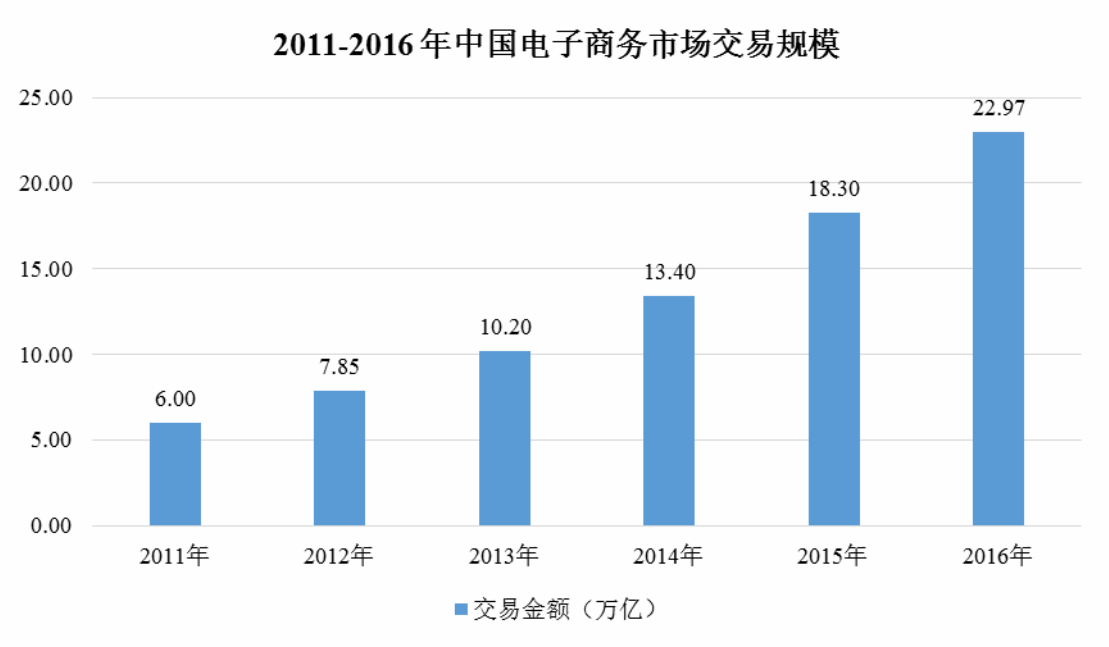
《关于加快电子商务发展的若干意见》	国务院办公厅	2005 年 1 月	充分认识电子商务对国民经济和社会发展的重要作用，完善政策法规环境，发挥企业的主体作用，提升电子商务技术和服务水平，推动相关产业发展，同时要参与国际竞争。
化妆品行业			
《“十三五”国家食品和药品安全规划》	国务院	2017 年 2 月	“十三五”期间，加快食品安全国家标准制修订，实施药品、医疗器械和化妆品标准提高行动。
《化妆品监督管理条例（修订草案送审稿）》	国家食品药品监督管理局	2015 年 7 月	该条例明确，国家对化妆品原料实行目录管理，化妆品新原料须经过 4 年的观察期，不得使用禁用原料，不得超量或超范围使用限用原料。规定了明确的法律责任。违法生产、经营化妆品将被最高处以货值金额 5 倍以上 10 倍以下罚款。
《关于增设特殊用途化妆品行政许可技术审评结论有关事宜的通知》	国家食品药品监督管理局	2012 年 11 月	进一步规范化妆品行政许可工作，提高化妆品行政许可工作效率，依据《化妆品卫生监督条例》等相关规定，对符合产品质量安全要求的特殊用途化妆品，在其行政许可申报资料中，存在通知中所列示情况的，技术审评结论判定为“完善资料后建议批准”。
《关于加快推进化妆品不良反应监测体系建设的指导意见》	国家食品药品监督管理局	2011 年 11 月	《指导意见》明确，国家食品药品监督管理局负责全国化妆品不良反应监测的管理。主要是制定化妆品不良反应监测的相关政策法规规定及技术标准并监督实施；制定监测哨点的人员、设备、环境和管理等方面应具备的条件，组织开展对监测哨点的认定、考核，并实施动态管理，通报全国化妆品不良反应监测情况。

（二）行业发展概况

1、电子商务行业发展概况

（1）电子商务基本情况

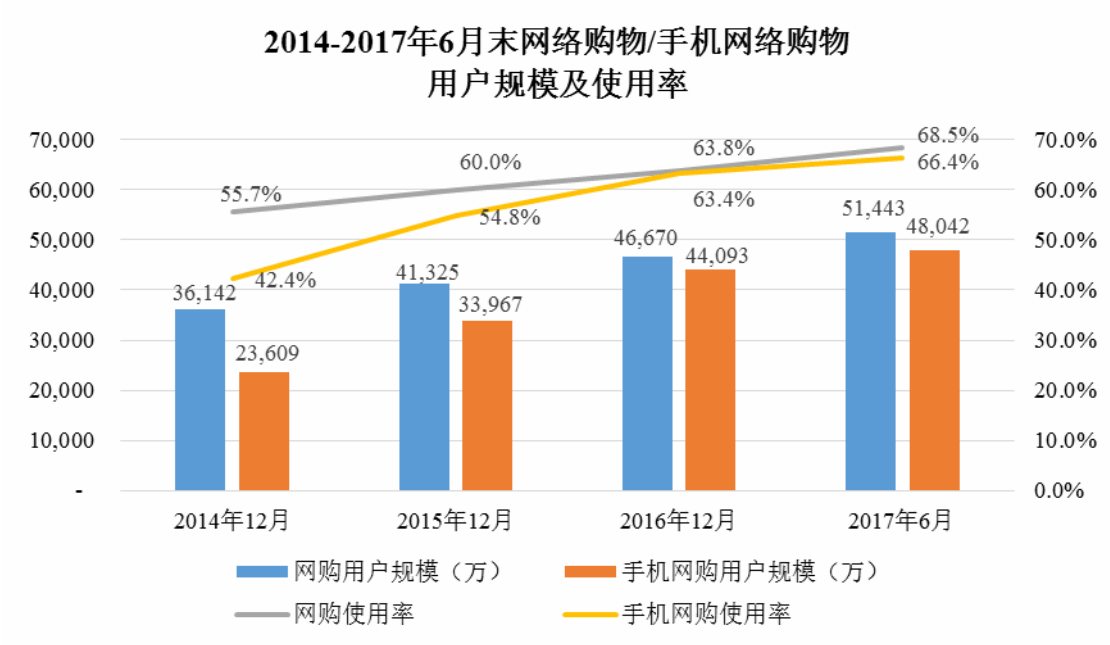
随着信息技术的快速发展，电子商务行业很大程度上改变了传统企业的经营业态，使其销售突破了地域、时间的限制，成为我国经济发展的重要推动力之一。2011-2016 年我国电子商务市场规模发展情况具体如下：



数据来源：中国电子商务研究中心《2016 年度中国电子商务市场数据监测报告》

我国电子商务行业的潜在消费群体庞大。根据中国互联网信息中心发布的《第 40 次中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2017 年 6 月末，我国网民规模达到 7.51 亿，半年共计新增网民 1,992 万人。互联网普及率为 54.3%，较 2016 年末提升 1.1 个百分点。互联网基础设施建设的不断完善、利好政策的持续出台，以及互联网对于各个行业的渗透，共同促进网民规模持续增长。随着“宽带中国”战略的深化，宽带网络的光纤化改造工作取得快速进展，中国各地光纤网络覆盖家庭数已超过 50%。2016 年，国务院等相关部门相继出台有关“互联网+政务服务”、“互联网+流通”、“互联网+制造业”等指导意见，推动互联网与各个行业的融合。

我国网络购物市场的活跃度较高，庞大的潜在消费群体使网络零售交易规模增长迅速。截至 2017 年 6 月，我国网络购物用户规模达到 5.14 亿，相较 2016 年底增长 10.2%，其中，手机网络购物用户规模达到 4.80 亿，半年增长率为 9.0%，使用比例由 63.4%增至 66.4%。

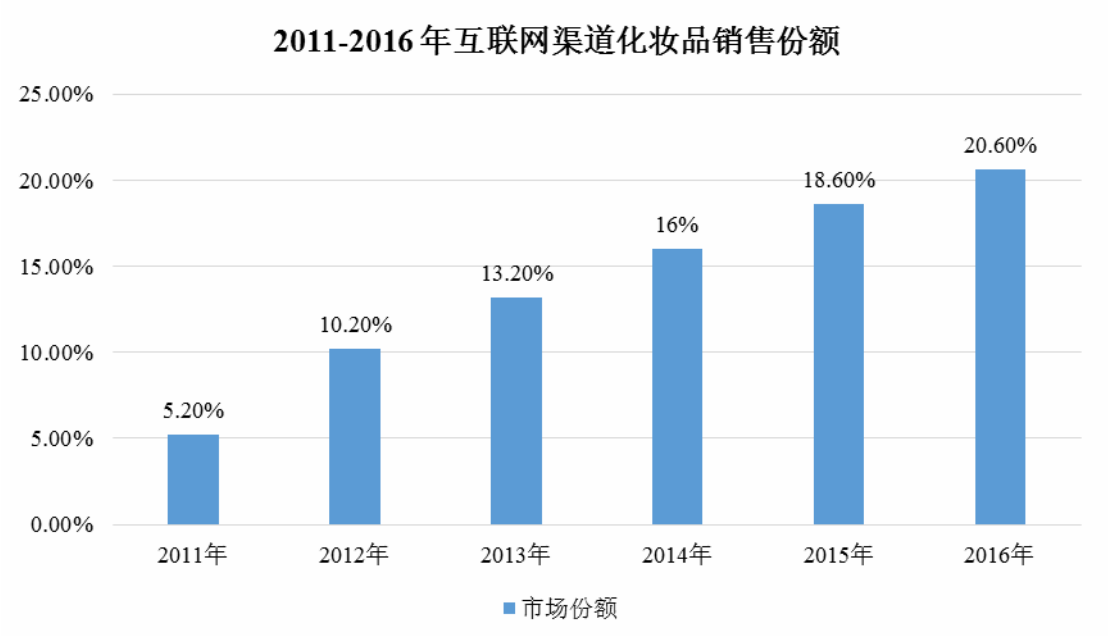


数据来源：《第 38 次中国互联网络发展状况统计报告》、《第 39 次中国互联网络发展状况统计报告》、《第 40 次中国互联网络发展状况统计报告》

（2）化妆品电子商务基本情况

电子商务的兴起为化妆品行业提供了一个不同于线下的竞争市场，消费者更加注重产品的网络口碑、商家信誉、产品配送速度等因素。同时，由于节省了商贸流通等中间环节的成本，化妆品产品的线上价格比线下价格具有优势，对消费者更具吸引力。

作为网络交易的细分品类，根据 Euromonitor 的统计 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%。未来，随着化妆品品牌方和线下专营店积极发展线上渠道，以及电商平台通过与品牌方合作，为用户提供更好的产品和消费体验，化妆品网络零售市场规模将继续增长，化妆品线上渗透将进一步加深。



数据来源：Euromonitor

2、化妆品行业概况

（1）化妆品定义

根据《国民经济行业分类与代码（GB/4754-2011）》，化妆品制造指以涂抹、喷洒或者其他类似方法，撒布于人体表面任何部位（皮肤、毛发、指甲、口唇等），以达到清洁、消除不良气味、护肤、美容和修饰目的的日用化学工业产品的制造。

根据《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，施于人体（皮肤、毛发、指趾甲、口唇齿等），以达到清洁、保养、美化、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产品。

（2）化妆品的分类

化妆品可根据产品的用途、功能及档次进行分类。根据用途的不同，可分清洁类、护肤类、粉饰类、治疗类、护发类、美发类、固发类、美体类等；根据化妆品备案管理分类，可以分为特殊用途化妆品和非特殊用途化妆品。

护肤品行业是化妆品行业的细分子行业，主要指具有保护皮肤功能的护肤产品。目前护肤品已成为消费者日常生活的必需品。

（3）面膜的定义

面膜是指敷在人体皮肤表面，起到清洁及保护皮肤作用的产品。它的作用原理是通过面膜对皮肤的包裹，让皮肤与空气隔绝，使皮肤角质层得到面膜内所含的水分、保湿剂、营养剂等的补充。同时，面膜还具有吸附作用，能够除去皮肤上的污垢、油脂及粉刺、细致毛孔、紧致肌肤。

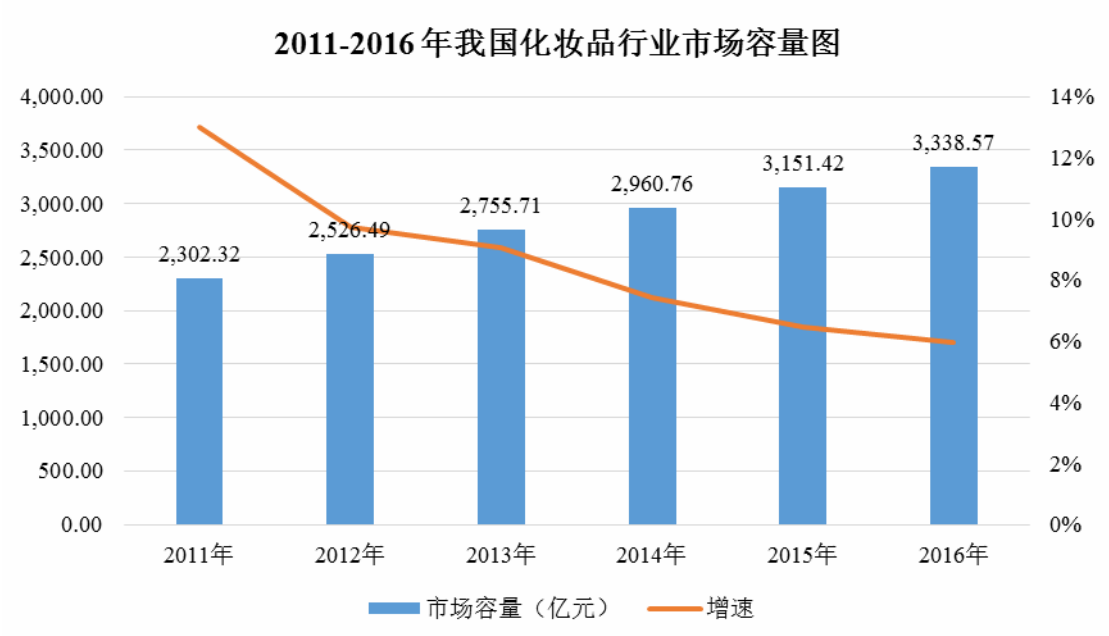
面膜根据使用方式分为贴式面膜及非贴式面膜两类，其中，贴式面膜使用方便，不受环境、工具等的限制；非贴式面膜又可进一步分为水洗式面膜和免洗式面膜两类，水洗面膜是卸除面膜时用水即可清洗掉的面膜，免洗面膜就是使用后不用清洗，免洗面膜因免洗特质，可深层滋润肌肤。

（4）化妆品行业现状

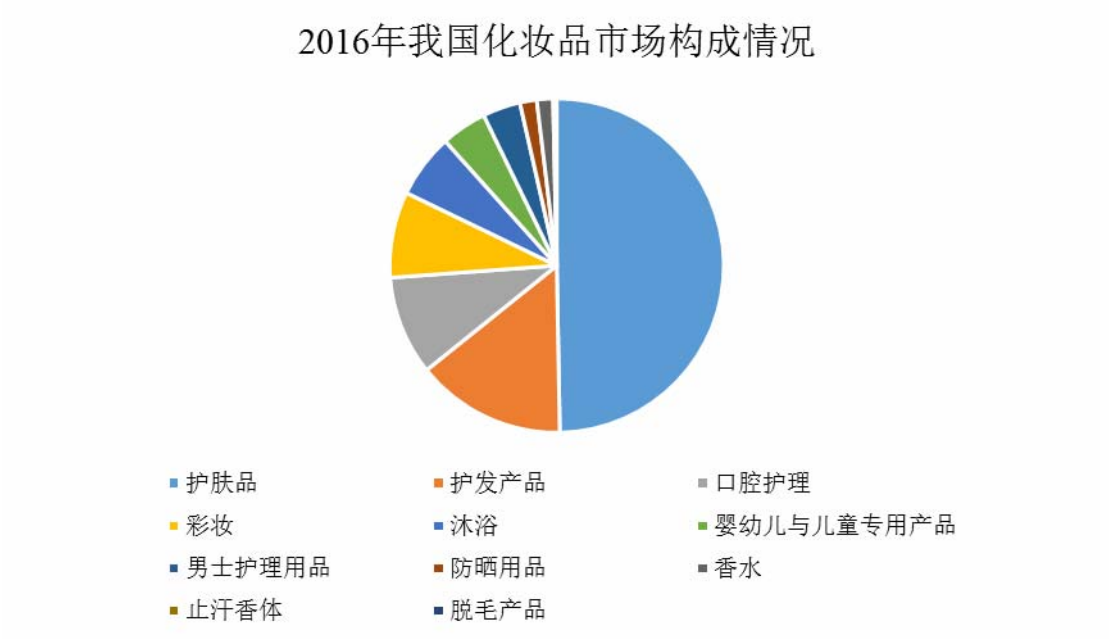
由于城镇居民基数扩大且居民生活水平的提高，仪容整洁习惯亦逐步改变，消费者愈加注重个人外表，消费力度加大，令中国化妆品行业销售额近年显著增长。

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 11 大细分子品类。按照 2016 年子品类容量大小，依次为：护肤品、护发产品、口腔护理品类、彩妆、沐浴用品、婴幼儿与儿童专用产品、男士护理用品、防晒用品、香水、止汗香体、脱毛产品。

据 Euromonitor 的统计数据显示，2016 年我国化妆品行业市场容量为 3,338.57 亿元，2011-2016 年的年均复合增长率达到 7.7%。



数据来源：Euromonitor

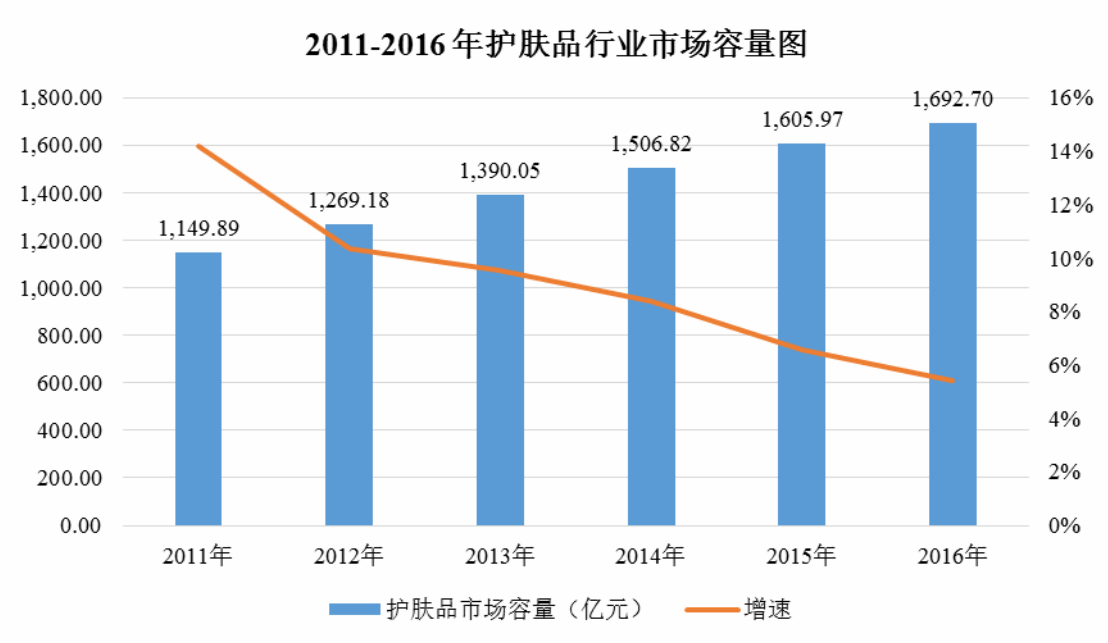


数据来源：Euromonitor

（5）护肤品行业现状

护肤品是化妆品中的肤用化妆品子类，主要具有清洁皮肤及补充皮肤养分等功能，如洗面奶、面霜、面膜等。目前市场规模呈高速膨胀态势，行业仍处于成长期。

护肤品包括面部护理、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 年我国护肤品市场容量为 1,692.7 亿元，占化妆品整体市场 51.0%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、42.7 亿元、45.0 亿元和 126.6 亿元。2011-2016 年护肤品市场的年均复合增长率达到 8%，增速高于化妆品行业的整体增速。

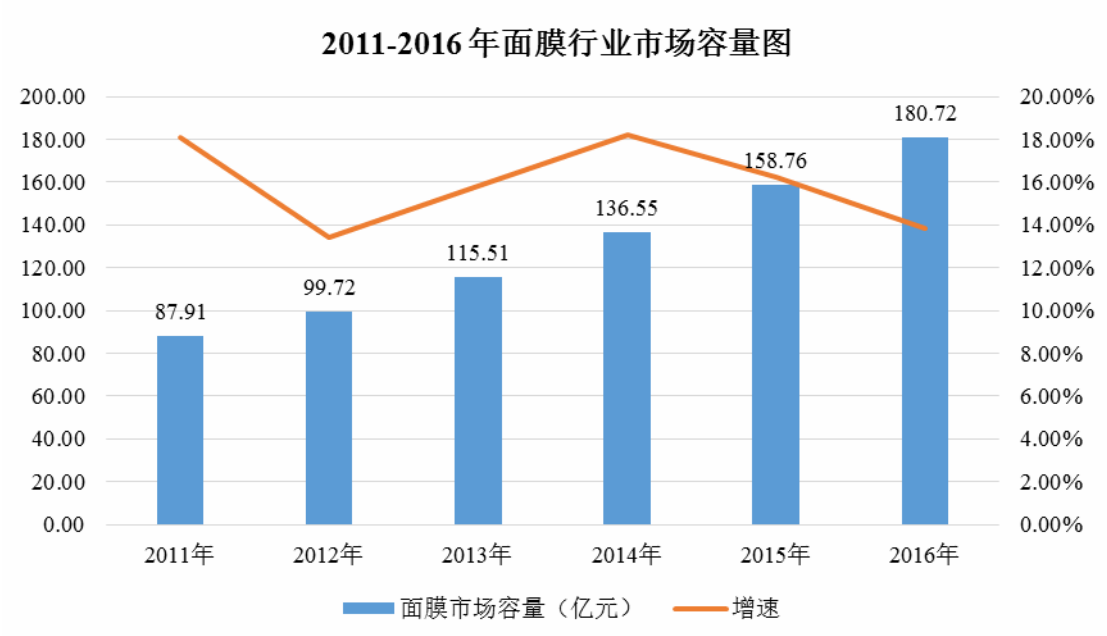


数据来源：Euromonitor

（6）面膜行业现状

面膜是护肤品中的子类，主要具有清洁及保护皮肤等功能，根据使用方式可以分为贴式面膜和非贴式面膜两类。目前面膜市场规模也呈现高速增长态势。

据 Euromonitor 的统计数据显示，2016 年我国面膜市场容量为 180.72 亿元，占护肤品整体市场 10.68%的份额。2011-2016 年面膜市场的年均复合增长率达到 15.5%，增速高于护肤品的整体增速。根据 Euromonitor 的预测，2021 年我国面膜市场容量将达到 280.07 亿元。



数据来源：Euromonitor

（三）行业发展趋势

1、护肤品增长速度较快，发展空间巨大

根据 Euromonitor 的数据预测，2021 年我国护肤品市场规模将达到 2,237 亿元，2017-2021 年护肤品市场规模复合增长率约 6%。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，护肤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护肤品消费习惯和消费理念的培育，消费升级成为大势所趋。

2、核心护肤品消费人群迅速增长

护肤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，为护肤品市场带来了更多的市场机会。在这庞大的消费群体中，成年女性成为护肤品消费的主力军。

在护肤品消费人群中，不同年龄结构的护肤品消费需求差异较大，人均消费金额也存在一定差距。国内目前 25-39 岁的青年女性成长于上世纪 80 年代改革开放以后，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，这一群体护肤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。

3、国内企业逐步崛起

国内护肤品行业从上世纪 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，整体市场影响力有限，近 20 年来一直处于市场弱势地位。

然而，在国际国内企业日趋白热化的竞争中，迅速成长的中国日化企业也在大浪淘沙中重新洗牌，涌现出一批积极向中高端市场渗透的品牌。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护肤品企业通过加大投入，依靠本土优势，逐步抢占了跨国企业的市场份额。2016 年，包括上海家化、伽蓝集团、百雀羚、上海上美、珀莱雅等本土护肤品企业出现在护肤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 2016 年的 16.1%。虽然本土品牌市场占有率逐年上升，但与发达国家相比仍有较大的提升空间。国内本土护肤品企业通过更好地满足消费者的消费偏好、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，本土护肤品品牌有望保持持续稳定增长。

4、电商渠道发展迅速

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。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护肤品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。

（四）行业竞争情况及进入障碍

1、行业竞争状况

（1）国内企业逐步参与到中高端护肤领域的竞争

我国护肤品市场环境为完全开放的竞争环境，国际知名护肤品企业依托强势的品牌地位及强大的资金实力，主要占据了我国一线城市的高端护肤品市场。国内自主品牌企业依托性价比优势及对中国消费者消费习惯的深入理解，主要在中低端护肤品领域参与市场竞争。然而，在国际国内企业日趋白热化竞争中，迅速成长的中国日化企业也在大浪淘沙中重新洗牌，涌现出一批积极向中高端市场渗透的品牌。

（2）不同收入水平的城市护肤品品牌的竞争重点不同

护肤品产品受众分布广泛，不同区域消费习惯、消费特点差异较大。一线城市整体经济实力较强，受众消费习惯成熟、消费集中度高，整体消费特点与国际经济发达区域类似。二三线城市及新兴城镇经济快速发展，中高端消费群体与低端消费群体均广泛存在，整体消费习惯尚不成熟，消费集中度低。

（3）品牌、渠道、产品的综合竞争成为市场竞争的主流

护肤品受众广泛，其品牌价值及渠道价值成为护肤品品牌快速发展的核心，而护肤品直接应用于消费者肌肤，其产品品质及性能受到消费者的高度关注，因此品牌、渠道及产品的综合竞争成为市场竞争的主流。护肤品企业需要通过广泛、强有力的品牌推广、渠道运营和良好的产品品质及快速的产品开发赢得客户的信任。

2、进入护肤品行业的主要障碍

（1）品牌壁垒

对护肤品企业而言，品牌是综合实力的体现。品牌的树立需要企业在产品质量管控、企业文化、营销网络、专业服务等多方面长期不懈的努力，是护肤品行业的重要壁垒。对于新进入者而言，树立公司品牌不仅需要较长时间，而且树立

品牌的成本要数倍于原有企业维持和巩固品牌的成本，因此品牌成为制约新进入者进入本行业的主要壁垒之一。

（2）规模化经营壁垒

对于护肤品企业而言，企业的规模效益非常明显。规模较大的护肤品企业拥有相对较强的商品销售网络，通过规模效益，一方面可以与上下游的供应商、经销商建立长期稳定的合作，提高其对于供应商、经销商的议价能力，降低采购及销售成本；另一方面，规模较大的企业经营管理相对规范并具备相对便利和快捷的销售渠道，可减少消费者的购买成本，对消费者具有较强的吸引力，易于企业形成良性的经营循环。相对而言，就规模较小和新进入的护肤品企业而言，其市场抗风险能力不强，既面临外部规模企业的强势竞争，又面临着内部资金、品牌、销售终端等多方面的发展制约，在市场竞争中较难取得有利的地位。

（3）产品质量壁垒

护肤品直接作用于消费者的肌肤，其产品质量与消费者身体健康息息相关。随着政府和消费者对护肤品质量安全的愈加重视，作为化妆品行业的子行业，护肤品行业的准入门槛也逐渐提高。2007 年 1 月国家卫生部发布了新版《化妆品卫生规范》，对化妆品及其中所用的原材料的安全性做出了更严格的规定。日趋严格的准入标准的实施提高了行业的进入门槛，产品质量已成为进入该行业的主要壁垒之一。

（4）资金规模壁垒

规模效应及品牌建设对护肤品企业日益重要，资金实力成为进入护肤品行业的重要壁垒。护肤品企业每年需投入大量资金进行品牌建设和维护，除此之外，产品研发、物流建设、信息系统建设、人才培养、售后服务等都需要大量的资金支持。因此，对护肤品企业的资金实力或融资能力有较高的要求。

（5）人才壁垒

护肤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。

（五）行业利润水平的变动趋势及变动原因

护肤品行业的毛利率水平一般较高，普遍可达 50%以上。受品牌定位的不同，毛利率的差异较大，中高端品牌普遍能获得更高的毛利率水平。一般而言，护肤品行业的利润水平和变动趋势主要受品牌知名度、销售模式、产品的生产工艺和技术水平、上游化工原料、包装材料价格的变动等方面的影响，具体分析如下：

1、品牌知名度与品牌宣传的持续投入

护肤产品直接作用于消费者肌肤，产品安全性和有效性对消费者而言非常重要。品牌知名度代表着消费者对该护肤品牌的认可与信赖。因此，品牌知名度高的护肤品价格中包含较高的品牌附加值溢价，利润水平相对较高。

同时，护肤品企业会投入大量的广告用于品牌宣传方面，借助电视、杂志、网络等广告媒体，让消费者更加清楚了解到企业的品牌形象、服务理念和产品定位，因而能否持续并准确的广告投入和宣传会直接影响到行业内企业的品牌知名度，从而影响企业的利润水平。此外，由于媒体广告价格水平持续上升，能否消化宣传费用的增加将直接影响行业内企业的利润水平。

2、产品生产工艺和技术水平的影响

产品的生产工艺和技术水平决定了产品质量和产品效果体验。护肤品直接作用于皮肤表面，客户对产品质量及产品效果体验要求较高，优质的产品和用户体验是提升消费者重复购买率的关键因素。因此，产品生产工艺和技术水平的变化对行业利润水平和趋势有较大影响。

3、上游化工原料、包装材料价格变动的影响

护肤品生产成本中，上游化工原料及包装材料成本所占的比重较高，一旦原料及包装材料销售价格波动幅度较大，对行业内企业生产成本影响较大，从而影响到行业的利润水平。

（六）影响行业发展的有利因素和不利因素

1、有利因素

（1）国家产业政策的大力支持

护肤品作为重要的日常消费品，其市场规模的扩大与我国国内消费市场的整体发展息息相关。在《国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》、《国内贸易发展“十三五”规划》等多项政策提出未来十年国民收入倍增计划及未来五年国内贸易倍增计划的背景下，我国国内护肤品市场发展将会有更广阔的消费群体及市场发展空间。

（2）城乡居民生活水平不断提高，消费结构逐步升级

城乡居民生活水平不断提高和消费结构的升级是促进护肤品消费的根本原因。根据国家统计局统计，2015 年我国城镇居民人均可支配收入为 31,195 元，相比于 2014 年增长 8.15%，2016 年我国城镇居民人均可支配收入为 33,616 元，相比于 2015 年增长 7.80%；2016 年全国居民人均消费支出 17,111 元，比上年增长 8.9%。部分经济发达地区如沿海城市已进入较高的消费层次，特别是以人均 GDP 超过 5,000 美元为标志的中产阶级正在形成和扩大。随着城乡居民购买力水平的提高，居民消费结构随之发生变化，有利于我国护肤品行业发展。

（3）消费者护肤意识的增强促进行业快速发展

环境污染加重会导致部分消费者皮脂腺和汗腺分泌异常，皮肤表面粗糙。此外，城市工作竞争压力导致了大量的消费者工作时间大幅度增加，引起身体睡眠不足、疲劳，肌肤丧失活力，容易产生干燥及粗糙的现象，护肤品的价值体现在为肌肤提供必要的基础护理和功能型保养。随着生活水平的提高，消费者对自身健康及肌肤护理的需求日益关注，愿意将更多的支出用于自身的个人护理投入上，且周期性合理重复购买已经成为日常生活的必需，并随着年龄的增长，不断加大护肤品的尝试和选择，肌肤护理意识不断增强，促进了护肤品行业的快速健康发展。

2、不利因素

（1）行业竞争不规范、产品质量良莠不齐

护肤品行业门槛相对不高，生产企业众多且大多规模较小，品牌运营能力、营销能力和运营经验较差。同时，由于规模的限制，自身的研发能力和产品更新换代能力有限。因此，行业内存在抄袭、模仿名牌企业品牌产品或者模仿知名产品的宣传理念或者设计，或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。前述不规范行为或者恶性竞争影响行业整体发展水平的提高。

（2）国内品牌产品核心竞争力不强

鉴于消费者存在从众心理和盲目追求品牌的情况，与国际知名护肤品品牌相比，众多中国护肤品企业品牌运营经验方面不足，研发投入相对较少，产品品牌知名度和核心竞争力尚难提高，国际竞争力整体不强，在高档护肤品领域尚无法和国际知名品牌抗衡。

（七）行业技术水平和行业特征

1、行业技术水平及发展方向

护肤品是多学科交叉研究的成果，其研发和生产不仅与精细化学有关，还注重吸取皮肤科学、病理学、植物学、生物技术、光学等最新技术的集成。目前，行业在生产制造工艺方面整体已经较为成熟，但在对消费者消费习惯和肌肤研究、提取萃取工艺技术以及产品安全性等方面仍是行业技术投入和发展的方向。同时，低碳、环保等高新技术的发展也推动了护肤品生产技术的机械化、自动化、智能化。

2、行业的区域性、周期性和季节性

（1）行业的区域性

护肤品产品属于日常消费品，其销售规模与当期经济发展状况及居民可支配收入存在一定的正相关关系，受我国经济区域性不平衡影响，护肤品市场也存在一定的区域不平衡的现象。国际知名品牌护肤品主要集中于一线城市，竞争激烈；国内中高端护肤自主品牌及大众品牌主要集中于二三线城市。

在生产方面，我国护肤品生产企业主要集中在东南沿海地区，广东、浙江、江苏、上海等地为中国护肤品企业比较集中的省市。

（2）行业的周期性及季节性

护肤品属于日常消费品，与人民生活密切相关，其行业发展与国民经济发展和家庭可支配收入有一定的正相关关系，但居民用于护肤品方面的支出占其收入比例并不高，其行业周期性并不明显。

护肤品行业整体季节性不明显，但单个品类由于气候和消费习惯的影响，使用和销售存在淡旺季节的区分。例如对于膏霜类护肤产品，秋冬季为销售旺季，春夏季为销售淡季；而对于防晒类护肤产品，夏季为主要销售旺季，其他季节则销售情况一般。

（八）公司所处行业与上、下游的关系

1、发行人所处行业与上、下游行业

护肤品行业的上游是原料及包装材料制造行业，原料主要包括水、保湿剂、乳化剂、油脂蜡、活性物等；包装材料包括膜布、纸包装、塑料包装、软包装膜袋和玻璃包装等。护肤品销售的下游则是通过各种零售渠道面向终端消费者。

2、上游行业发展状况对本行业的影响

近年来受通货膨胀等因素，原料及包装材料价格有一定的上涨，但由于护肤品行业总体毛利率相对较高，故上述因素对护肤品行业利润影响较小。

3、下游行业发展状况对本行业的影响

目前，我国零售行业呈现出高速发展的态势。互联网电子商务、旗舰店、精品店、超市及大卖场、百货商场、药妆店、便利店中设立的销售专柜、美容院等销售场所大规模拓展，为护肤品零售业提供了快速发展的渠道。护肤品零售业的多元发展路径也有效的促进了护肤品市场的发展，为护肤品行业的发展提供了渠道支撑。

三、发行人在行业中的地位

（一）公司在主要市场中的竞争对手

1、上海家化

上海家化联合股份有限公司是中国历史最悠久的日化企业之一，前身是成立于 1898 年的香港广生行，历经百年发展，于 2001 年在上海证券交易所上市。上海家化高度重视自主品牌建设，旗下拥有“佰草集”、“六神”、“美加净”、“高夫”、“启初”、“家安”、“一花一木”、“玉泽”、“双妹”、“茶颜”、“Tommee Tippee”等诸多品牌，是中国化妆品行业诸多国家标准的参与制定者之一。

2、韩束

上海韩束化妆品有限公司于 2002 年在上海成立，同年，韩束品牌创建。2012 年，韩束公司完成品牌聚焦和品类聚焦的战略转型，布局护肤、面膜、男士、母婴、高端洗护、彩妆等品类。2015 年 11 月，韩束公司正式更名为“上海上美化妆品有限公司”。韩束同时在百货商场、购物中心、KA（含屈臣氏）、日化精品店、百强连锁、电子商务、新兴渠道、微商、电视购物等渠道发展。

3、美即

美即控股国际有限公司成立于 2003 年，主要专注于面膜产品业务，并提供众多具有不同特色的面膜产品。2010 年 9 月美即控股于香港上市，2014 年 1 月欧莱雅集团收购美即控股获批，2014 年 4 月美即控股退市。美即控股的产品主要包括“缤纷系列”、“流金丝语系列”、“美即泉系列”、“美即汉草理服系列”等。

4、伽蓝集团

伽蓝（集团）股份有限公司 2001 年创立于上海，旗下拥有美素、自然堂、雅格丽白、医婷四个品牌，为国内消费者提供不同系列的护肤品产品需求。自然堂品牌下拥有雪域精粹系列、弹力紧致系列、活泉保湿补水系列、亮润美白系列和彩妆系列等多个系列产品。

5、相宜本草

上海相宜本草化妆品股份有限公司创建于 2000 年，主要从事本草护肤品的研发、生产与销售，是国内较早涉足中草药美容护肤领域的企业之一，产品包括

“芯净自然净肤系列”、“红景天幼白系列”、“黑茶男士系列”、“百合高保湿系列”和“本草精油添加护肤系列”等多个系列产品。

6、珀莱雅

珀莱雅化妆品股份有限公司成立于 2006 年，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”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、超市和电子商务的多渠道销售网络。

7、上海悦目

上海悦目化妆品有限公司成立于 2009 年，是一家集化妆品研发、生产、包装配套、销售与服务为一体化的科技创新公司。目前旗下拥有“膜法世家”、“沁香百萃”、“爱唯施”等多个知名品牌，其中“膜法世家”品牌因产品品质卓越，效果显著，在水洗式面膜领域深得市场好评。

（二）公司市场排名情况[1]

发行人作为一家以自主品牌为核心、依托互联网电子商务进行销售的“互联网+护肤品”企业，在互联网消费的良好发展趋势下，销售额一直保持着较高的增长。2015 年和 2016 年，“御泥坊旗舰店”在天猫（Tmall.com）主营类目（美容护肤/美体/精油）的成交排名分别为第 4 名及第 7 名[2]。2016 年，发行人全部产品在唯品会美妆类别按公司口径排名的销售额位居第 4 名，御泥坊品牌在唯品会美妆类别按品牌口径排名的销售额位居第 2 名、在面膜类别的销售额排名位居第 1 名[3]。根据 Euromonitor 的统计数据显示，2016 年我国面膜市场容量为 180.72 亿元，以公司当年面膜含税销售收入估算，发行人在我国面膜市场的整体市场占有率约在 5.54%以上。

---

[1] 本节引用的排名数据来源于第三方，受其编制方法或后续根据交易、纠纷等情形调整，存在数据变化之可能。

[2] 排名数据来自浙江天猫技术有限公司。主营类目是指：类目主营率在商家店铺中排名第一的类目。类目主营率的计算公式=（类目近 28 天成交额/店铺近 28 天成交额）*0.5+（类目当天在线商品数/店铺当天在线商品数）*0.5。

[3] 排名数据来源于唯品会（中国）有限公司大数据平台。

（三）竞争优势

1、品牌优势

通过多年的网络口碑传播和品牌推广，公司旗下已经拥有两个“亿元级”自有销售品牌，其中“御泥坊”在消费者群体中具备较高的知名度，并拥有了一批忠实用户群体，成为公司的最核心品牌。同时，公司进行差异化多品牌策略，通过自主培育和外延式收购不断发展新品牌，除“御泥坊”外，公司还同时拥有“小迷糊”、“御泥坊男士”、“花瑶花”、“师夷家”、“薇风”等主要品牌，每个品牌具有不同的市场定位，有助于覆盖不同的消费群体。通过多年的积累，截至 2017 年 12 月 31 日，按照用户 ID 计算，公司在天猫和淘宝开设的店铺累计购买人数超过 1,800 万，御泥坊 APP 注册会员数超过 400 万，品牌优势已初步构建。

2、线上渠道优势

随着互联网电子商务的快速发展，化妆品网购规模持续增长，电商渠道成为过去五年化妆品行业增长最快的销售渠道，未来化妆品网购规模将继续保持快速增长。自成立以来，电商渠道一直是公司最主要的销售渠道。公司与主要电子商务平台均建立了良好的合作关系，同时经过多年的内部培养和外部引援，公司已打造了一支经验丰富的管理团队和业务水平较高的电商运营人才，在店铺运营、营销策划、仓储物流、线上客服等方面具备出色的组织决策、开拓创新、沟通疏导、预见执行能力，有助于带领公司不断适应化妆品电子商务的变化趋势，稳固线上渠道优势。

线上会员是公司重要的客户基础，同时也是重要的数据样本资源，能够有效的记录消费行为数据。公司已经积累了大量客户网购数据，基于对消费人群属性、生活习性、时尚潮流走向等大数据分析，能够有效指导公司研发、企划和供应链管理工作，不断开发出受消费者欢迎的产品。

3、研发技术优势

公司拥有多个自有品牌，直接面对消费者，可以更为精准的进行产品技术研发。公司研发体系一直伴随业务发展而不断完善，目前已构建起基础研究、产品开发、工艺开发、功效测评、包材实验等 90 余位专业研发队伍，取得了多项护

肤品配方或独有成分的研发成果，公司参与起草制定了《面膜》（QB/T 2872-2017）行业标准。公司现已拥有“一种无添加天然美白化妆品及其制备方法”等 6 项发明专利、2 项实用新型专利、27 项外观设计专利，产品包装曾获得德国红点奖，具有较强的研发实力。

4、产品品质优势

公司高度重视产品品质，核心原料选取主要来自于德国巴斯夫、美国陶氏、美国杜邦、德国德之馨等全球原料供应商。同时，公司设置质量管理部专门负责产品质量管控，配置了领先的研发检测设备，对于自产和委托加工产品进行 100%质检，有力确保了产品品质。公司曾荣获中国质量检验协会颁发的“全国‘质量与服务诚信’承诺优秀示范企业”等多项荣誉。

5、经营团队优势

公司核心管理团队年轻且稳定，包括总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书在内的所有高级管理人员和中层管理人员平均年龄不超过 35 岁。年轻的管理团队对于互联网购物消费人群和互联网传播特点有着深刻理解，能够有效把握目标消费群体不断变化的消费习惯和喜好，推出适时畅销产品。公司中高层管理人员持有公司股权，彼此之间沟通顺畅、配合默契，对公司未来发展及行业前景有着共同理念，形成了团结、高效、务实的经营管理理念，帮助公司在护肤品品牌运营能力方面积累了一定的竞争优势。

（四）竞争劣势

1、融资渠道受限

公司融资渠道较为单一，主要靠私募股权融资为主，资金需求不能得到充分满足，对后续发展造成较为不利影响。

2、线下渠道开发不足

公司销售渠道以线上销售渠道为主，线下渠道开发不足，公司需要进一步加大对于线下渠道的开发力度，加快线上与线下相融合，增强全渠道的控制能力。

3、信息系统有待进一步完善

作为一家以互联网线上渠道为主的企业，报告期内，公司业务高速成长，销售规模显著扩大。公司产品品类规格繁多，同时面对线上线下、自营经销代销等多种销售模式，既有自营小额高频的海量数据，又需要处理与各大平台的业务数据，这对信息系统的稳定、安全、及时、准确、高效提出了更高的要求。公司需要不断优化并完善信息系统，以此来适应未来业务的快速发展。

四、发行人主要销售情况与主要客户

（一）主要产品产能产量与销量情况

1、报告期主要产品的产量、销量

单位：万片、万瓶

主要产品的产能、产量和销量情况						
产品分类		时间	自有产量	委托加工产量	销量	产销率
面膜类	贴式面膜	2017 年度	5,466.52	38,900.49	43,294.05	97.58%
		2016 年度	4,819.02	30,600.01	33,096.49	93.44%
		2015 年度	2,975.65	21,594.89	18,800.19	76.52%
	非贴式面膜	2017 年度	100.59	463.71	589.67	104.50%
		2016 年度	56.62	412.94	378.59	80.63%
		2015 年度	23.04	269.72	264.07	90.20%
水乳膏霜		2017 年度	184.01	1,841.02	2,047.97	101.13%
		2016 年度	202.10	1,440.86	1,531.68	93.23%
		2015 年度	141.25	1,138.89	971.20	75.87%

注：贴式面膜以万片计量，非贴式面膜、水乳膏霜以万瓶为单位，上述销量中已剔除了代理销售“城野医生”、“丽得姿”品牌的销量，以计算公司产品的产销率。

2、报告期产能利用率情况

御家汇旗下产品自主生产部分由御家制造负责，御家制造生产工厂位于长沙市高新区。

御家制造自有产能利用情况如下：

产品类型	时间	产能（万片/万瓶）	产量（万片/万瓶）	产能利用率

贴式面膜	2017 年度	4,830.00	5,466.52	113.18%
	2016 年度	4,830.00	4,819.02	99.77%
	2015 年度	3,710.00	2,975.65	80.21%
非贴式面膜、水乳膏霜等	2017 年度	361.20	284.60	78.79%
	2016 年度	361.20	258.72	71.63%
	2015 年度	359.45	164.29	45.71%

注：贴式面膜以万片计量，非贴式面膜、水乳膏霜以万瓶为单位；非贴式面膜、水乳膏霜等为同一生产线。

3、发行人主要产品销售价格变动情况

发行人的主要产品为贴式面膜，报告期内，贴式面膜的平均销售价格分别为 3.09 元/片、2.79 元/片和 2.58 元/片。

（二）报告期前五名客户情况

公司对前五名客户的销售情况如下：

单位：万元

序号	2017 年度主要客户名称	当期销售收入金额	占当期主营业务收入比重
1	唯品会（中国）有限公司	41,137.28	25.08%
2	北京京东世纪贸易有限公司	12,924.61	7.88%
3	苏州聚美优品信息技术有限公司	9,790.52	5.97%
4	浙江优集供应链管理有限公司	5,831.32	3.56%
5	上海天翌电子商务有限公司	3,813.69	2.33%
合计		**73,497.41**	**44.81%**
序号	**2016 年主要客户名称**	**当期销售收入金额**	**占当期主营业务收入比重**
1	唯品会（中国）有限公司	32,189.02	27.53%
2	上海聚美优品信息科技有限公司	11,335.19	9.70%
3	北京京东世纪贸易有限公司	10,984.60	9.40%
4	武汉屈臣氏个人用品商店有限公司	1,809.91	1.55%
5	上海天翌电子商务有限公司	1,707.18	1.46%
合计		**58,025.90**	**49.63%**

序号	2015 年主要客户名称	当期销售收入金额	占当期主营业务收入比重
1	唯品会（中国）有限公司	23,613.04	30.82%
2	北京京东世纪贸易有限公司	6,696.23	8.74%
3	上海聚美优品信息科技有限公司	7,469.11	9.75%
4	快乐购物股份有限公司	1,001.27	1.31%
5	苏宁云商集团股份有限公司	753.62	0.98%
合计		**39,533.27**	**51.59%**

注：1、对唯品会（中国）有限公司的销售数据包括同受 Vipshop International Holidings Limited 控制的唯品会（中国）有限公司、重庆唯品会电子商务有限公司、乐蜂（上海）信息技术有限公司等主体。

2、对北京京东世纪贸易有限公司的销售数据包括同受 JD.COM, INC.控制的北京京东世纪贸易有限公司、JD.COM INTERNATIONAL LIMITED 等主体。

3、对苏宁云商集团股份有限公司的销售包括苏宁云商集团股份有限公司及江苏苏宁易购电子商务有限公司。

4、上海聚美优品信息科技有限公司、Jumei Hongkong Holding Limited、苏州聚美优品信息技术有限公司系同一控制下的公司，上述销售金额已合并披露。

5、对浙江优集供应链管理有限公司的销售数据包括浙江优集供应链管理有限公司及云集（香港）有限公司。

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

报告期内，公司与前五大客户均不存在关联关系。公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员、持股 5%以上的股东或其他主要关联方未在上述客户中占有权益。

五、发行人主要采购情况和主要供应商

（一）主要原材料及能源供应情况

1、主要原材料情况

单位：万元、吨、万元/吨、万个、元/个

采购产品	年份	采购金额	采购数量	单价
保湿剂	2017 年度	10,709.17	1,510.70	7.09
	2016 年度	11,616.70	1,263.60	9.19

采购产品	年份	采购金额	采购数量	单价
	2015 年度	8,558.51	853.85	10.02
活性物	2017 年度	2,701.05	41.67	64.82
	2016 年度	1,958.40	29.91	65.48
	2015 年度	2,261.94	42.42	53.32
铝膜袋	2017 年度	9,113.36	45,160.63	0.20
	2016 年度	7,004.83	33,066.36	0.21
	2015 年度	6,616.54	31,520.93	0.21
膜布	2017 年度	9,455.17	60,587.78	0.16
	2016 年度	12,584.38	69,717.28	0.18
	2015 年度	9,567.64	67,259.06	0.14

注：保湿剂、活性物为原料，铝膜袋、膜布为包装材料；膜布包括面膜基布、蓝膜、珠光膜等。

（1）原料价格波动的原因及公允性

报告期内，发行人采购的保湿剂均价呈下降趋势，一方面系发行人采购品类不断增加，各品类采购价格有所差异；另一方面随着发行人采购规模扩大，对供应商的议价能力逐渐提高。

活性物的采购价格有所变化，主要系活性物采购品类结构变动。随着生产规模的扩大及产品配方需要，发行人采购的活性物品类已达百余种，根据其功效及纯度不同，不同品类的活性物采购单价差异较大，2016 年，由于单价较高的活性物采购比重上升，使得平均采购单价有所上升。

发行人根据供应商的询价情况，参考市场价格协商确定供货价格，具有公允性。

（2）包装材料价格波动的原因及公允性

报告期内，发行人铝膜袋的采购价格基本稳定。发行人采购的膜布包括无纺布、黑膜等面膜基布，亦包括蓝膜、珠光膜等面膜内衬膜，其中面膜基布价格较高，内衬膜价格较低。报告期内，膜布采购均价有所变化，主要系发行人销售的黑膜系列产品比例逐步提高，该系列产品无需使用内衬膜，使得内衬膜采购数量

占比下降较快，因此膜布采购均价上升。2017 年度，发行人膜布采购单价下降，一方面系面膜基布采购单价随着发行人的议价能力提高而下降，另一方面系眼膜等价格较低的基布采购比例上升。

发行人根据供应商的询价情况，参考市场价格协商确定供货价格，具有公允性。

2、能源供应情况

报告期内，发行人与自主生产相关的水、电费及单耗变动情况如下：

项目		2017 年度	2016 年度	2015 年度
用水情况	水费（万元）	2.20	1.93	3.55
	用水量（万吨）	0.58	0.51	0.93
	单位成品水耗（吨/吨成品）	2.87	2.86	11.74
用电情况	电费（万元）	91.50	87.78	74.46
	用电量（万度）	91.50	87.78	74.46
	单位成品电耗（万度/吨成品）	0.05	0.05	0.09

2015 年，发行人自有工厂生产试运行阶段，总体产量较小，非生产性用水量及用电量较多，且因排产不够优化导致水电耗用较多。

（二）报告期前五大供应商

报告期公司前五名供应商情况如下：

单位：万元

年度	供应商名称	采购金额	采购内容	占采购总额的比重
2017 年度	Johnson & Johnson Pte Ltd	15,275.23	水乳膏霜、贴式面膜等	17.34%
	诺斯贝尔化妆品股份有限公司	12,166.33	委托加工和膜布	13.81%
	欧标（广州）化妆品有限公司	4,993.28	委托加工	5.67%
	惠州宝柏包装有限公司	4,314.48	包装材料	4.90%
	广州永新包装有限公司	3,524.39	包装材料	4.00%
	合计	**40,273.71**	**-**	**45.72%**

年度	供应商名称	采购金额	采购内容	占采购总额的比重
2016年度	诺斯贝尔化妆品股份有限公司	10,424.25	包装材料、委托加工	14.11%
	丸红（上海）有限公司	5,111.75	包装材料	6.92%
	上海乐宝日化股份有限公司	4,811.85	委托加工	6.51%
	丽得姿化妆品（北京）有限责任公司	4,647.80	面膜	6.29%
	欧标（广州）化妆品有限公司	4,053.14	委托加工	5.49%
	合计	**29,048.79**	**-**	**39.32%**
2015年度	上海乐宝日化股份有限公司	6,345.93	委托加工	10.31%
	诺斯贝尔化妆品股份有限公司	4,502.95	委托加工	7.32%
	欧标（广州）化妆品有限公司	3,609.76	委托加工	5.86%
	广州市洁新化妆品有限公司	3,535.86	委托加工、膜布	5.74%
	广州市奥雪化工有限公司	3,492.53	原料	5.67%
	合计	**21,487.03**	**-**	**34.90%**

注：对 Johnson & Johnson Pte Ltd 的采购包含受同一控制的 Johnson & Johnson Pte Ltd、强生（中国）投资有限公司等主体；对丽得姿化妆品（北京）有限责任公司的采购包含同受丽得姿化妆品株式会社控制的 Leaders Cosmetics Co.,Ltd.、丽得姿化妆品（北京）有限责任公司等主体；对广州市洁新化妆品有限公司的采购金额包括受同一实际控制人控制的广州市洁新化妆品有限公司、广州市洁宝日用品有限公司和广州市洁宝无纺制品有限公司等主体；对惠州宝柏包装有限公司的采购金额包括受同一实际控制人控制的惠州宝柏包装有限公司、成都清洋宝柏包装有限公司。

报告期内，公司与前五大供应商均不存在关联关系。公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员、持股 5%以上的股东或其他主要关联方未在上述供应商中占有权益。

六、公司主要资产情况

（一）主要固定资产情况

1、固定资产情况

截至本报告期末，发行人及其子公司的主要固定资产情况如下表所示：

单位：万元

类别	固定资产原值	累计折旧	固定资产净值	成新率

房屋及建筑物	9,259.87	406.59	8,853.28	95.61%
机器设备	466.27	97.09	369.18	79.18%
办公设备	871.81	377.47	494.35	56.70%
运输设备	327.83	126.43	201.39	61.43%
电子设备及其他	998.14	431.10	567.04	56.81%
合计	**11,923.92**	**1,438.68**	**10,485.24**	**87.93%**

公司固定资产质量良好，主要为生产经营所需机器设备与房屋建筑物，固定资产总体成新率较高，固定资产净值占原值的比例为 87.93%。

2、房屋产权情况

截至本招股说明书签署日，发行人购买的房产情况如下：

序号	座落地址	建筑面积（m²）	使用类型	是否抵押
1	长沙市岳麓区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 1 层 101 房	998.92	工业	是
2	长沙市岳麓区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 2 层 201 房	1,165.13	工业	是
3	长沙市岳麓区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 3 层 301 房	1,165.13	工业	是
4	长沙市岳麓区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 4 层 401 房	1,165.13	工业	是
5	长沙市岳麓区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 5 层 501	1,165.13	工业	是
6	长沙市岳麓区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 6 层 601	1,165.13	工业	是
7	长沙市岳麓区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 7 层 701	1,165.13	工业	是
8	长沙市岳麓区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 8 层 801	1,165.13	工业	是
9	长沙市岳麓区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 9 层 901	1,165.13	工业	是
10	长沙市岳麓区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 10 层 1001	1,165.13	工业	是
11	长沙市岳麓区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 11 层 1101	1,165.13	工业	是
12	长沙市岳麓区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 12 层 1201	1,165.13	工业	是

13	长沙市岳麓区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 13 层 1301	1,165.13	工业	是
14	长沙市岳麓区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 14 层 1401	1,165.13	工业	是
15	长沙市岳麓区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 15 层 1501 房	1,144.18	工业	是
16	长沙市岳麓区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 16 层 1601 房	1,169.66	工业	是

注：2015 年 12 月 9 日，长沙市住房和城乡建设委员会分别对长沙芯城科技园 9 号栋第 1/2/3/4/15/16 层楼办理了《中华人民共和国房屋预告登记证明》，预告登记权利人为湖南御泥坊化妆品有限公司。

2017 年 8 月 22 日和 9 月 7 日，长沙市住房和城乡建设委员会分别对长沙芯城科技园 9 号栋第 5/6/7/8/9/10/11/12/13/14 层楼办理了《长沙市房产交易确认告知书》以及《不动产受理凭证》。

3、租赁房产情况

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司目前租赁房产情况如下：

序号	承租方	出租方	房屋坐落	租赁面积（㎡）	实际用途	租赁期限
1	御泥坊	丰顺仓储开发（长沙）有限公司	长沙市岳麓区金桥路与金南路交汇处丰树产业园 1 期 1 号库	15,764.16	仓储	2017-07-22 至 2020-07-21
2	御泥坊	熊志波	保利麓谷林语 B 区 11 栋 1 单元 1302	123.36	员工宿舍	2017-07-20 至 2018-07-19
3	御泥坊	张廷华	保利麓谷林语 B12 栋 1 单元 1501	123.34	员工宿舍	2017-02-18 至 2018-02-17
4	御泥坊	王慧群	保利麓谷林语 D1 栋 1 单元 1204 房	95.35	员工宿舍	2017-09-07 至 2018-09-06
5	御泥坊天心区二分公司	罗国庆	长沙市天心区黄兴南路步行街商业街西厢南栋 1230 号	45	商业	2016-03-01 至 2018-02-28
6	汇美丽	长沙中电软件园有限公司	长沙市高新开发区尖山路 39 号长沙中电软件园总部大楼 3 楼 317 室	95	办公	2016-08-08 至 2019-08-07
7	汇美丽	长沙中电软件园有限公司	长沙市高新区尖山路 39 号长沙中电软件园总部大楼 20 栋 2 层 243-254、259-271 室	40 ㎡/套	员工宿舍	2018-01-01 至 2018-12-31

序号	承租方	出租方	房屋坐落	租赁面积（㎡）	实际用途	租赁期限
8	湖南御家化妆品天心区四分公司	颜文锋	长沙市解放西路398号涵相大厦长沙女人世界购物中心将军楼1017、1018、1019号商铺	90.57	商业	2014-10-28至2019-10-27
9	湖南御家化妆品岳麓区一分公司	冯跃武	长沙市岳麓区麓山南路732号一楼门面	45	商业	2014-12-11至2018-12-10
10	湖南御家化妆品岳麓区三分公司	长沙奥克斯商业管理有限公司	长沙奥克斯广场303号区域	9	商业	2017-05-27至2018-05-26
11	湖南御家化妆品芙蓉区一分公司	百联亿万豪购物广场（长沙）有限公司	长沙市黄兴中路188号乐和城购物中心编号为［KB10］岛柜位	10	商业	2017-05-10至2018-05-09
12	湖南御家岳麓区四分公司	颜文锋	长沙市枫林三路49号河西交通枢纽项目步行内街楼（栋）/区域第一层L2/L3号商铺	130	商业	2015-03-01至2020-02-29
13	御家制造	力合科技（湖南）股份有限公司	长沙市高新区青山路668号力合科技（湖南）股份有限公司研发生产大楼一、二楼	3,753	办公	2014-08-20至2019-08-19
14	御家制造	力合科技（湖南）股份有限公司	长沙市高新区青山路668号力合科技（湖南）股份有限公司研发生产大楼三楼	2,102.58	办公	2015-08-20至2019-08-19
15	御家制造	力合科技（湖南）股份有限公司	长沙市高新区力合科技园研发生产大楼四楼	128	办公	2017-08-20至2019-08-19
16	御家制造	力合科技（湖南）股份有限公司	长沙高新区青山路668号力合科技（湖南）股份有限公司员工宿舍三楼	/	员工宿舍	2014-10-08至2019-10-07
17	御家制造	熊晓知	保利麓谷林语A区12栋1单元2603房	/	员工宿舍	2017-11-01至2018-10-31
18	御家制造（上海）	上海聚科生物园区有限责任公司	桂平路333号6号楼805、804、808室	382.9	实验及办公	2017-01-01至2019-12-31
19	台湾御妍	蔡杨丽观	台中市南屯区水安街12号	267.57	营业	2018-01-01至2018-06-30

（二）主要无形资产情况

公司无形资产主要包括软件、专利、商标权、著作权等。截至本报告期末，公司无形资产情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计摊销	账面价值	预计使用寿命（年）
软件	352.98	63.61	289.38	5、10
专利	2.34	2.34	0.00	10
商标权	385.20	81.43	303.77	10
著作权	1.90	1.90	0.00	10
合计	**742.43**	**149.28**	**593.14**	**-**

1、商标

截至本报告期末，发行人及其子公司已获授权并取得商标注册证的商标共计519项，详情见附件一“发行人及其子公司获得商标情况”。公司主要注册商标情况如下：

序号	权利人	注册商标	商标注册号	类型	有效期至	取得方式
1	御泥坊	御泥坊	12373771	3	2024-9-13	继受取得
2	御家汇	小迷糊	12278104	3	2024-8-20	继受取得
3	御家汇	花瑶花 1883	12736315	3	2024-10-27	继受取得
4	御家汇	师集家 师集长技以集师	9826891	3	2022-10-6	继受取得
5	香港薇风	薇风	9115908	3	2022-03-27	继受取得
6	香港薇风	大水滴	14402511	3	2025-06-06	继受取得

2、专利

截至本报告期末，发行人及其子公司拥有的专利如下表所示：

序号	专利权人	专利名称	专利类型	专利号	申请日期	取得方式
1	御家制造	一种矿物泥浆水洗面膜	发明	ZL 201210383655.2	2012-10-11	受让取得
2	御家制造	一种矿物泥浆和矿物精华水的制备方法	发明	ZL 201210383729.2	2012-10-11	受让取得
3	御家制造	一种无添加天然美白化妆品及其制备方法	发明	ZL 201310159734.X	2013-05-03	受让取得
4	御家制造	一种含黑茶提取物的天然抗衰老化妆品及其制备方法	发明	ZL 201310341329.X	2013-08-07	受让取得
5	御家制造	一种温和保湿面贴膜	发明	ZL 201410480159.8	2014-09-18	原始取得
6	御家制造	一种木糖醇保湿组合物及其在化妆品中的应用	发明	ZL 201710221658.9	2017-04-06	原始取得
7	御家制造	纯水制备灭菌系统	实用新型	ZL 201620699543.1	2016-07-05	原始取得
8	御家制造	乳化设备	实用新型	ZL 201620739155.1	2016-07-13	原始取得
9	御家汇	乳液瓶(素心兰滋润赋活乳液)	外观设计	ZL 201230386975.4	2012-08-16	受让取得
10	御家汇	爽肤水瓶(金银花舒缓净妍爽肤水)	外观设计	ZL 201230386976.9	2012-08-16	受让取得
11	御家汇	精华液瓶（金银花舒缓净妍精华）	外观设计	ZL 201230387351.4	2012-08-16	受让取得
12	御家汇	包装管（洁面粉）	外观设计	ZL 201230390002.8	2012-08-16	受让取得
13	御泥坊	方瓶（御泥坊）	外观设计	ZL 201330057305.2	2013-03-08	原始取得
14	御泥坊	圆瓶（御泥坊）	外观设计	ZL 201330057184.1	2013-03-08	原始取得
15	御泥坊	方瓶瓶身	外观设计	ZL 201330076756.0	2013-03-22	原始取得
16	御泥坊	圆瓶瓶身	外观设计	ZL 201330076747.1	2013-03-22	原始取得
17	御泥坊	圆形瓶盖（1）	外观设计	ZL 201330076945.8	2013-03-22	原始取得
18	御泥坊	方形瓶盖（1）	外观设计	ZL 201330076782.3	2013-03-22	原始取得
19	御泥坊	方形瓶盖（2）	外观设计	ZL 201330076985.2	2013-03-22	原始取得
20	御泥坊	瓶（御泥坊）	外观设计	ZL 201330077124.6	2013-03-22	原始取得

序号	专利权人	专利名称	专利类型	专利号	申请日期	取得方式
21	御泥坊	包装盒（小方瓶）	外观设计	ZL 201330077123.1	2013-03-22	原始取得
22	御泥坊	包装盒（小圆瓶）	外观设计	ZL 201330076746.7	2013-03-22	原始取得
23	花瑶花	瓶（花瑶花）	外观设计	ZL 201330076861.4	2013-03-22	原始取得
24	花瑶花	卸妆油瓶（花瑶花）	外观设计	ZL 201330077463.4	2013-03-22	原始取得
25	花瑶花	瓶盖（花瑶花）	外观设计	ZL 201330077185.2	2013-03-22	原始取得
26	花瑶花	瓶身（花瑶花）	外观设计	ZL 201330077042.1	2013-03-22	原始取得
27	御泥坊	瓶盖	外观设计	ZL 201330397938.8	2013-08-20	原始取得
28	御家汇	瓶（御泥坊男士）	外观设计	ZL 201330566191.4	2013-11-21	原始取得
29	御家汇	瓶(御泥坊 100g 面膜)	外观设计	ZL 201430028790.5	2014-02-17	原始取得
30	小迷糊	瓶（小迷糊）	外观设计	ZL 201430566754.4	2014-12-29	原始取得
31	小迷糊	水乳瓶（小迷糊）	外观设计	ZL 201430558710.7	2014-12-09	原始取得
32	御家科技	镜子	外观设计	ZL 201530485270.1	2015-11-27	原始取得
33	御家制造	包装袋	外观设计	ZL 201730007207.6	2017-01-09	原始取得
34	御家制造	钥匙扣（梨子）	外观设计	ZL 201730059045.0	2017-03-03	原始取得
35	御家制造	面膜包装袋	外观设计	ZL 201630598844.0	2016-12-07	原始取得

3、著作权

截至本报告期末，发行人及其子公司拥有的著作权如下表所示：

（1）软件著作权

序号	名称	权利人	登记号	取得方式
1	基于 RFM 与客户保持模型会员重购分析系统	御家汇有限	2014SR171938	受让取得
2	大客户关系管理及分析系统	御家汇有限	2014SR171758	受让取得
3	二次营销渠道管理系统	御家汇有限	2014SR171936	受让取得
4	全网实时销售监控系统	御家汇有限	2014SR171909	受让取得
5	客户服务与会员管理整合系统	御家汇有限	2014SR171934	受让取得

序号	名称	权利人	登记号	取得方式
6	客服绩效激励系统	御家汇有限	2014SR171913	受让取得
7	御家科技电子商务物流配送平台	御家科技	2014SR168828	原始取得
8	御家科技智能数据实时分析系统	御家科技	2014SR168829	原始取得
9	御家科技电商渠道集中销售平台	御家科技	2014SR168844	原始取得
10	多媒体实时展示系统	御家科技	2015SRO12381	原始取得
11	知识百科分享平台	御家科技	2015SRO12385	原始取得
12	财务集中平台	御家科技	2015SR041599	原始取得
13	御泥坊 APP（Android 版）软件	御家科技	2015SR041604	原始取得
14	御泥坊 APP（iOS 版）软件	御家科技	2015SR041771	原始取得
15	御家科技电商渠道集中销售平台	御家科技	湘 DGY-2015-0027	原始取得
16	御家科技电子商务物流配送平台	御家科技	湘 DGY-2015-0028	原始取得
17	御家科技智能数据实时分析系统	御家科技	湘 DGY-2015-0029	原始取得

（2）美术作品

序号	名称	权利人	登记号	登记日期	取得方式
1	御泥坊及图	御家汇有限	国作登字-2013-F00098342	2013-07-25	受让取得
2	御家汇、拼音及图	御家汇有限	国作登字-2014-F-00156624	2014-08-28	受让取得
3	师夷家	御家汇有限	国作登字-2014-F-00156625	2014-08-28	受让取得
4	质感男人师夷家	御家汇有限	国作登字-2014-F-00156625	2014-08-28	受让取得
5	花瑶花及图	御家汇有限	国作登字-2014-F-00156623	2014-08-28	受让取得
6	花瑶花及图形	御家汇有限	国作登字-2014-F-00156623	2014-08-28	受让取得
7	“师夷家”书法体	御家汇有限	湘作登字：18-2014-F-0885	2014-07-01	受让取得
8	花瑶花图案作品	御家汇有限	湘作登字：18-2014-F-0884	2014-07-01	受让取得
9	御家小蘑菇计划	御家汇有限	国作登字-2013-F-00090235	2013-05-31	原始取得
10	花瑶花无添加及图形	花瑶花	国作登字-2013-F-00090094	2013-05-07	原始取得

序号	名称	权利人	登记号	登记日期	取得方式
11	花瑶花系列外盒	花瑶花	国作登字-2013-F-00095244	2013-06-24	原始取得
12	花瑶花及图形	花瑶花	国作登字-2013-F-00086985	2013-04-03	原始取得
13	小迷糊及图形	小迷糊	国作登字-2013-F-00090069	2013-04-26	原始取得
14	小梨子	小迷糊	国作登字-2015-F-00198306	2015-06-17	原始取得
15	御泥坊 小圆瓶包装盒	御泥坊	国作登字-2013-F-00095245	2013-06-24	原始取得
16	御泥坊 小方瓶包装盒	御泥坊	国作登字-2013-F-00095246	2013-06-24	原始取得
17	御泥坊 我的御用面膜	御泥坊	国作登字-2013-F-00093345	2013-05-27	原始取得
18	御泥坊 我的御用面膜	御泥坊	国作登字-2013-F-00090234	2013-05-31	原始取得
19	我的御用面膜 御用面膜	御泥坊	国作登字-2013-F-00090236	2013-05-31	原始取得
20	御泥坊图标	御泥坊	国作登字-2014-F-00148698	2014-08-27	原始取得
21	泥浆男	御泥坊	国作登字-2015-F-00198652	2015-06-30	原始取得
22	泥浆男	御泥坊	国作登字-2016-F-00284199	2016-07-12	原始取得
23	薇风包装图	香港薇风	国作登字-2017-F-00355008	2017-02-06	原始取得
24	御	御家汇	国作登字-2017-F-00355009	2017-02-06	原始取得
25	蘑菇侠	御家汇	国作登字－2016－F-00339476	2016-12-06	原始取得
26	御泥坊系列 logo	御家汇	国作登字-F-00379382	2017-04-12	原始取得
27	U 型保护	御家汇	国作登字-F-00455018	2017-04-21	原始取得

4、域名

截至本报告期末，发行人及其子公司拥有的域名如下表所示：

序号	域名	域名持有者	域名注册日期	域名到期日期

序号	域名	域名持有者	域名注册日期	域名到期日期
1	unifon.tw	御家汇	2016-11-17	2018-11-17
2	unifon.hk	御家汇	2016-11-17	2018-11-17
3	unifon.net.cn	御家汇	2016-11-17	2018-11-17
4	unifon.com.cn	御家汇	2016-11-17	2018-11-17
5	yunifang.cn	御家汇	2007-01-12	2020-01-12
6	yujiahui.com	御家汇	2009-11-10	2018-11-10
7	yunifang.mobi	御家汇	2010-03-10	2019-03-10
8	yunifang.com.cn	御家汇	2010-03-12	2019-03-12
9	yujiahui.net	御家汇	2010-10-16	2019-10-16
10	yujiahui.cc	御家汇	2010-10-16	2019-10-16
11	yujiahui.mobi	御家汇	2010-10-16	2019-10-16
12	yujiahui.hk	御家汇有限	2010-10-16	2020-10-16
13	yujiahui.org	御家汇	2010-10-16	2019-10-16
14	yujiahui.tv	御家汇	2010-10-16	2019-10-16
15	yujiahui.net.cn	御家汇	2010-10-19	2019-10-19
16	yujiahui.com.cn	御家汇	2010-10-19	2019-10-19
17	huayaohua.org	御家汇	2010-11-11	2019-11-11
18	huayaohua.hk	御家汇有限	2010-11-11	2020-11-11
19	huayaohua.net	御家汇	2010-11-11	2019-11-11
20	huipinpai.hk	御家汇有限	2010-11-11	2020-11-11
21	huipinpai.org	御家汇	2010-11-11	2019-11-11
22	huipinpai.net	御家汇	2010-11-11	2019-11-11
23	tantouyuni.hk	御家汇有限	2010-11-11	2020-11-11
24	huipinpai.com	御家汇	2010-11-11	2019-11-11
25	tantouyuni.org	御家汇	2010-11-11	2019-11-11
26	tantouyuni.net	御家汇	2010-11-11	2019-11-11
27	huayaohua.com.cn	御家汇	2010-11-12	2019-11-12
28	huipinpai.cn	御家汇	2010-11-12	2019-11-12
29	tantouyuni.com.cn	御家汇	2010-11-12	2019-11-12

序号	域名	域名持有者	域名注册日期	域名到期日期
30	御泥坊.中国	御家汇	2010-11-30	2019-11-30
31	御泥坊.cn	御家汇	2010-11-30	2019-11-30
32	hpinpai.com	御家汇	2010-12-16	2019-12-16
33	hpinpai.mobi	御家汇	2010-12-16	2019-12-16
34	hpinpai.cc	御家汇	2010-12-16	2019-12-16
35	hpinpai.tv	御家汇	2010-12-16	2019-12-16
36	hpinpai.org	御家汇	2010-12-16	2019-12-16
37	hpinpai.hk	御家汇有限	2010-12-16	2020-12-16
38	hpinpai.net	御家汇	2010-12-16	2019-12-16
39	hpinpai.com.cn	御家汇	2010-12-20	2019-12-20
40	hpinpai.cn	御家汇	2010-12-20	2019-12-20
41	huayaohua.com	御家汇	2011-03-05	2019-03-05
42	shiyijia.net	御家汇	2011-08-05	2019-08-05
43	huimeili.com.cn	御家汇	2011-09-02	2018-09-02
44	hmeili.cn	御家汇	2011-09-02	2018-09-02
45	hmeili.com.cn	御家汇	2011-09-02	2018-09-02
46	daiyuefeng.com	御家汇	2011-09-17	2018-09-17
47	huimeili.cc	御家汇	2011-09-19	2018-09-18
48	hmeili.net.cn	御家汇	2011-09-19	2018-09-19
49	hmeili.net	御家汇	2011-09-19	2018-09-19
50	hmeili.cc	御家汇	2011-09-19	2018-09-18
51	shiyijia.cn	御家汇	2012-01-19	2019-01-19
52	huimeili.net	御家汇	2012-02-15	2019-02-16
53	zhigannanren.com.cn	御家汇	2012-05-28	2019-05-28
54	zhigannanren.com	御家汇	2012-05-28	2019-05-28
55	zhigannanren.net	御家汇	2012-05-28	2019-05-28
56	zhigannanren.cn	御家汇	2012-05-28	2019-05-28
57	xiaomihu.com.cn	御家汇	2013-01-05	2019-01-05
58	yujiahui.cn	御家汇	2013-04-03	2022-04-03

序号	域名	域名持有者	域名注册日期	域名到期日期
59	tantouyuni.cn	御家汇	2013-09-09	2018-09-09
60	tantouyuni.com	御家汇	2013-09-09	2018-09-09
61	huipinpai.com.cn	御家汇	2013-09-22	2019-09-22
62	flograss.com	御家汇	2014-02-28	2019-02-28
63	flograss.cn	御家汇	2014-03-05	2019-03-05
64	meirongguanli.co	御家汇	2015-05-12	2019-05-12
65	wellfon.tw	御家汇	2016-01-20	2019-01-20
66	wellfon.hk	御家汇有限	2016-01-20	2019-01-20
67	wellfon.net	御家汇	2016-01-20	2019-01-20
68	wellfon.com.cn	御家汇	2016-01-20	2019-01-20
69	yunifang.hk	御家汇有限	2016-01-20	2019-01-20
70	yunifang.tw	御家汇有限	2016-01-20	2019-01-20
71	yunifang.com	御家汇	2005-11-11	2018-11-11
72	hmeili.com	汇美丽	2011-09-02	2018-09-02
73	xiaomihu.com	小迷糊	2008-04-06	2019-04-06
74	18yjh.com	御家科技	2015-07-28	2018-07-28
75	18yjh.cn	御家科技	2015-07-28	2018-07-28
76	xiaoxi.cn	御家汇	2014-06-19	2020-06-19
77	unifon.com	御泥坊	1998-03-31	2020-03-31

5、公司特许经营权情况

截至本报告期末，发行人及其子公司不存在特许经营情况。

（三）其他对发行人经营发生作用的资源要素

截至招股说明书签署日，发行人及其子公司存在被许可使用他人资源的情形。具体如下：

序号	许可人	被许可人	许可资源	许可方式	许可年限	合同履行情况
1	北京梦之	御家	商标：阿狸；	普通使用许可	2016-11-01 至	正在履

序号	许可人	被许可人	许可资源	许可方式	许可年限	合同履行情况
	城文化股份有限公司	制造	版权：阿狸及其伙伴们	（面膜／面膜粉品类为专有使用权）	2018-10-31	行
2	鲍斯有限公司	御家制造	吉姆•戴维斯（JimDavis）创作的漫画“加菲猫”（GARFIELD®）中经常出现的角色的图形形象，即“加菲猫”、“欧迪”、“乔恩”、“艾玲”、“毛毛”、“波基”，以及鲍斯批准并共使用的其他角色的图形图像	非独占许可	2017-02-01 至 2019-01-31	正在履行
3	德盈商贸（深圳）有限公司	御家制造	名为“B.Duck”（不包括其他 SEMK 公司旗下作品）的品牌中所刻画的虚构角色的名称、角色、标记、设计、肖像和视觉表现	非独家许可	2016-11-17 至 2018-08-16	正在履行

七、公司生产许可情况及化妆品备案办理情况

（一）化妆品生产许可证

御家制造已根据《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	证书编号	许可项目	发证单位	有效期	持证人
1	化妆品生产许可证	湘妆 20160012	一般液态单元（护肤水类）；膏霜乳液单元（护肤清洁类）	湖南省食品药品监督管理局	2021-12-8	御家制造

（二）质量管理体系认证

截至本招股说明书签署日，御家制造取得了以下质量管理体系认证：

序号	证书编号	评估范围	有效期	持证人
1	CN16/30217	护肤及洁面类化妆品的生产	2019-1-24	御家制造

2	CN16/30218	护肤及洁面类化妆品的生产	2019-1-24	御家制造
3	CN17/31095.01	化妆品的设计、制造和销售（包括面膜、润肤膏霜、爽肤水、润肤乳液、洁面奶、眼膜、鼻膜、眼霜、精华液）	2020-8-14	御家汇
4	CN17/31095.02	化妆品的设计、制造和销售（包括面膜、润肤膏霜、爽肤水、润肤乳液、洁面奶、眼膜、鼻膜、眼霜、精华液）	2020-8-14	御家制造
5	CN17/31095.03	化妆品的设计、制造和销售（包括面膜、润肤膏霜、爽肤水、润肤乳液、洁面奶、眼膜、鼻膜、眼霜、精华液）	2020-8-14	御泥坊
6	CN17/31095.04	妆品的设计、制造和销售（包括面膜、润肤膏霜、爽肤水、润肤乳液、洁面奶、眼膜、鼻膜、眼霜、精华液）	2020-8-14	御泥坊男士
7	CN17/31095.05	化妆品的设计、制造和销售（包括面膜、润肤膏霜、爽肤水、润肤乳液、洁面奶、眼膜、鼻膜、眼霜、精华液）	2020-8-14	花瑶花
8	CN17/31095.06	化妆品的设计、制造和销售（包括面膜、润肤膏霜、爽肤水、润肤乳液、洁面奶、眼膜、鼻膜、眼霜、精华液）	2020-8-14	师夷家
9	CN17/31095.07	化妆品的设计、制造和销售（包括面膜、润肤膏霜、爽肤水、润肤乳液、洁面奶、眼膜、鼻膜、眼霜、精华液）	2020-8-14	长沙薇风
10	CN17/31095.08	化妆品的设计、制造和销售（包括面膜、润肤膏霜、爽肤水、润肤乳液、洁面奶、眼膜、鼻膜、眼霜、精华液）	2020-8-14	小迷糊
11	CN17/31095.01	化妆品的设计、制造和销售（包括面膜、润肤膏霜、爽肤水、润肤乳液、洁面奶、眼膜、鼻膜、眼霜、精华液）	2020-8-14	御家汇
12	CN17/31095.02	化妆品的设计、制造和销售（包括面膜、润肤膏霜、爽肤水、润肤乳液、洁面奶、眼膜、鼻膜、眼霜、精华液）	2020-8-14	御家制造

（三）国产特殊用途化妆品许可批件情况

截至本报告期末，发行人及其子公司已获得 16 项国产特殊用途化妆品许可批件情况：

序号	产品名称	产品类别	批准文号	批件有效期
1	御泥坊美白嫩肤面膜	祛斑类	国妆特字 G20161044	2020-5-20
2	御泥坊美白嫩肤洁面乳	祛斑类	国妆特字 G20161045	2020-5-20
3	御泥坊美白嫩肤润肤乳	祛斑类	国妆特字 G20161046	2020-5-20
4	御泥坊美白嫩肤泥浆面膜	祛斑类	国妆特字 G20161047	2020-5-20
5	御泥坊美白嫩肤润肤水	祛斑类	国妆特字 G20161048	2020-5-20
6	御泥坊美白嫩肤睡眠面膜	祛斑类	国妆特字 G20161049	2020-5-20
7	御泥坊皙白透亮睡眠面膜	祛斑类	国妆特字 G20161221	2020-7-17
8	御泥坊皙白透亮柔肤乳液	祛斑类	国妆特字 G20161360	2020-8-29
9	御泥坊皙白透亮洁面乳	祛斑类	国妆特字 G20161361	2020-8-29
10	御泥坊皙白透亮柔肤水	祛斑类	国妆特字 G20161362	2020-8-29
11	御泥坊皙白透亮泥浆面膜	祛斑类	国妆特字 G20161363	2020-8-29
12	小迷糊皙白雪肌精华水	祛斑类	国妆特字 G20170049	2021-2-20
13	小迷糊皙白雪肌精华乳液	祛斑类	国妆特字 G20170046	2021-2-20
14	小迷糊皙白雪肌睡眠面膜	祛斑类	国妆特字 G20170048	2021-2-20
15	小迷糊嫩白亮颜幼滑面膜	祛斑类	国妆特字 G20170047	2021-2-20
16	小迷糊皙白细润雪肌面膜	祛斑类	国妆特字 G20170861	2021-11-21

（四）非特殊用途化妆品备案情况

截至本报告期末，发行人及其子公司已获得 943 项国产非特殊用途化妆品备案及 19 项进口非特殊用途化妆品备案。详情参见附件二《国产非特殊用途化妆品备案》及附件三《进口非特殊用途化妆品备案凭证》。

（五）发行人已取得作为化妆品生产销售厂商所必需的生产资质

1、化妆品生产相关法律法规规定需取得的资质

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》的规定，从事化妆品生产需取得《化妆品生产企业卫生许可证》。

根据国家食品药品监督管理局《关于印发国产非特殊用途化妆品备案管理办法的通知》，自2011年10月1日起首次投放市场的国产非特殊用途化妆品，应当按照《国产非特殊用途化妆品备案管理办法》的有关要求在产品投放市场后2个月内备案。

根据国家食品药品监督管理总局《关于调整化妆品注册备案管理有关事宜的通告》（2013年第10号），自2014年6月30日起，国产非特殊用途化妆品生产企业应当在产品上市前，按照《国产非特殊用途化妆品备案要求》，对产品信息进行网上备案。

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》的规定，生产或销售的特殊用途化妆品必须取得批准文号。

2、发行人及其子公司取得的生产资质

御家制造于2015年1月取得《化妆品生产企业卫生许可证》，在此之前，发行人销售的化妆品均为委外生产，报告期内，发行人的委托加工厂商均已取得化妆品生产资质。

根据《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》（2015年第265号），2016年12月9日，御家制造完成原《化妆品生产企业卫生许可证》的换证手续，取得了湖南省食品药品监督管理局颁发的《化妆品生产许可证》（编号：湘妆20160012号）。

截至报告期末，发行人及其子公司共获得了943项国产非特殊用途化妆品备案，取得了16项国产特殊用途化妆品行政许可批件。

3、发行人生产销售化妆品合法合规

发行人及其子公司就开展化妆品生产销售业务已取得各食品药品监督管理部门、工商行政部门出具的证明文件，确认发行人及其子公司报告期内不存在因违反化妆品监督管理相关法律法规被主管政府部门处罚的情形。

综上，发行人已取得作为化妆品生产销售厂商所必需的生产资质。

（六）御泥坊 APP

1、御泥坊 APP 的运营模式

湖南御泥坊化妆品有限公司（发行人全资子公司，以下简称“御泥坊”）拥有“御泥坊”的商标，其将“御泥坊”商标授权给湖南御家化妆品制造有限公司（以下简称“御家制造”）使用，并与御家制造签订采购协议，御家制造自行或委托外协加工厂商生产“御泥坊”系列产品，御泥坊采购御家制造生产的成品后，通过御泥坊运营的“御泥坊APP”（链接为www.yunifang.com）销售给消费者，并通过第三方支付工具实现价款结算。

2、御泥坊APP无需取得《增值电信业务许可证》

御泥坊运营御泥坊APP系在公用通信网和互联网上建立自身网络平台直接销售自有品牌产品，过程中并未向第三方提供“在线数据处理与交易处理业务”、“信息服务业务”等增值电信业务服务。

根据《商务部办公厅关于外商投资互联网、自动售货机方式销售项目审批管理有关问题的通知》（商资字[2010]272号）规定，御泥坊通过“御泥坊APP”销售其自有品牌的产品，无需申请取得《增值电信业务许可证》，仅需办理互联网网站备案手续。

根据电信业务主管部门的复函，御泥坊实现自身生产、委托外协加工厂商生产或买断其关联方生产的“御泥坊”品牌产品网上信息发布、销售业务的模式，不属于《电信业务目录》的业务范畴，无需办理增值电信业务经营许可证，但相关网站应该进行互联网网站备案。御泥坊APP已办理互联网网站备案手续，备案号为：湘ICP备13006696号-1。

3、御泥坊向第三方服务商采购短信发送服务实现向御泥坊APP注册用户发送短信，第三方服务商已取得《增值电信业务许可证》。

八、本公司的技术研发情况

（一）本公司主要产品或服务的核心技术

截至本招股说明书签署日，公司拥有的主要核心技术如下：

序号	核心技术名称	先进行水平	先进行水平依据	技术特点	相关产品的应用	来源
1	一种无添加天然美白化妆品及其制备方法	行业先进	已申请专利：201310159734X	本发明的无添加天然美白化妆品完全不添加防腐剂、人工色素、香精香料、矿物油等对皮肤有不良影响的化工成分，所用原料95%从自然界中提取，所用美白功效原料是从稻米中提取，安全无刺激，是一种天然无添加美白化妆品。	谷米美白亮肤蚕丝面膜；谷米透亮眼膜贴；谷米丝透亮颜面膜等	自主创新（公司特有技术）
2	一种含黑茶提取物的天然抗衰老化妆品及其制备方法	行业先进	已申请专利：201310341329X	本发明利用黑茶中的强抗氧化成分茶多酚配合苹果多酚黄酮和肌肽，共同抗氧化，阻断皮肤各种自由基氧化反应，通过生物多糖胶-4 在皮肤表面形成一层保护膜，抵抗外界侵袭，通过豌豆提取的植物肽和野大豆蛋白刺激真皮内胶原蛋白生成，减少皱纹。通过以上三点共同防护，抗衰老效果良好，安全不刺激。	男士黑茶控油矿物保湿露；男士黑茶控油矿物爽肤水；男士黑茶控油矿物洁面乳；黑茶修护新生矿物眼膜贴；黑茶清爽控油矿物泥浆面膜等	自主创新（公司特有技术）
3	一种温和保湿面贴膜	行业先进	已申请专利：201410480159 8	本发明所述温和保湿面贴膜成分温和，所添加防腐剂量少，并添加多种抗敏剂组合，不会对肌肤造成刺激，锁水保湿成分可迅速渗透肌肤，同时使肌肤和受损肌肤进行补水和修复，补充肌肤所需能量和水分，保湿能力强，温和不刺激。	玫瑰滋养面膜贴；玫瑰滋养矿物蚕丝面膜；玫瑰水润矿物蚕丝面膜；柔白紧致矿物红石榴面膜；红石榴矿物蚕丝面膜；红石榴抗氧化矿物蚕丝面膜等	自主创新（公司特有技术）
4	一种罗马洋甘菊精油亚微米脂质粒及其制备方法	行业先进	申请专利已受理：201510331703 7	本发明的罗马洋甘菊精油亚微米脂质粒呈浅黄色半透明状半固态，稳定性高，冷水分散后透明泛蓝，可与化妆品配方任意互配，该制备方法简单可控，重复性好。本发明有效的解决了罗马洋甘菊精油在化妆品应用过程中的稳定性、易挥发性以及容易透过皮肤进入血液系统的问题。	金银花舒缓润妍精油睡眠面膜等	自主创新（公司特有技术）
5	一种薄荷精油脂质微粒及其制备方法和应用	行业先进	申请专利已受理：201510113442 1	本发明公开一种薄荷精油脂质微粒及其制备方法和应用，薄荷精油脂质微粒由活性成分薄荷精油、脂质、乳化剂、助乳化剂和稳定剂组成。本发明的薄荷精油脂质微粒呈黄色或淡黄半透明状，稳定性高，冷水分散后透明泛蓝，光照一个月仍不变色，可与化妆品配方任意互配；该制备	师夷家祛痘净颜笔	自主创新（公司特有技术）

序号	核心技术名称	先进行水平	先进行水平依据	技术特点	相关产品的应用	来源
				方法简单可控，重复性好。		
6	高吸油性高岭土及其制备方法和应用	行业先进	申请专利已受理：201611129830X	本发明涉及一种高吸油性高岭土及其制备方法和应用，用该制备方法得到的高吸油性高岭土制备的矿物泥浆面膜，控油效果更佳，通常会比普通面膜控油效果好。	御泥坊蜂蜜水莹甜润矿物泥浆面膜、御泥坊黑玫瑰璀璨亮颜矿物泥浆面膜等	自主创新（公司特有技术）
7	化妆品组合物及其应用和化妆品精华液	行业先进	申请专利已受理：201610566011 5	本发明涉及一种化妆品组合物及其应用和化妆品精华液。各个活性组份之间对肌肤具有协同增效保护作用，通过对肌肤的多重保护共同起到抵御外源性环境伤害的作用。	师夷家男士冰火多效激活水	自主创新（公司特有技术）

报告期内，应用上述核心技术生产的产品销售收入占营业收入的比例为25.75%、41.39%和45.35%。

（二）公司研发流程

研发阶段	具体描述
开发立项阶段	环节 1：研发部门需参与此阶段的概念合规性和技术可行性的评估工作。
设计开发阶段	环节2：编制产品开发计划 研发部门在接到企划部的产品开发立项书后，首先应进行研发输入评审，确认能够满足设计开发要求后，由研发部门产品开发管理者进行项目分派，各配方师作为该项目的配方负责人。
	环节3：配方设计开发 （1）配方负责人在设计配方时，应遵守国家行业法律法规，选择使用符合法规要求的化妆品原料，杜绝使用化妆品禁用成份，严格控制配方中的化妆品限用物质含量。 （2）在满足产品开发要求并保证产品质量的前提下，应尽可能地选择对环境友好、可持续再生、性价比高、符合实际需求的原材料，同时应尽可能地选择环保的生产工艺，为企业节约生产成本。 （3）为了使开发立项书中对于产品开发要求的描述更为直观，企划部门需向研发提供相应的参考样品或详细的需求，便于配方负责人能够更好地把握产品的最终形态和使用感觉，有利于缩短开发周期。 （4）配方负责人应根据产品开发计划合理安排配方试验，同时应作好相应记录。根据产品开发要求，将配方调整至基本符合要求后，对样品进行实验室基本测试和初步评价，测试合格后将配方样品提供给企划部门。

研发阶段	具体描述
	环节 4：配方确认 （1）企划部门在收到配方样品后，应及时组织测试评估并反馈配方调整意见，配方负责人根据反馈意见进行配方调整试验，最终经双方沟通确认直至配方样品满足要求。 （2）配方确认后，由企划部门向研发部门出具书面的配方确认函，即完成产品配方的确认过程。配方确认函中需注明完整且正确的产品名称、配方编号、确认日期以及相关人员的确认签名。
	环节 5：实验室技术测试 （1）经企划部门确认后的产品配方，应参考化妆品行业相关标准的要求对配方样品进行实验室技术测试，主要包括感官指标、理化指标及耐热耐寒稳定性测试等。 （2）在实验室评价测试阶段若发现异常，应及时进行研究分析，根据研究结果对产品配方组成作出相应调整或改变，直至样品通过测试。 （3）新的产品配方需重新提供样品给市场部进行确认。
中试验证阶段	环节 6：中试 （1）实验室评价测试结束后，配方负责人应根据测试结果及时编制产品。中试申请技术文件并提交审批。审批通过后，由负责人将中试技术文件进行汇总并移交研发工艺，作为中试准备的输入。 （2）研发部门工艺在接到中试要求后，由工艺研究室编制中试工艺文件。 （3）研发部门工艺负责协调和安排产品中试，中试过程应保留记录以备查询和参考。
	环节7：稳定性、相容性技术测试 （1）中试完成后需进行产品配方的稳定性以及产品内容物和包装组合的相容性测试。 （2）稳定性和相容性测试合格后，由研发部工艺和包材分别出具书面的测试合格报告，并反馈给相关部门。 （3）若测试过程中发现异常，应及时进行工艺研究分析，调整方案后再次进行中试。 （4）若研究分析结论认为，解决问题的有效途径为改变原有产品配方组成，则转至环节3，并对新的产品配方进行重新确认、测试和中试。
	环节8：试生产评审 产品开发计划与产品上市计划应保持协调，若两者之一发生变更或调整时，都应评审其影响并对另一计划做出相应变更或调整。若由于中试变更导致原开发计划的延迟，需评审变更开发计划对产品上市计划的影响，视影响程度作出相应的调整措施，并及时进行计划的更新。
	环节 9：技术移交 中试验证顺利完成，且产品稳定性和相容性测试通过后，由研发部门工艺完成中试总结和产品配制工艺的修订，并移交工厂工艺。
开发总结阶段	环节 10：试生产 工厂主导产品的试生产验证过程，研发可根据情况同时参与试生产过程。试生产验证过程可以进行几批，用于生产设备和工艺参数的调整，为

研发阶段	具体描述
	批量生产提供保障。
	环节 11：产品开发总结 在产品试生产顺利完成后，研发部门应及时对产品的整个开发过程作总结，并形成产品档案，进行统一归档保存。

（三）公司研发费用及研发团队情况

1、本公司的研发费用情况

本公司报告期内的研发费用及占营业收入的比例如下表所示：

单位：万元

项　目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
研发费用	3,707.61	3,036.55	1,343.58
营业收入	164,639.99	117,089.27	76,872.25
占营业收入比例	2.25%	2.59%	1.75%

2、研发费用明细情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
工资薪酬	2,039.54	1,160.85	787.00
直接投入	1,271.21	1,525.14	448.41
折旧费用与长期费用摊销	188.16	123.28	47.71
设计费用	68.32	62.26	-
无形资产摊销	20.35	20.44	27.48
其他费用	120.04	144.58	32.98
合计	**3,707.61**	**3,036.55**	**1,343.58**

发行人研发费用逐年上升主要系公司为满足生产及研发需要、扩充研发团队、加大自主研发投入、储备研发资源所致。

主要研发投入涉及天然植物抗氧化剂的开发及其应用研究、新防腐体系在配方中的应用研究、木糖醇保湿护肤品的研究、固态外观的卸妆类型的开发和应用研究、具有抵抗环境伤害功能的化妆品的研究、信息系统及相关等具体项目。

公司研发项目集中于未来产品储备研发和 IT 信息系统研发两个方面，与公司护肤品研发、生产和销售的主营业务相匹配，同时公司主要以线上销售为主，IT 信息系统的研发与公司销售渠道特点相匹配。

3、同行业研发费用水平及对比

单位：%

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
	研发费占营业收入比例	研发费占营业收入比例	研发费占营业收入比例
上海家化	2.46	2.34	2.24
丽人丽妆	-	-	-
珀莱雅	3.50	4.57	3.18
毛戈平	0.78	1.00	0.95
丸美股份	-	2.05	1.94
平均值	**2.25**	**2.49**	**2.08**
公司	**2.25**	**2.59**	**1.75**

注：同行业可比公司数据取自 wind 及预披露招股说明书。由于可比公司暂未披露 2017 年年度报告，其数据为截至 2017 年 6 月 30 日的财务数据。

2014 年发行人主要研发中心成立，研发投入较小，后续年度均保持了较快增长，符合其实际经营需要，与同行业研发费用相比不存在重大差异。

4、本公司的研发团队

公司拥有专业性强且运作高效的技术研发团队，包括基础研究实验室、产品开发实验室、工艺开发研究室、功效测评室、包材实验室为主的五个专业小组，专门从事公司产品的研究开发工作，研发了多项行业领先的核心技术，并参与起草制定了《面膜》（QB/T 2872-2017）行业标准。截至本报告期末，公司产品研发团队共有 98 人。研发团队成员均拥有丰富的产品研究开发经验，多人具备硕士及以上学历。报告期内公司核心技术人员和研发团队较为稳定，自成立以来未发生过重大不利变动。

项目	2017 年末	2016 年末	2015 年末
核心技术人员数量	11	7	6

项目	2017 年末	2016 年末	2015 年末
占研发人员总数的比例	11.22%	14.00%	13.04%
研发人员数量	98	50	46
占员工总数的比例	8.80%	5.11%	5.01%

发行人核心技术人员名单：

序号	姓名	职务
1	何广文	董事、副总经理
2	康文术	资深研发工程师
3	闫加雷	高级研发工程师
4	俞勇	高级研发工程师
5	陈维	高级研发工程师
6	徐宁	高级工艺工程师
7	欧健	高级研发工程师
8	蒋挺	高级研发工程师
9	马洁	研发工程师
10	张艳飞	研发工程师
11	颜少慰	研发工程师

5、目前正在从事的技术研发项目及进展情况

为了提高公司在研发领域的竞争力，公司目前已组织相关研发团队进行下列项目的研发：

项目名称	内容与目标	研发方式	项目进展
天然植物抗氧化剂的开发及其应用研究	通过对油茶籽饼中的物质进行分离提纯，提取出具有抗氧化效果的天然提取物。	自主研发	研究阶段
皮脂调控因子的技术研究及其应用开发	通过对不同皮脂调控技术进行研究，将不同调节机理的皮脂调控活性物进行复配组合，形成高效的皮脂调控因子，应用到产品当中。	自主研发	研究阶段
高效复合美白因子的研究及其应用开发	通过将不同机理的美白活性物进行组合，开发出高效的复合美白因子组合，应用到产品当中。	自主研发	研究阶段
信息分享方法和装置	通过获取分享控件所封装的分享参数，根据分享参数新增与分享入口名称对应的分享	自主研发	研究阶段

	入口，无需对浏览器进行升级就可以实现新增分享入口，为信息分享提供更多的分享途径，极大的提高了用户操作的便利性。		
贴片式面膜模板构建方法与系统	提供一种贴片式面膜模板构建系统方法与系统，获取用户图像数据，用户图像数据携带用户脸部图像以及预设参照物图像，获取预设参照物在用户图像数据中的尺寸数据，计算图像缩放比，根据图像缩放比以及用户图像数据获取用户脸部 2D 图像数据，将用户脸部 2D 图像数据转换为用户脸部 3D 图像数据，根据用户脸部 3D 图像数据，构建针对用户的贴片式面膜模板。	自主研发	研究阶段
具有皮肤收紧作用的护肤品的研究和开发	将不同紧致作用的活性物进行组合复配，开发出具有皮肤收敛收紧作用的功效活性物组合，应用到产品当中。	自主研发	研究阶段
一组抗敏组合物的研发及其化妆品中的应用研发	通过对不同抗敏活性物的作用机理进行研究，将多种活性物进行复配组合，使得该组合物能针对皮肤产生敏感的不同靶点进行多途径抑制，并将该组合物应用于产品当中，降低产品的整体过敏率，提升产品的使用好感度。	自主研发	研究阶段
新型易剥型脱泥浆护肤品的研发	市面上传统的泥浆型面膜在敷用过后存在清洗不佳，不易剥脱的弊端。本项目旨在通过对配方的重新研究和开发，研发出一种能迅速剥脱，快速清洁的泥浆型面膜产品，形成具有产品差异化和特点的泥浆面膜新产品。	自主研发	研究阶段

（四）与其他机构合作研发情况

序号	合作方	主要内容	研究成果分配方案	保密措施
1	中南大学	御家制造委托中南大学研究开发山茶籽抗氧化成分分离制备及抗氧化性能测试项目，中南大学接受委托并进行此项研究开发工作。	中南大学提交研究成果后，无论御家制造是否决定继续后续合作，该成果属于御家制造所有。	对于研发成果所涉及的全部信息，包括但不限于技术参数、研发方案、技术秘密、材料配方等，双方应严格保密，不得向任何第三方披露，否则泄密方应承担给对方造成的全部损失。
2	中国农业科学院麻类研究所	御家制造委托中国农业科学院麻类研究所开发新原料磷脂酵素新原料开发项目，中国农业科学院麻类研究所接受委托并进行此项研究开发	中国农业科学院麻类研究所提交研究成果后，御家制造在合同期内享有该技术成果的独家使用权，合	对于研发成果所涉及的全部信息，包括但不限于技术参数、研发方案、技术秘密、材料配方等，双方应严格保密，不得向任何第三方披露，否则泄密方应承担给对方造成的全部损失。

		工作。	同期结束后拥有优先使用权。	

九、发行人境外生产经营情况

（一）境外采购与销售情况

截至本招股说明书签署日，公司在香港、台湾、韩国设立多家分子公司，基本情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人参控股公司情况”。

公司境外业务主要集中于香港和台湾地区。报告期内，上述子公司中实际开展运营的为香港薇风、香港御妍、香港御家韩美和御家汇韩国。报告期内，上述四家公司主营业务收入占公司主营业务收入的比重分别为 0.24%、2.80%和12.93%，占比较低。境外业务主要为采购“丽得姿”、“城野医生”产品，并出售给境内消费者。

（二）境外业务流程

1、香港薇风

香港薇风委托台湾加工厂家生产“薇风”品牌面膜，通过线上线下经销商或者自营渠道出售给终端消费者。

2、香港御家韩美

香港御家韩美采购“丽得姿”、“城野医生”品牌护肤品，通过其在天猫国际中开设的虚拟店铺“LEADERS 海外旗舰店”（网址：https://leaderscos.tmall.hk/）“DrCiLabo 海外旗舰店”（https://drcilabo.tmall.hk/）以及其他线上经销商出售给终端消费者。

3、香港御妍

香港御妍主要通过台湾御妍开展经营活动，台湾御妍委托台湾加工厂家生产台湾“御泥坊”品牌面膜，主要通过线上线下经销商出售给台湾地区消费者。

4、御家汇韩国

御家汇韩国主要通过跨境电子商务平台“小红书”向中国大陆地区消费者销售“丽得姿”产品。

（三）境外业务合法合规情况

根据境外律师出具的法律意见书，报告期内公司境外子公司与分公司均合法合规经营，未受到当地主管机关的行政处罚。

十、发行人未来发展与规划

（一）公司业务发展战略

自公司设立以来，以创建优秀民族护肤品品牌为宗旨，“御泥坊”已拥有一定的品牌知名度。公司的整体发展战略是继续发挥公司在护肤品行业线上渠道的优势，把握化妆品行业特别是护肤品行业快速发展的机遇，成为业内领先护肤品企业的代表。

1、发展战略

（1）长期发展战略

公司以“让人类享受肌肤之美”为企业使命，致力于不断提升护肤品研发能力，根据市场趋势和客户需求不断开发创新产品配方和产品系列。公司未来将进一步加强营销渠道的建设，加强产品研发，加大品牌宣传与推广力度，加强信息化建设，全面提升产品品质，进一步开拓国内外市场，成为业内领先的护肤品企业。

（2）近期发展目标

公司计划在未来三年内，确保公司营业收入和净利润保持持续、稳定增长。巩固提高“御泥坊”护肤品品牌的市场地位和市场占有率，培育更多销售收入过亿品牌，成为中国领先的民族护肤品品牌。

公司的近期发展目标为：

①建成高质量标准的研发与质量管理检测中心，公司研发和质量检测等各方面都将得到较大提升。

②根据市场需求，进一步完善公司信息化网络平台的建设，全面导入研发、生产、营销信息化系统，提升精细化管理能力。

③完成现有系列产品的升级和更新换代，有序拓展品牌，进一步满足消费者的诉求，并进一步加快化妆品研发项目的成果转化率，提高研发效率。

④进一步扩展和完善全国营销网络布局，加大对专营店渠道的投入，提高产品覆盖率，构建立体化销售渠道。

2、主要发展计划

（1）品牌、产品拓展计划

公司实行多品牌发展战略来满足不同类型消费者的护肤需求，通过内涵式培育和外延式收购方式实施多品牌计划。同时，公司通过继续扩大宣传投入，充分发挥线上及线下媒体作用，聘请符合公司品牌形象气质的代言人，来提升品牌知名度、美誉度，适时进行品牌升级，提升品牌形象。

产品拓展方面，公司一方面不断进行产品创新并致力于优化产品配方，另一方面通过市场调研了解消费者不断变化的消费需求，拓展新产品品类进入新的细分市场，为公司注入持续的发展动力。

（2）信息化建设计划

近年来，公司业务规模扩展迅速，现有的信息化管理系统容量已无法满足数据统计的要求，不能适应日益复杂的管理需要。公司将全面加强信息化建设，进一步加强内部管理能力和对整条产业链的控制能力，不断提高公司信息化水平。公司将以实现公司战略为主导思想，通过升级现有的信息化管理系统并引入新的管理模块，进一步加强内部管理能力和产业链的控制能力，为生产、采购、营销、质量控制、设备管理等提供综合全面的信息网络管理，从而实现业务上的高效运营和管理上的宏观掌控，进一步提升公司的市场竞争力。

（3）营销渠道建设计划

公司将继续巩固在线上网络渠道既有优势，逐步拓展线下渠道，完善公司“线上线下相结合”的营销策略，计划主要包括：继续拓展线上渠道，加大对于优势

电商平台的合作力度；顺应移动互联网的发展趋势，升级改造御泥坊 APP；逐步加强线下渠道建设，推动产品进入大型超市、化妆品专营店等渠道，试验体验式营销，深耕重点省份。同时，发行人将逐步拓展海外市场，尝试进行国际化。

（4）产品研发计划

公司计划继续加大研发力度，进一步提升产品品质，具体计划为：继续加大研发投入比例，提高研发成果含金量，缩短研发周期等，切实提升研发投入效率。研发项目将重点应用于针对中国人肤质的研究，更好地满足中国消费者的需求，更好地将国际性的创新技术与中国的市场实际相结合，满足消费者对产品环保性和安全性的需求。公司将建立产品研发和质量管理检测中心，从产品配方、工艺开发、功效测评、包材研发方面，进一步强化公司的研发能力。公司将借助科研机构的力量提升原料品质，并逐步提高护肤品原料质量、标准和研发的门槛，进一步提升品牌形象。

（5）人员发展计划

公司将不断拓宽人才招聘渠道，积极引进适合本公司发展的专业人才和管理人才。伴随业务的进一步发展，公司将需要不断聘请具有丰富行业经验的中高层管理人员和技术人员。公司会建设合适的录用制度，调动人才的积极性，找寻最适合企业需求的优秀人才，并努力为人才搭建能发挥其才干的平台。

（二）拟定计划依据的假设条件及主要困难

1、假设条件

公司上述的发展计划是基于本公司现有业务规模、市场地位、发展趋势等各方面因素综合制定的，其拟定依据了以下假设条件：

（1）国内外的政治、经济、法律和社会环境稳定，宏观经济保持良好的发展态势，无重大不利变化。

（2）公司所遵循的现行法律、法规以及国家有关行业政策不会发生对公司业务造成重大不利影响的改变。

（3）本次股票发行顺利完成，募集资金按时到位，募集资金投资项目进展顺利。

（4）公司所处行业及市场处于正常的发展状态，不会出现重大的市场突变情形。

（5）无其他不可抗力因素或不可预见因素对公司造成重大不利影响。

2、主要困难

实施上述目标需要大量的资金，且本次发行后本公司资产规模迅速扩张，本公司在制订与控制经营计划方面、快速提高内部管理水平方面、资源配置特别是资金管理和内部控制等方面都将面临较大的挑战。上述计划的实施过程中可能会遇到以下几个困难：

（1）国内护肤品市场竞争压力不断加剧，如果公司不能及时筹集资金加强营销渠道及品牌建设，可能影响公司整体战略规划的顺利实施。

（2）信息管理系统升级过程需要一定的适应和磨合阶段，如果系统与经营管理不能顺利实现对接，将对系统的使用效率和效果造成一定影响，甚至造成资源浪费。

（3）人才是公司事业可持续发展的基础和动力。公司在产品研发以及营销网络建设、品牌推广等方面都离不开人才的支持，因此如果公司不能稳定现有的专业团队并及时根据业务的发展聘用到合适人才，将可能影响公司上述计划的实施。

（三）确保实现上述计划拟采用的方式、方法或途径

第一，公司本次发行股票为实现上述业务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，充分整合公司现有营销资源，发挥品牌优势和线上渠道优势，增强公司的竞争力。

第二，公司将严格按照上市公司的要求规范运作，进一步加强公司内部管理，提高管理水平，在严格控制成本和费用的同时不断提高产品质量。

第三，提高公司的品牌知名度和市场影响力，充分利用公司资源，积极开拓市场，进一步增强公司产品的竞争力、提高公司产品的性价比，从而进一步提高公司产品的市场占有率。

第四，按照人员扩充计划，加快对优秀人才尤其是专业技术人才和管理人才的引进，不断提高员工素质，努力打造优秀的技术和管理团队，提高公司的人才竞争优势。

（四）发展计划与现有业务的关系

本公司上述业务发展计划是在现有业务的基础上延伸制定的发展计划，是对公司现有业务的进一步扩展。

公司将通过加强产品的研发设计和质量管控能力、拓展和巩固营销网络、提升信息化水平、加大品牌宣传投入，从而达到增强产品竞争力、提升产品市场占有率的目标。上述发展目标若得以实现，不仅将进一步扩大公司的资产规模，还将提升公司研发设计能力、推进公司产品结构优化、实现营销网络规模的扩大、提高公司品牌价值，从而全面提升公司的核心竞争能力，将公司打造成为具有较强竞争力的中国护肤品领军企业。

（五）发行人声明

公司在完成本次公开发行股票并上市后，将通过定期报告持续公告上述规划的实施情况和公司发展目标的实现情况。

第七节 同业竞争和关联交易

一、独立性

（一）资产完整

公司拥有与生产经营有关的生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的房屋、机器设备、注册商标、专利、软件著作权的所有权或使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统。公司资产权属清晰、完整，对所有资产拥有独立的控制和支配权，没有以资产、权益或信誉为股东的债务提供担保，不存在资产、资金被控股股东违规占用而损害公司利益以及对股东及其他机构依赖的情形。

（二）人员独立

公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员均未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、执行事务合伙人以外的其他职务，且均未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司的财务人员也未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立

公司已设立独立的财务部门，配备了专职的财务会计人员，并已建立了独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的管理制度；公司独立设立银行账户，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况；公司的财务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。

（四）机构独立

公司建立健全了内部经营管理机构，独立行使经营管理职权，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业未有机构混同的情形。

（五）业务独立

公司具有独立的生产、供应、销售业务体系，独立签署各项与其生产经营有关的合同，独立开展各项生产经营活动，公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

保荐机构核查意见：发行人资产完整，业务及人员、财务、机构独立，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争，以及严重影响发行人独立性或者显失公允的关联交易。发行人在招股说明书中关于自身独立经营情况的表述内容真实、准确、完整。

二、同业竞争

（一）本公司不存在同业竞争情况

公司主要从事护肤品的研发、生产和销售。经营范围为：计算机软件销售；信息技术咨询服务；计算机技术咨询；计算机网络系统工程服务；计算机技术开发、技术服务；化妆品零售；日用品销售；清洁用品销售；家用电器零售；化工原料（监控化学品、危险化学品除外）销售；生物技术开发服务；电子产品生产；电子产品零售；企业管理咨询服务；广告制作服务；广告发布服务；广告国内代理服务；广告设计；化妆品的研发。（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）

戴跃锋先生直接持有公司 12.61%的股份，并通过御家投资和汀汀咨询间接控制公司 45.89%的股份，为公司的实际控制人。截至本招股说明书签署日，上述股东均未从事与公司相同或相似的业务，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争。

（二）避免同业竞争的承诺

公司控股股东御家投资和实际控制人戴跃锋作出不可撤销的承诺如下：

（1）在本承诺函签署之日，本人/本企业及所控制的企业和拥有权益的企业均未生产、开发任何与御家汇产品构成竞争或可能竞争的产品，未直接或间接经

营任何与御家汇经营的业务构成竞争或可能竞争的业务，也未参与投资任何与御家汇生产的产品或经营的业务构成竞争或可能竞争的其他企业。

（2）自本承诺函签署之日起，本人/本企业及所控制的企业和拥有权益的企业将不生产、开发任何与御家汇产品构成竞争或可能竞争的产品，不直接或间接经营任何与御家汇经营的业务构成竞争或可能竞争的业务，不参与投资任何与御家汇生产的产品或经营的业务构成竞争或可能竞争的其他企业。

（3）自本承诺函签署之日起，如御家汇进一步拓展其产品和业务范围，本人/本企业及所控制的企业和拥有权益的企业将不与御家汇拓展后的产品和业务相竞争；若与御家汇拓展后的产品和业务相竞争，本人/本企业及所控制的企业和拥有权益的企业将采取以下方式避免同业竞争：1）停止生产或经营相竞争的产品和业务；2）将相竞争的业务纳入御家汇经营；3）向无关联关系的第三方转让该业务。

（4）如本承诺函未被遵守，本人/本企业将向御家汇赔偿一切直接或间接损失。

三、关联方、关联关系及关联交易情况

根据《公司法》、《企业会计准则》、《上市公司信息披露管理办法》和证券交易所颁布的相关业务规则等相关规定，截至本招股说明书签署日，公司的主要关联方包括：

（一）关联自然人

1、实际控制人

戴跃锋先生直接持有公司 12.61%的股份，并通过御家投资和汀汀咨询间接控制公司 45.89%的股份，为公司的实际控制人。

2、持有公司 5%以上股份的其他自然人股东

刘海浪最近 12 个月内曾持有公司 5.63%的股份，为持有公司 5%以上股份的自然人股东。

3、控股股东的董事、监事和高级管理人员

本公司控股股东御家投资执行董事为戴跃锋，经理为曾坤连，监事为覃瑶莹。

4、公司的董事、监事和高级管理人员及其关系密切的家庭成员

本公司的董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员为本公司的关联方。关系密切的家庭成员，是指在处理与本公司、本公司控股股东、实际控制人的交易时可能影响该个人或受该个人影响的家庭成员。

公司董事、监事、高级管理人员参见本招股说明书“第八章　董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”。

（二）关联法人

1、控股股东

公司控股股东为御家投资，其直接持有公司 31.34%的股份。控股股东介绍详见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“五、控股股东与实际控制人基本情况”。

2、持股 5%以上的法人股东及其一致行动人

公司持有 5%的法人股东为汀汀咨询、御投投资、深创投及红土创投，其分别持有公司 14.55%、7.95%、7.09%和 2.36%的股权，深创投与红土创投为一致行动人。汀汀咨询、御投投资、深创投、红土创投基本情况详见本招股说明书“第五节　发行人基本情况”之“二、持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况”。

3、控股子公司与参股公司

公司控股子公司与参股公司如下表所示：

序号	公司名称	持股比例
1	湖南御泥坊化妆品有限公司	御家汇持股 100%
2	湖南御家化妆品制造有限公司	御家汇持股 100%

序号	公司名称	持股比例
3	湖南御家科技有限公司	御家汇持股 100%
4	湖南师夷家化妆品有限公司	御家汇持股 100%
5	长沙小迷糊化妆品有限公司	御家汇持股 100%
6	湖南汇美丽电子商务有限公司	御家汇持股 100%
7	湖南花瑶花化妆品有限公司	御家汇持股 100%
8	湖南御家化妆品有限公司	御家汇持股 100%
9	长沙御家化妆品有限公司	御家汇持股 100%
10	湖南花花草草化妆品有限公司	御家汇持股 100%
11	湖南御泥坊男士化妆品有限公司	御家汇持股 100%
12	湖南御家韩美管理咨询有限公司	御家汇持股 100%
13	香港御家国际科技有限公司	御家汇持股 100%
14	香港御家韩美科技有限公司	御家国际持股 100%
15	香港薇风科技有限公司	御家国际持股 90%
16	香港御妍科技有限公司	御家国际持股 77.5%
17	长沙薇风化妆品有限公司	香港薇风持股 100%
18	Yujiahui Korea Corporation（韩国）	御家韩美持股 100%
19	SmartFarm Cosmetics Co.,Ltd.（韩国）	御家韩美持股 70%

注：SmartFarm Cosmetics Co.,Ltd.（韩国）已于 2017 年 11 月办理注销。

4、控股股东和实际控制人控制的其他企业

除御家投资、汀汀咨询和发行人外，公司实际控制人戴跃锋无控制的其他企业。除发行人外，御家投资、汀汀咨询无其他对外投资。

5、公司 5%以上自然人股东、董事、监事、高级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	公司名称	关联关系
1	湖南陌游科技有限公司	公司实际控制人戴跃锋持股 20%，并担任该公司监事
2	湖南艾瓦特网络科技有限公司	公司董事陈楠担任该公司董事

序号	公司名称	关联关系
3	湖南平安环保股份有限公司	公司董事陈楠担任该公司董事
4	湖南友阿乐美食餐饮管理有限公司	公司独立董事胡硕担任该公司执行董事
5	湖南友阿文化发展有限公司	公司独立董事胡硕担任该公司执行董事、总经理
6	湖南麦咭乐园文化发展有限公司	公司独立董事胡硕担任该公司董事
7	天津友阿国际贸易有限公司	公司独立董事胡硕担任该公司执行董事
8	湖南宁乡友谊阿波罗商业管理有限公司	公司独立董事胡硕担任该公司董事
9	宁波欧派亿奢汇国际贸易有限公司	公司独立董事胡硕担任该公司董事，胡硕的父亲担任该公司董事长
10	湖南友阿云商网络有限公司	公司独立董事胡硕担任该公司总经理
11	湖南友阿奥莱城商业有限公司	公司独立董事胡硕担任该公司董事，胡硕的父亲担任该公司董事长
12	湖南友阿崇格国际名品有限公司	公司独立董事胡硕担任该公司董事，胡硕的父亲担任该公司董事长
13	岳阳林纸股份有限公司	公司独立董事杜晶担任该公司独立董事
14	株洲欧科亿数控精密刀具股份有限公司	公司独立董事杜晶担任该公司独立董事
15	湖南元亨科技股份有限公司	公司独立董事杜晶担任该公司独立董事
16	道道全粮油股份有限公司	公司独立董事杜晶担任该公司独立董事
17	华天酒店集团股份有限公司	公司独立董事陈爱文担任该公司独立董事
18	湖南红宇耐磨新材料股份有限公司	公司独立董事陈爱文担任该公司独立董事
19	岳阳兴长石化股份有限公司	公司独立董事陈爱文担任该公司独立董事
20	山河智能装备股份有限公司	公司独立董事陈爱文担任该公司独立董事
21	前海方舟（深圳）资产管理有限公司	公司监事鲍晓莉担任该公司总经理
22	前海母基金股权投资（深圳）有限公司	公司监事鲍晓莉担任董事
23	前海方舟资产管理有限公司	公司监事鲍晓莉担任副总经理
24	隆回县滩头泥浴开发有限责任公司	公司 5%以上自然人股东刘海浪控制，并担任执行董事、经理
25	湖南宝庆通用航空有限公司	自然人股东刘海浪持股 50%并担任监事
26	长沙饮食集团长沙火宫殿有限公司	公司独立董事胡硕的岳父担任该公司董事长兼总经理、父亲担任该公司董事

序号	公司名称	关联关系
27	长沙湘府曲园餐饮文化有限责任公司	公司独立董事胡硕的岳父担任该公司董事长
28	长沙饮食集团有限公司	公司独立董事胡硕的岳父担任该公司董事长
29	长沙饮食集团长沙玉楼东有限公司	公司独立董事胡硕的岳父担任该公司董事
30	湖南友阿小北湖有机农业有限公司	公司独立董事胡硕的岳父担任该公司董事
31	湖南友谊阿波罗商业股份有限公司	公司独立董事胡硕的父亲担任该公司董事长
32	湖南家润多家电超市有限公司	公司独立董事胡硕的父亲担任该公司董事长
33	湖南邵阳友谊阿波罗有限公司	公司独立董事胡硕的父亲担任该公司董事长
34	长沙友阿五一广场商业有限公司	公司独立董事胡硕的父亲担任该公司董事长
35	湖南友阿小北湖有机农业有限公司	公司独立董事胡硕的父亲担任该公司董事长
36	长沙机床有限责任公司	公司独立董事胡硕的父亲担任该公司董事长
37	黄龙洞投资股份有限公司	公司独立董事胡硕的父亲担任该公司董事长
38	湖南常德友谊阿波罗有限公司	公司独立董事胡硕的父亲担任该公司执行董事
39	常德友阿国际广场有限公司	公司独立董事胡硕的父亲担任该公司执行董事
40	湖南聚富投资管理有限公司	公司独立董事胡硕的父亲担任该公司执行董事兼总经理
41	湖南岳阳友阿国际商业广场有限公司	公司独立董事胡硕的父亲担任该公司执行董事
42	凤凰古城文化旅游投资股份有限公司	公司独立董事胡硕的父亲担任该公司董事
43	湖南友谊阿波罗控股股份有限公司	公司独立董事胡硕的父亲担任该公司董事长
44	武汉亿电电气有限公司	公司监事鲍晓莉兄弟鲍鸣担任该公司总经理

6、过往关联法人

序号	公司名称	关联关系	备注
1	长沙市百年鎏芳生物科技有限公司	报告期内戴跃锋曾控制的公司	已于2014年3月注销
2	长沙滩头御泥化妆品贸易有限公司	报告期内戴跃锋曾控制的公司	已于2014年8月注销
3	长沙花瑶花生物科技有限公司	报告期内戴跃锋曾控制的公司	已于2015年4月注销

4	湖南御泥坊生物科技有限公司	报告期内戴跃锋曾控制的公司	已于2016年7月注销
5	湖南花瑶花生物科技有限公司	报告期内戴跃锋曾控制的公司	已于2016年7月注销
6	湖南御家汇网络有限公司	报告期内戴跃锋曾控制的公司	已于2016年7月注销
7	长沙太爱肽生物科技有限公司	报告期内戴跃锋曾控制的公司	已于2016年7月注销
8	长沙想得美网络科技有限公司	报告期内戴跃锋曾控制的公司	已于2017年2月注销
9	长沙市戴漫丽生物科技有限公司	报告期内工商登记显示戴跃锋参股并担任经理	已于 2008 年 9 月退出，但因对方原因未能办理工商变更
10	法国戴漫丽国际集团股份有限公司（香港）	报告期内注册登记信息显示戴跃锋持股 50%，并担任董事	已于 2008 年 9 月退出，但因对方原因未能办理注册登记信息变更

7、控股子公司少数股东

香港薇风为御家国际的控股子公司，其少数股东为新海环球有限公司，新海环球有限公司实际控制人为台湾籍自然人何海。法蝶化妆品科技有限公司（以下简称“法蝶公司”）和台湾美之钥生物科技有限公司（以下简称“美之钥公司”）为何海控制的公司。

香港御妍为御家国际的控股子公司，其少数股东为 Rainbow Partner Limited，Rainbow Partner Limited 实际控制人为台湾籍自然人郭保辰，诗丹生化国际有限公司（以下简称“诗丹生化”）为郭保辰控制的公司。

（三）报告期内的关联交易情况

2015 年至今，公司与关联方发生的关联交易如下：

1、经常性关联交易情况

单位：万元

项目	公司名称	交易内容	2017 年度	2016 年度	2015 年度
购买商品、接受劳务的关联交易	法蝶公司	采购面膜、原材料、委托加工服务	-	578.08	396.46
	美之钥公司	推广费	-	42.44	-

	诗丹生化	推广费	-	518.98	96.14
		采购商品	29.39	-	-
销售商品、提供劳务的关联交易	法蝶公司	销售原材料	-	20.65	56.63
	诗丹生化	销售商品	8.13	-	-
	美之钥公司	销售面膜	-	52.72	-
	湖南友阿云商网络有限公司	销售商品	27.98	2.49	

（1）购买商品、接受劳务

①与法蝶公司的交易

在台湾薇风设立前，为便于香港薇风顺利开展业务，其向法蝶公司采购“薇风”品牌面膜、原材料和委托加工服务。2015 年度、2016 年度香港薇风向法蝶公司采购面膜、原材料、委托加工服务金额分别为 396.46 万元和 578.08 万元，占公司当年采购金额的比重为 0.61%和 0.78%，占比较小。双方交易价格由交易双方协商，并参考第三方委托加工费报价确定，价格公允，具有合理性。

2015 年至 2016 年度，发行人采购面膜、原材料和委托加工服务的单价和金额如下：

单位：元/片、万元/吨、万元

项目	2016 年度		2015 年度	
	单价	采购金额	单价	采购金额
铝膜袋	0.19	44.97	0.23	25.27
膜布	0.69	138.32	0.22	64.69
贴式面膜（委托加工服务）	0.66	134.12	3.37	261.37
原料	27.64	208.58	19.40	29.55
其他	-	52.08	-	15.59
合计	**-**	**578.08**	**-**	**396.46**

注：2015 年度采购贴式面膜，2016 年度采购委托加工服务；铝膜袋、膜布和贴式面膜单位为元/片，原料单位为万元/吨。

上述铝膜袋采购价格与发行人铝膜袋整体采购单价差别较小；2016 年度采购高端膜布数量较多，故采购单价相比 2015 年度大幅提高；2016 年度原料采购品类和结构相比 2015 年度有所不同，故单价变动较大。

台湾薇风成立后，其独立与委托加工厂商进行合作，2017 年度发行人未与法蝶公司进行交易。

②与美之钥公司的交易

在台湾薇风设立前，为便于香港薇风开展业务。报告期内，香港薇风通过美之钥公司进行“薇风”品牌在台湾地区的品牌推广工作，2016 年度支付推广服务费为 42.44 万元，金额较小。香港薇风向美之钥公司支付推广服务费的交易价格确定标准为品牌推广过程中实际发生的费用。

台湾薇风成立后，其独立开展品牌推广工作，2017 年度发行人未与美之钥公司进行交易。

③与诗丹生化的交易

在台湾御妍设立前，为便于香港御妍开展业务，报告期内，香港御妍通过诗丹生化进行“御泥坊”品牌在台湾地区的品牌推广工作，香港御妍向诗丹生化支付推广服务费为 96.14 万元和 518.98 万元，香港御妍向诗丹生化支付推广服务费的交易价格确定标准为品牌推广过程中实际发生的费用。

台湾御妍成立后，其独立开展品牌推广工作，2017 年度发行人未与诗丹生化公司进行品牌推广相关合作。

2017 年度，台湾御妍向诗丹生化购买面膜商品和部分原材料，交易金额较小。定价依据为根据市场零售价格协商确定销售折扣，价格具有公允性。本次交易金额和单价情况如下：

单位：元/片、瓶；万元

项目	单价	金额
贴式面膜	3.07	11.69
非贴式面膜	20.53	2.96
其他	0.61	14.74

合计	-	29.39

（2）销售商品、提供劳务

①与法蝶公司的交易

报告期内，因部分铝膜袋和膜布等部分原材料在台湾地区无合适供应商提供，2015 年度、2016 年度，御泥坊向法蝶公司销售该等材料的金额为 56.63 万元和 20.65 万元，金额较小。交易定价标准为御泥坊当批次原材料实际采购价格。御泥坊向法蝶公司出售商品金额和单价如下：

单位：元/片、万元

项目	2016 年度		2015 年度	
	单价	金额	单价	金额
膜布	-	-	0.13	40.13
铝膜袋	0.16	20.65	0.15	16.50
合计	**-**	**20.65**	**-**	**56.63**

注：上述金额为不含税金额。

2015 年度，由于采购单价较低的内衬膜占比较高，膜布采购单价相比公司总体采购单价较低，具有合理性；2015 年度、2016 年度公司向法蝶销售铝膜袋价格较为稳定，与公司实际采购价格差异较小，价格具有合理性。

②与美之钥公司的交易

报告期内，香港薇风为开展台湾地区线下销售业务，其向美之钥公司销售面膜产品，2016 年度金额共计 52.72 万元，金额较小。双方交易价格由双方协商，并参考无关联第三方价格确定，具有公允性。

③与诗丹生化公司之间的交易

报告期内，公司向诗丹生化销售部分商品，金额较小。双方交易价格由双方协商。

④与湖南友阿云商网络有限公司的交易

报告期内，御泥坊通过湖南友阿云商网络有限公司电商平台销售面膜等产品，交易金额较小。

湖南友阿云商网络有限公司主营业务为电子商务，双方合作为市场化行为，定价依据为发行人根据市场零售价格确定销售折扣，价格具有公允性。

单位：元/片、瓶；万元

项目	2017 年度		2016 年度	
	单价	金额	单价	金额
贴式面膜	2.85	19.47	3.20	1.88
水乳膏霜	10.73	6.32	-	-
非贴式面膜	12.19	1.4	-	-
其他		0.78		0.61
合计		**27.98**		**2.49**

2、偶发性关联交易情况

（1）关联担保

担保方	被担保方	担保额度（万元）	担保起始日	担保到期日
戴跃锋	御泥坊	1,948.18	2015-11-18	2023-11-18
戴跃锋	御泥坊	7,200.00	2016-11-18	2017-11-17

注：被担保人借款已偿还，上述担保已履行完毕。

（2）受让无形资产

2016 年 6 月 24 日，控股股东御家投资无偿向公司转让商标及商标申请权 146 项。转让商标为“御泥坊”、“花瑶花”和“师夷家”等品牌的防御性商标，截至本招股说明书签署日，除三项商标外，其余商标已经转让完成。

2015 年 11 月 10 日，香港薇风与何海签订了《商标转让协议》，协议约定何海将其持有的 7 项“薇风”系列商标转移给香港薇风，商标转让对价为人民币 350 万元。截至本招股说明书签署日，上述商标已经转让完成。

（3）商标授权无偿使用

2013 年 12 月，御泥坊生物、花瑶花生物、御家汇网络与公司签订《资产转让协议》，约定将其持有的无形资产转给御家汇、御泥坊等公司，在无形资产未转让完毕前，无偿授权给御家汇、御泥坊使用。具体请参见“第五节 发行人基本情况”之“二、设立及变更情况”之“公司设立以来的重大资产重组情况”。

3、关联方往来款项

报告期各期末，发行人关联方往来款的账面余额如下：

单位：万元

关联方名称	项目内容	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
诗丹生化	应付账款	7.67	-	-
法蝶公司	应付账款	-	43.86	108.74
	其他应付款	-	0.93	-
	应收账款	-	2.14	-
美之钥公司	其他应付款	-	43.85	-
	应收账款	-	47.26	-
湖南友阿云商网络有限公司	应收账款	-	1.13	-

（四）关联交易对财务状况和经营成果的影响

本公司与关联方发生的上述关联交易不存在损害公司及其他非关联股东利益的情形，发行人与关联方之间不存在非经营性资金往来的情况。发行人与关联方发生的关联交易金额较小，对公司的财务状况和经营成果未产生重大影响。

（五）控股股东和实际控制人减少和规范关联交易的承诺

为了避免和规范与发行人的关联交易，公司控股股东御家投资和实际控制人戴跃锋作出不可撤销的承诺如下：

1、截至本承诺出具之日，除已经披露的情形外，本人/本企业及本人/本企业控制或担任董事、高级管理人员的其他企业与御家汇不存在其他重大关联交易。

2、本人/本企业及本人/本企业控制的除御家汇以外的其他企业将尽量避免与御家汇之间发生关联交易；对于确有必要且无法回避的关联交易，均按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格按市场公认的合理价格确定，并按相关法律、法规以及规范性文件的规定履行交易审批程序及信息披露义务，切实保护御家汇及中小股东利益。

3、本人/本企业保证严格遵守法律法规和中国证券监督管理委员会、证券交易所有关规范性文件及《御家汇股份有限公司章程》和《御家汇股份有限公司关联交易管理办法》等管理制度的规定，决不以委托管理、借款、代偿债务、代垫款项或者其他任何方式占用御家汇的资金或其他资产，不利用实际控制人/控股股东的地位谋取不当的利益，不进行有损御家汇及其他股东的关联交易。

如违反上述承诺与御家汇及其控股子公司进行交易，而给御家汇及其控股子公司造成损失，由本人/本企业承担赔偿责任。

（六）发行人减少关联交易的有效措施

发行人按照《公司法》、《上市公司章程指引》等有关法律法规，制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《关联交易管理办法》等一系列关于关联交易决策程序的详细规定。发行人严格按照《公司章程》、《股东大会议事规则》、《关联交易管理办法》等规定，认真履行关联交易决策程序，确保交易的公允，并对关联交易予以及时充分披露，以保证其他股东的合法权益；同时控股股东御家投资和实际控制人戴跃锋出具了相关承诺。

发行人出具了《关于规范和减少关联交易措施的承诺》，承诺进一步采取如下措施，以规范和减少关联交易：

“1、严格执行《公司章程》、《关联交易管理办法》以及《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规和规范性文件中关于关联交易的规定；

2、在实际工作中充分发挥独立董事的作用，确保关联交易价格的公允性、批准程序的合规性，最大程度的保护其他股东利益；

3、公司尽量避免与关联方发生关联交易。对于无法避免的关联交易，发行人将遵循公平、公正、公开以及等价有偿的商业原则，维护公司和全体股东的合法权益。”

四、报告期内发行人关联交易程序执行情况及独立董事意见

公司召开的 2016 年年度股东大会审议通过了《关于确认公司最近三年关联交易公允性和合法性的议案》，对公司 2014-2016 年度发生的关联交易进行了确

认；公司召开第一届董事会第 8 次会议通过了《关于 2017 年度关联交易的议案》，对于公司 2017 年度新增的关联交易进行了确认。公司独立董事出具了关于关联交易公允性和合法性的独立意见。

公司报告期内发生的经常性关联交易（关联销售、关联采购）金额较小，具有合理商业目的，为日常业务过程中按正常商业条款进行的交易，关联交易定价按照市场化原则确定，符合公司整体利益，不存在损害公司及股东利益的情形。

报告期内偶发性关联交易，除购买“薇风”系列商标外，均系股东为公司发展提供的支持，未向公司收取费用，不存在损害公司及其他股东利益的情形，未发现通过关联交易转移利益的情形。

报告期内发生的关联交易履行了相关程序，符合《公司章程》、《关联交易管理办法》的相关规定。

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《御家汇股份有公司审计报告》（天职业字【2008】1 号）对关联交易的披露是真实、准确、完整的，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理

一、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介

（一）董事会成员

序号	姓名	职务	本届任期	提名人
1	戴跃锋	董事长、总经理	2016 年 9 月—2019 年 9 月	董事会
2	张虎儿	董事、副总经理	2016 年 9 月—2019 年 9 月	董事会
3	朱珊	董事、副总经理	2016 年 9 月—2019 年 9 月	董事会
4	何广文	董事、副总经理	2016 年 9 月—2019 年 9 月	董事会
5	陈喆	董事	2016 年 9 月—2019 年 9 月	董事会
6	陈楠	董事	2016 年 9 月—2019 年 9 月	董事会
7	陈爱文	独立董事	2016 年 9 月—2019 年 9 月	董事会
8	杜晶	独立董事	2016 年 9 月—2019 年 9 月	董事会
9	胡硕	独立董事	2016 年 9 月—2019 年 9 月	董事会

1、戴跃锋先生：1982 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2006 年 10 月至 2016 年 7 月，先后担任长沙市天心区百拍网络科技有限公司执行董事、总经理，长沙市戴漫丽生物科技有限公司总经理、长沙市百年鎏芳生物科技有限公司总经理、长沙滩头御泥化妆品贸易有限公司执行董事，御家汇网络执行董事、花瑶花生物、御泥坊生物执行董事、总经理。御家汇创始人，御家汇成立至今任公司董事长、总经理。

2、张虎儿先生：1986 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。历任湖南御家汇网络有限公司供应链部部长、御家汇供应链管理部总监。2013 年 7 月至今任公司副总经理，2014 年 12 月至今任公司董事。

3、朱珊先生：1981 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。历任三湘都市报《新壹周》记者、主编，湖南日报报业集团《up 向日葵》杂志主

编，华声网络电视台台长。2013 年 7 月至今任公司副总经理，2014 年 12 月至今任公司董事。

4、何广文先生：1980 年出生，新加坡国籍，新加坡永久居留权，博士学历。历任新加坡科学院高级科学家，宝洁（日本、新加坡）有限公司高级研发经理、高级科学家。2015 年 12 月至今任公司副总经理，2016 年 9 月至今任公司董事。

5、陈喆先生：1984 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。历任淘宝中国软件有限公司软件工程师、湖南御家汇网络有限公司运营总监、御家汇战略拓展事业部运营总监，现任御家汇国际品牌事业部总监。2014 年 12 月至今任公司董事。

6、陈楠先生：1984 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。曾任深圳市创新投资集团有限公司投资经理，现任深圳市创新投资集团有限公司华中区投资总监。2014 年 8 月至今任公司董事。

7、陈爱文先生：1963 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。历任中国证监会长沙特派员办事处副主任科员、主任科员；大湖水殖股份有限公司财务总监；中国证监会湖南监管局副处长、处长；现任北京瑞凯天成投资咨询有限公司湖南分公司首席代表。2016 年 9 月至今任公司独立董事。

8、杜晶女士：1974 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学历。曾任湖南大学数学与计量经济学院会计学讲师。现任湖南大学工商管理学院会计学副教授，2016 年 9 月至今任公司独立董事。

9、胡硕先生：1979 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学历。曾任湖南省图维依动科技有限公司运营总监。现任湖南友谊阿波罗商业股份有限公司运营总监、品牌事业部总经理、友谊商城总经理，湖南友阿文化发展有限公司执行董事、总经理。2016 年 9 月至今任公司独立董事。

（二）监事会成员

序号	姓名	职务	本届任期	提名人
1	赵成梁	监事会主席	2016 年 9 月—2019 年 9 月	职工代表选举

2	鲍晓莉	监事	2016 年 9 月—2019 年 9 月	前海投资
3	旷毅	职工监事	2016 年 9 月—2019 年 9 月	职工代表选举

1、赵成梁先生：1985 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。历任御家汇政委部运营专员，现任御家汇政委部运营总监，2016 年 9 月至今任公司监事会主席。

2、鲍晓莉女士：1974 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学历。历任深圳市创新投资集团有限公司投委会秘书处秘书长助理、风控委秘书处副秘书长、项目管理总部副部长。现任前海方舟（深圳）资产管理有限公司总经理，前海方舟资产管理有限公司副总经理，2016 年 6 月至今任公司监事。

3、旷毅先生：1987 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。历任公司移动互联网学院运营经理、运营总监。现任御家汇总政管理部总监，2016 年 9 月至今任公司监事。

（三）高级管理人员

序号	姓名	职务	本届任期
1	戴跃锋	董事长、总经理	2016 年 9 月-2019 年 9 月
2	张虎儿	董事、副总经理	2016 年 9 月-2019 年 9 月
3	朱珊	董事、副总经理	2016 年 9 月-2019 年 9 月
4	何广文	董事、副总经理	2016 年 9 月-2019 年 9 月
5	吴小瑾	副总经理、董事会秘书	2016 年 9 月-2019 年 9 月
6	晏德军	副总经理、财务总监	2016 年 9 月-2019 年 9 月

1、戴跃锋先生：详见“（一）董事会成员”介绍。

2、张虎儿先生：详见“（一）董事会成员”介绍。

3、朱珊先生：详见“（一）董事会成员”介绍。

4、何广文先生：详见“（一）董事会成员”介绍。

5、吴小瑾女士：1981 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学历。历任拓维信息系统股份有限公司证券事务代表，招商湘江产业投资管理有限公司战略发展部部长。2015 年 6 月至今任公司董事会秘书，2016 年 9 月至今任公司副总经理。

6、晏德军先生：1970 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。历任艾利（广州）有限公司财务经理，阿尔斯通（广东）高压电气有限公司财务总监，克明面业股份有限公司董事、财务总监。2016 年 9 月至今任公司副总经理、财务总监。

（四）其他核心人员

方骅先生：1979 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。历任科尔尼管理咨询有限公司高级咨询顾问，西门子（中国）有限公司高级销售经理，新加坡政府直接投资公司副总裁，上海家化联合股份有限公司副总经理。2015 年 7 月至今任湖南御泥坊化妆品有限公司首席执行官。

江燕青女士：1986 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。历任公司设计师、资深设计师，现任公司总监设计师。其主要负责公司商品包装图案设计工作，其负责设计的“花瑶花”产品包装曾获得德国红点奖（Red Dot Award）。

（五）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员在其他单位兼职情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员主要兼职情况（不包括发行人及其子公司）如下：

姓名	公司任职	兼职单位	与发行人的关联关系	任职/兼职职务
戴跃锋	董事长、总经理	御家投资	控股股东	执行董事
		汀汀咨询	持股 5%以上股东、控股股东一致行动人	执行事务合伙人

姓名	公司任职	兼职单位	与发行人的关联关系	任职/兼职职务
		湖南陌游科技有限公司	实际控制人持股 20%	监事
陈楠	董事	深圳市创新投资集团有限公司	持股 5%以上股东	华中区投资总监
		湖南艾瓦特网络科技有限公司	关联自然人担任董事	董事
		湖南平安环保股份有限公司	关联自然人担任董事	董事
杜晶	独立董事	湖南大学工商管理学院	无关联关系	副教授
		岳阳林纸股份有限公司	关联自然人担任独立董事	独立董事
		株洲欧科亿数控精密刀具股份有限公司	关联自然人担任独立董事	独立董事
		湖南元亨科技股份有限公司	关联自然人担任独立董事	独立董事
		道道全粮油股份有限公司	关联自然人担任独立董事	独立董事
陈爱文	独立董事	华天酒店集团股份有限公司	关联自然人担任独立董事	独立董事
		湖南红宇耐磨新材料股份有限公司	关联自然人担任独立董事	独立董事
		岳阳兴长石化股份有限公司	关联自然人担任独立董事	独立董事
		山河智能装备股份有限公司	关联自然人担任独立董事	独立董事
胡硕	独立董事	湖南友谊阿波罗商业股份有限公司	独立董事担任运营总监	运营总监、品牌事业部总监、友谊商城总经理
		湖南友阿乐美食餐饮管理有限公司	关联自然人担任董事	执行董事
		湖南友阿文化发展有限公司	关联自然人担任董事、高管	执行董事、总经理
		湖南麦咭乐园文化发展有限公司	关联自然人担任董事	董事
		天津友阿国际贸易有限公司	关联自然人担任执行董事	执行董事
		湖南宁乡友谊阿波罗商业管理有限公司	关联自然人担任董事	董事

姓名	公司任职	兼职单位	与发行人的关联关系	任职/兼职职务
		宁波欧派亿奢汇国际贸易有限公司	关联自然人担任董事	董事
		湖南友阿云商网络有限公司	关联自然人担任总经理	总经理
		湖南友阿奥莱城商业有限公司	关联自然人担任董事	董事
		湖南友阿崇格国际名品有限公司	关联自然人担任董事	董事
鲍晓莉	监事	前海方舟（深圳）资产管理有限公司	关联自然人担任高管	总经理
		前海母基金股权投资（深圳）有限公司	关联自然人担任董事	董事
		前海方舟资产管理有限公司	关联自然人担任高管	副总经理
		深圳市中晟创新科技股份有限公司	关联自然人担任监事	监事

（六）董事、监事、高级管理人员的提名和选聘情况

1、董事提名和选聘情况

2016 年 9 月 12 日，公司召开创立大会暨第一次临时股东大会，提名戴跃锋、陈楠、朱珊、张虎儿、何广文、陈喆、胡硕、杜晶、陈爱文为公司第一届董事会董事，其中，胡硕、杜晶、陈爱文为独立董事，董事任期自《关于选举湖南御家汇科技股份有限公司第一届董事会董事的议案》通过之日起三年。同日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举戴跃锋为公司第一届董事会董事长。

2、监事提名和选聘情况

2016 年 9 月 9 日，公司召开职工代表大会，提名赵成梁、旷毅为公司第一届监事会职工代表监事。2016 年 9 月 12 日，公司召开创立大会暨第一次临时股东大会，选举鲍晓莉为公司第一届监事会非职工代表监事。同日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举赵成梁为公司第一届监事会主席，任期三年。

3、高级管理人员提名和选聘情况

2016 年 9 月 12 日，公司召开第一届董事会第一次会议，根据董事长的提名，聘任戴跃锋为公司总经理，聘任吴小瑾女士为公司董事会秘书，任期三年；根据公司总经理提名，聘任朱珊、张虎儿、何广文、晏德军、吴小瑾为公司副总经理，任期三年。根据公司总经理提名，聘任晏德军为公司财务总监，任期三年。

（七）董事、监事、高级管理人员了解发行上市相关法律法规及其法定义务责任的情况

本公司所有董事、监事、高级管理人员均不存在《公司法》第一百四十六条不得担任公司董事、监事、高级管理人员的情形，其聘任均符合公司章程所规定的程序，符合法律法规规定的任职资格。

经保荐机构辅导，公司董事、监事、高级管理人员对与股票发行上市、上市公司规范运作等有关的法律、法规和规范性文件进行了学习，已经了解股票发行上市相关法律法规，知悉其作为上市公司董事、监事、高级管理人员的法定义务与责任。

（八）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员相互之间不存在亲属关系。

二、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的其他对外投资情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事与高级管理人员未持有与本公司存在利益冲突的对外投资。除持有公司、御家投资、汀汀咨询和员工持股平台的股权外，本公司董事、监事、高级管理人员对外投资情况如下：

姓名	本公司职务	对外投资	注册资本（万元）	出资比例
戴跃锋	董事长、总经理	湖南陌游科技有限公司	200.00	20.00%
		湖南梦想起航电子商务有限公司	227.24	11.98%

姓名	本公司职务	对外投资	注册资本（万元）	出资比例
		湖南乐食科技有限公司	631.58	5.00%
胡硕	独立董事	湖南图维依动网络有限公司	2,000	5.00%
陈爱文	独立董事	北京天惠参业股份有限公司	3,480.00	0.93%
吴小瑾	董事会秘书	湖南省厚水投资合伙企业（有限合伙）	2,695.62	2.30%

除上述情况外，本公司其他董事、监事、高级管理人员与其他核心人员均不存在其他对外投资情况。

三、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员及其近亲属持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或者间接持有本公司股份情况如下：

姓名	职务/近亲属关系	直接持有公司股份（股）	直接持股比例	间接持有公司股份（股）	间接持股比例	合计持股比例
戴跃锋	董事长，总经理	15,132,003	12.61%	54,158,550	45.13%	57.74%
覃瑶莹	戴跃锋配偶	-	-	1,494,945	1.25%	1.25%
张虎儿	董事、副总经理	338,354	0.28%	385,614	0.32%	0.60%
朱珊	董事、副总经理	340,248	0.28%	415,858	0.35%	0.63%
何广文	董事、副总经理	-	-	472,564	0.39%	0.39%
陈喆	董事	-	-	255,002	0.21%	0.21%
赵成梁	监事会主席	-	-	199,662	0.17%	0.17%
旷毅	职工监事	-	-	137,040	0.11%	0.11%
吴小瑾	副总经理、董事会秘书	232,800	0.19%	465,599	0.39%	0.58%
晏德军	副总经理、财务总监	-	-	472,569	0.39%	0.39%
方骅	御泥坊首席执行官	3,104,000	2.59%	2,716,012	2.26%	4.85%

姓名	职务/近亲属关系	直接持有公司股份（股）	直接持股比例	间接持有公司股份（股）	间接持股比例	合计持股比例
江燕青	总监设计师	-	-	138,365	0.12%	0.12%

除上述持股外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属不存在以任何方式直接或间接持有公司股份的情况。上述持股均不存在质押或冻结的情况。

四、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况

（一）薪酬组成、确定依据及履行的程序情况

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员由公司根据其身份和工作性质，及所承担的责任、风险、压力等，确定不同的年度薪酬。薪酬总额由月度工资、季度奖金和年终奖三部分组成，其中月度工资按月度平均发放，季度奖和年终奖根据公司经营业绩考核结果确定后发放。

根据公司制定的《湖南御家汇科技股份有限公司董事会薪酬与考核委员会议事规则》，将根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制订薪酬计划或方案。薪酬与考核委员会提出的公司董事的薪酬计划，须报经董事会同意后，提交股东大会审议通过后方可实施；公司高级管理人员的薪酬分配方案须报董事会批准。

本公司 2016 年第二次临时股东大会批准，独立董事津贴为 6 万元/年，按月度平均发放。报告期内公司董事、监事薪酬情况经本公司 2016 年年度股东大会审议通过。

（二）薪酬总额占各期发行人利润总额的比重

最近三年董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬总额及其占公司利润总额的比例如下：

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
薪酬总额（万元）	522.31	386.79	205.42
利润总额（万元）	19,029.93	9,531.61	8,202.42
占比	2.74%	4.06%	2.50%

（三）最近一年从发行人及其关联企业领取薪酬的情况

本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近一年在发行人及其关联企业领取薪酬情况如下：

序号	姓名	在公司任职	2017 年度薪酬（万元）	是否从关联企业领取收入
1	戴跃锋	董事长、总经理	22.62	否
2	张虎儿	董事、副总经理	32.15	否
3	朱珊	董事、副总经理	47.47	否
4	何广文	董事、副总经理	81.72	否
5	陈喆	董事	48.47	否
6	陈楠	董事	-	否
7	陈爱文	独立董事	6.00	否
8	杜晶	独立董事	6.00	否
9	胡硕	独立董事	6.00	否
10	赵成梁	监事会主席、运营总监	22.68	否
11	鲍晓莉	监事	-	否
12	旷毅	职工监事、运营总监	32.94	否
13	吴小瑾	副总经理、董事会秘书	44.02	否
14	晏德军	副总经理、财务总监	75.27	否
15	方骅	御泥坊首席执行官	64.20	否
16	江燕青	总监设计师	32.78	否

注：上述在本公司领取工资薪酬的董事、监事、高管人员，本公司依法为其办理住房公积金及失业、养老、医疗等社会保险，不存在其它特殊待遇和法定养老金以外的退休金计划。且除上述收入外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未在发行人处享受其他待遇或退休金计划。

五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与公司签署协议及协议履行情况

本公司与在公司任职的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均签有《劳动合同》、《保密协议》。

作为发行人股东的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员做出的关于自愿锁定股份、稳定公司股价及其他承诺，具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、发行人、发行人的股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺、履行情况以及未能履行承诺的约束措施”。

截至本招股说明书签署日，上述合同、协议以及承诺函等均履行正常，不存在违约情形。

六、董事、监事、高级管理人员最近两年变动情况

（一）董事最近两年的变动情况

2016 年初，公司董事会成员包括戴跃锋、黄锦峰、朱珊、张虎儿、陈喆、陈楠、雷军，其中，戴跃锋为公司董事长。

2016 年 9 月 12 日，公司召开创立大会暨第一次临时股东大会，会议选举戴跃锋、陈楠、朱珊、张虎儿、何广文、陈喆、胡硕、杜晶、陈爱文为公司第一届董事会成员，其中戴跃锋为公司董事长，胡硕、杜晶、陈爱文为独立董事。

（二）监事最近两年的变动情况

2016 年初，公司不设监事会，刘海浪为公司监事。

2016 年 6 月，股东前海投资委派鲍晓莉为公司监事，公司监事变更为刘海浪和鲍晓莉。

2016 年 9 月 9 日，公司召开职工代表大会，提名赵成梁、旷毅为湖南御家汇科技股份有限公司第一届监事会职工代表监事。2016 年 9 月 12 日，公司召开创立大会暨第一次临时股东大会，选举鲍晓莉为湖南御家汇科技股份有限公司第一届监事会非职工代表监事。同日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举赵成梁为公司第一届监事会主席。

（三）高级管理人员最近两年变动情况

2016 年初，公司总经理为戴跃锋，公司副总经理为张虎儿、朱珊和黄锦峰、何广文，董事会秘书为吴小瑾。

2016 年 5 月，黄锦峰辞去公司副总经理职务。

2016 年 9 月，公司召开第一届董事会第一次会议，聘任戴跃锋为公司总经理，聘任朱珊、张虎儿、何广文、吴小瑾、晏德军为公司副总经理，聘任吴小瑾为董事会秘书、聘任晏德军为财务总监。

公司上述人员变动，系因公司经营管理的需要而进行的正常变动，履行了必要的法律程序，符合相关法律、法规和《公司章程》的规定。报告期内公司实际控制人未发生变化，董事、监事、高级管理人员的增加主要是由于公司业务增长和完善公司法人治理结构的需要。

七、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及审计委员会等机构和人员的运行情况及履职情况

（一）公司治理结构的完善和改进情况

2012 年 11 月至 2016 年 9 月，御家汇有限作为有限责任公司，按照《公司法》、《中外合资经营企业法》等相关规定的要求，建立了由董事会（执行董事）、监事及总经理组成的公司治理架构。

自 2016 年 9 月股份公司设立后，公司逐步完善法人治理结构，根据《公司法》、《证券法》等各项法律法规的要求，参照上市公司的规范运作指引，结合公

司实际情况制定了《公司章程》，建立了由股东大会、董事会、监事会、管理层组成的公司法人治理结构。股东大会作为公司的最高权力机构、董事会作为公司主要决策机构、监事会作为公司主要监督机构、管理层作为公司主要运营管理机构，共同构建了分工明确、相互协调、互相制衡的运行机制，为公司的高效运营提供了制度保证。此外，根据上市公司的特殊规定，公司制定了《独立董事工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《审计委员会议事规则》、《薪酬与考核委员会议事规则》，有效增强了董事会决策的公正性和科学性。

其中，公司创立大会暨第一次临时股东大会审议并通过了《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》、《对外投资管理办法》、《对外担保管理办法》、《关联交易管理办法》、《独立董事工作细则》。第一届董事会第一次会议审议通过了《董事会战略委员会议事规则》、《董事会审计委员会议事规则》、《董事会提名委员会议事规则》、《董事会薪酬与考核委员会议事规则》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》等。公司第一届董事会第二次会议审议并通过了《内部审计制度》和《子公司管理制度》。公司第一届董事会第四次会议审议通过了《募集资金管理办法》、《信息披露管理办法》、《内幕信息知情人登记管理制度》、《累积投票制实施细则》、《投资者关系管理制度》等。

（二）股东大会运行情况

股东大会是公司的最高权力机构，依法享有并履行《公司法》、《公司章程》所赋予的权利及义务。自公司成立以来，股东（大）会的运作规范，在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规、《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定。

自股份公司设立以来，公司共召开了 4 次股东大会。历次股东大会会议的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录规范，对公司董事、监事和独立董事的选举、注册资本的增加、《公司章程》及其他主要管理制度的制订和修改、首次公开发行股票和募集资金投向的决策等重大事宜作出了有效决议，公司股东大会运行符合《公司法》、《公司章程》及《股东大会议事规则》等法律法规的规定，股东大会制度运行良好。

（三）董事会运行情况

公司已根据《公司法》、《公司章程》制定了《董事会议事规则》，对董事会的职权、召开方式与条件、表决方式等进行了明确规定。公司董事严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使权利，履行义务。

2016 年股份公司设立以来，公司共召开 8 次董事会。历次会议的通知方式、召开方式、表决方式均符合《公司法》和《公司章程》的规定，会议记录完整规范，董事会依法履行了《公司法》、《公司章程》赋予的权利和义务，董事会制度运行状况良好。

（四）监事会运行情况

股份公司成立前，公司监事严格按照《公司章程》等相关规定行使自己的权利，履行自己的义务。

2016 年股份公司设立以来，公司共召开 5 次监事会。历次会议的通知方式、召开方式、表决方式符合《公司法》、《公司章程》的规定，会议记录完整规范，监事会依法履行《公司法》、《公司章程》赋予的责任，监事会制度运行良好。

（五）独立董事建立健全及运行情况

公司按照中国证监会《关于在上市公司设立独立董事指导意见》等规定，设置了独立董事。2016 年 9 月 12 日，公司召开创立大会暨第一次临时股东大会并选举了 3 名第一届董事会独立董事。

1、独立董事情况

公司有 3 名独立董事，由 2016 年 9 月 12 日召开的公司 2016 年第一次临时股东大会审议通过产生。公司独立董事的提名与任职符合《公司章程》规定，符合《中国证监会关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》所列基本条件。独立董事的提名人在提名前征得被提名人的同意，充分了解被提名人的职业、学历、职称、详细的工作经历、全部兼职等情况，并对其担任独立董事的资格和独立性发表了意见。

2、独立董事制度的运行

公司独立董事按照《中国证监会关于在上市公司设立独立董事指导意见》、《公司章程》等的要求，履行独立董事的职责。本公司独立董事积极出席公司董事会会议，参与讨论决策有关重大事项；以其丰富的专业知识和经验，就公司规范运作和有关经营工作提出意见；对关联交易进行审核，发表独立意见。独立董事亦参与董事会下设的审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、战略委员会的工作。

3、独立董事履行职责情况

本公司独立董事自 2016 年 9 月 12 日聘任以来均能勤勉尽责，截至招股说明书签署日，公司三名独立董事均按期出席了公司全部 8 次董事会。上述三名独立董事会前审阅董事会材料，董事会会议期间认真审议各项议案，对议案中的具体内容提出相应质询，按照本人独立意愿对董事会议案进行表决，对表决结果和会议记录核对后签名。

截至招股说明书签署日，未发生独立董事对发行人有关事项提出异议的情况。

（六）董事会秘书制度的运行情况

董事会秘书是公司的高级管理人员，承担有关法律、行政法规及《公司章程》公司高级管理人员所要求的义务，享有相应的工作职权，并获取相应的报酬。董事会秘书对董事会负责。

本任董事会秘书自聘任以来，按照《公司章程》、《董事会秘书工作细则》的有关规定开展工作，出席了公司历次董事会、股东大会，并亲自记载或安排其他人员记载会议记录；历次董事会、股东大会召开前，董事会秘书均按《公司章程》的有关规定为独立董事及其他董事提供会议材料、会议通知等文件，较好地履行了相关职责。董事会秘书在公司法人治理结构的完善、与中介机构的配合协调、与监管部门的沟通协调、公司重大生产经营决策、主要管理制度的制定等方面亦发挥了重大作用。

（七）董事会专门委员会的人员构成及运行情况

2016 年 9 月 12 日，公司同意在董事会下设立审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、战略委员会，并经第一届董事会第一次会议审议通过《审计委员会议事规则的议案》《提名委员会议事规则的议案》、《薪酬与考核委员会议事规则的议案》、《战略委员会议事规则的议案》，同次会议还选举了各专门委员会的委员。

1、审计委员会的运行情况

2016 年 9 月 12 日，公司第一届董事会第一次会议决定设立董事会审计委员会，并推选独立董事杜晶、独立董事陈爱文和董事张虎儿为委员，杜晶为主任委员（召集人）。

审计委员会的主要职责为：提议聘请或更换外部审计机构；监督公司的内部审计制度及其实施；负责内部审计与外部审计之间的沟通；审核公司的财务信息及其披露；审查公司内控制度，对重大关联交易进行审计；公司董事会授予的其他事宜。

审计委员会自成立以来，严格按照有关法律法规及《公司章程》、《董事会审计委员会议事规则》等规定履行其职责，在监督公司内部控制制度的实施、督导内部审计机构的工作、协调内部审计与外部审计的沟通等方面发挥了积极作用。

2、提名委员会的运行情况

2016 年 9 月 12 日，公司第一届董事会第一次会议决定设立董事会提名委员会，并推选独立董事胡硕、独立董事陈爱文和董事戴跃锋为委员，陈爱文为主任委员（召集人）。

提名委员会的主要职责为：根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；研究董事、经理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；广泛搜寻合格的董事和经理人员人选；对董事候选人、经理候选人进行审查并提出建议；对须提请董事会聘任的其他高级管理人员进行审查并提出建议；董事会授权的其他事宜。

提名委员会自成立以来，严格按照有关法律法规、《公司章程》及《董事会提名委员会议事规则》相关内容规定履行相关职责。

3、薪酬与考核委员会的运行情况

2016 年 9 月 12 日，公司第一届董事会第一次会议决定设立董事会薪酬与考核委员会，并推选独立董事杜晶、独立董事胡硕和董事朱珊为委员，胡硕为主任委员（召集人）。

薪酬与考核委员会的主要职责为：根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制订薪酬计划或方案；薪酬计划或方案包括但不限于：绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；审查公司董事（非独立董事）及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；董事会授权的其他事宜。

薪酬与考核委员会自成立以来，严格按照有关法律法规、《公司章程》及《董事会薪酬与考核委员会议事规则》相关内容规定履行相关职责。

4、战略委员会构成及运行

2016 年 9 月 12 日，公司第一届董事会第一次会议决定设立董事会战略委员会，并推选董事戴跃锋、独立董事胡硕和董事陈楠为委员，戴跃锋为主任委员（召集人）。

董事会战略委员会的主要职责为：对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；对《公司章程》规定须经董事会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议；对《公司章程》规定须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；对以上事项的实施进行检查；事会授权的其他事宜。

战略委员会自成立以来，严格按照有关法律法规、《公司章程》及《董事会战略委员会议事规则》相关内容规定履行相关职责。

八、公司内部控制制度情况

（一）公司内部控制制度的自我评估意见

本公司董事会认为，截至本报告期末，本公司已建立了健全、合理的内部控制制度，并按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2017 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

（二）会计师对公司内部控制制度的评价

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）对本公司的内部控制制度进行了专项审核，并出具了天职业字【2018】1-1 号《内部控制鉴证报告》，报告的结论性意见为："御家汇按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2017 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。"

九、发行人报告期内违法违规行为情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在重大违法违规行为。

十、发行人报告期内资金占用和对外担保情况

报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的其他情形。

报告期内，公司也不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情形。

十一、发行人对外投资、担保事项的政策及制度安排

（一）资金管理制度

为加强公司货币资金的内部控制和管理，规范资金运用程序，保证货币资金的安全，降低资金使用成本，公司制定了《货币资金管理制度》，从货币资金、

票据及印章的管理责任、监督检查等方面严格完善公司各资金管理环节，细化了资金的计划、授权批准、支付等流程，有利于提高公司资金管理效率。此外，公司第一届董事会第四次会议及 2016 年年度股东大会审议通过了上市后适用的《募集资金管理办法》，对公司通过公开发行证券向投资者募集并用于特定用途的资金的管理进行了规定。

报告期内公司严格执行资金管理制度，履行了必要的审批程序。

（二）对外投资事项的政策及制度安排

为了加强公司对外投资活动的内部控制，规范公司的对外投资行为，防范对外投资风险，保障对外投资安全，提高对外投资效益，公司通过《公司章程》、《对外投资管理办法》等制度安排对公司的对外投资进行管理。公司《对外投资管理办法》规定，公司对外投资的决策机构主要为股东大会、董事会。

具体权限划分如下：股东大会审批公司在一年内对外投资超过公司上一年度期末最近一期经审计总资产（合并报表口径）50%的事项；董事会审批公司单笔或一年内累计 10%以上，不超过公司上一年度期末经审计总资产（合并报表口径）50%的对外投资事项；控股子公司进行对外投资，除遵照执行《对外投资管理办法》外，还应执行公司其他相关规定。

公司原则上不进行用自有资金进行证券投资、委托理财或进行以股票、利率、汇率和商品为基础的期货、期权、权证等衍生产品投资。公司经过慎重考虑后，仍决定开展前述投资的，公司董事会应严格执行决策程序、报告制度和监控措施，并根据公司的风险承受能力，限定公司的委托理财或衍生产品投资规模，并需经董事会全体董事三分之二以上通过。公司不得将委托理财审批权授予公司董事个人或经营管理层行使。

公司进行委托理财的，应选择资信状况、财务状况良好，无不良诚信记录及盈利能力强的合格专业理财机构作为受托方，并与受托方签订书面合同，明确委托理财的金额、期限、投资品种、双方的权利义务及法律责任等。公司董事会应指派专人跟踪委托理财资金的进展及安全状况，出现异常情况时应要求其及时报告，以便董事会立即采取有效措施回收资金，避免或减少公司损失。

（三）对外担保事项的政策及制度安排

为有效控制公司对外担保风险，保护投资者合法权益，根据《中华人民共和国公司法》等有关法律、法规、规范性文件以及《公司章程》的规定对公司的对外担保行为进行管理。

公司对外担保的最高决策机构为公司股东大会和董事会，公司一切对外担保行为，须按程序经公司股东大会或董事会批准。未经公司股东大会或董事会的批准，公司不得对外提供担保。

对公司应严格控制对外担保风险。公司董事会应当在审议对外担保议案前充分调查被担保人的经营和资信情况，认真审议分析被担保人的财务状况、营运状况、行业前景和信用情况，审慎依法作出决定。公司可以在必要时聘请外部专业机构对担保风险进行评估，以作为董事会或者股东大会进行决策的依据。

公司应当对担保业务进行风险评估，确保担保业务符合国家法律法规和《公司章程》及《对外担保管理办法》，防范担保业务风险；对外担保应当要求对方提供反担保，谨慎判断反担保提供方的实际担保能力和反担保的可执行性。

公司下列对外担保行为，须经董事会审议通过后报股东大会审议通过：（1）公司及控股子公司的对外担保总额，超过公司上一年度期末经审计净资产的 50%以后提供的任何担保；（2）连续十二个月内担保总额超过公司上一年度期末经审计总资产（合并报表口径）的 30%；（3）为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；（4）单笔担保额超过上一年度期末经审计净资产 10%的担保；（5）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；（6）《公司章程》规定的其他担保情形。

上述所称“公司及控股子公司的对外担保总额”，是指包括公司对控股子公司担保在内的公司对外担保总额与控股子公司对外担保总额之和。公司对外担保无论金额大小均应提交董事会或股东大会审议批准，任何个人无权决定；未达到股东大会审议标准的对外担保，均需经董事会审议通过。公司在十二个月内发生的对外担保应当按照累计计算的原则适用本条的规定，已按相关规定履行义务的，不再纳入相关的累计计算范围。

股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联人提供的担保议案时，该股东或受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决须经出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。公司独立董事应当在董事会审议对外担保事项（对合并范围内子公司提供担保除外）时就其合法合规性、对公司的影响及存在风险等发表独立意见，必要时可以聘请会计师事务所对公司累计和当期对外担保情况进行核查。如发现异常，应当及时向董事会报告。

公司报告期内无对外担保事项。

（四）报告期的执行情况

公司报告期的资金管理、对外投资、担保事项严格遵守法律法规和公司制度的规定，无违法违规事件发生。

十二、投资者权益保护的情况

为了保障公司投资者尤其是中小投资者及潜在投资者的知情权、资产收益权、参与重大决策及选择管理者等权益，公司根据《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所上市公司投资者关系管理指引》和《深圳证券交易所上市公司公平信息披露指引》等法律法规，审议并通过了《公司章程（草案）》、《信息披露管理办法》、《投资者关系管理制度》、《投资者权益保护制度》和《累积投票制实施细则》等一系列制度。具体内容如下：

（一）投资者依法享有获取公司信息的权利保护

根据《公司章程（草案）》、《投资者关系管理制度》及《信息披露管理制度》等的相关规定，公司在治理制度层面上对投资者依法享有获取公司信息的权利进行了有效保护。

《公司章程（草案）》规定，股东有权查阅和复印公司章程、股东名册、本人持股资料、股东大会会议记录、债券存根、董事会会议决议，监事会会议决议、

公司财务会计报告、审计报告；股东有权对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；股东有权依照其所持有的股份份额行使表决权。

《投资者关系管理制度》规定，投资者关系管理的基本原则包括平等对待所有投资者，充分保障投资者知情权及其合法权益、坚持投资者关系管理活动客观、真实、准确、完整；遵循高效率、低成本以及遵守国家法律法规及深圳证券交易所对上市公司信息披露规定。公司的投资者关系管理工作应客观、真实、准确、完整地介绍和反映公司的实际状况，避免过度宣传可能给投资者造成的误导。公司开展投资者关系活动时应注意尚未公布信息及内部信息的保密，避免和防止由此引发泄密及导致相关的内幕交易。

《信息披露管理办法》规定，公司的董事、监事、高级管理人员及其他信息披露义务人应当忠实、勤勉地履行职责，保证披露信息的真实、准确、完整、及时、公平，不得有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。在内幕信息依法披露前，任何知情人不得公开或者泄露该信息，不得利用该信息进行内幕交易。

（二）投资者依法享有资产收益的权利保护

根据《公司章程（草案）》的相关规定，公司在治理制度层面上对投资者依法享有资产收益的权利进行了有效保护。

《公司章程（草案）》规定，公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表独立意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。公司董事会在有关利润分配方案的决策和论证过程中，可以通过电话、传真、信函、电子邮件、公司网站上的投资者关系互动平台等方式，与中小股东进行沟通和交流，充分听取其意见和诉求，及时答复其关心的问题。

《公司章程（草案）》规定，公司当年实现盈利，在依法提取法定公积金、盈余公积金后，如无重大投资计划或重大现金支出，每年度现金分红金额不低于当年实现的可供分配利润（不含年初未分配利润）的 10%；公司上市后未来三年

公司以现金方式累计分配的利润不少于上市后最近三年实现的年均可供分配利润的 30%。

（三）投资者依法享有参与重大决策的权利保护

根据《公司章程（草案）》及《股东大会议事规则》等相关文件的规定，公司在治理制度层面上对投资者依法享有参与重大决策的权利进行了有效保护。

《公司章程（草案）》及《股东大会议事规则》等相关文件规定，股东有权依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；股东对法律、行政法规和公司章程规定的公司重大事项，享有知情权和参与权；单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东有权向董事会请求召开临时股东大会；单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东有权向监事会提议召开临时股东大会；单独或者合并持有公司 3%以上股份的股东有权向股东大会提出提案；董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以征集股东投票权。《公司章程（草案）》还规定公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，包括提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利，充分保障了投资者特别是中小投资者参与公司重大决策的权利。

（四）投资者依法享有选择管理者的权利保护

根据《公司章程（草案）》及《股东大会议事规则》等相关规定，公司在治理制度层面上对投资者依法享有选择管理者的权利进行了有效保护。

《公司章程（草案）》、《累积投票制实施细则》等相关文件规定，股东大会选举两名或两名以上董事、监事时，实行累积投票制，并制定了实施细则，有效保障了中小投资者选择管理者的权利。

（五）投资者权益的其他保护措施

公司董事会、监事会和股东大会先后审议通过了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《独立董事工作细则》、《关联交易管理办法》、《对外投资管理办法》、《对外担保

管理办法》、《信息披露管理办法》、《投资者关系管理制度》等一系列规章制度。通过上述规章制度的制定和落实，公司逐步建立健全了符合上市要求的、能够保证投资者充分行使权利的公司治理结构。

第九节 财务会计信息与管理层分析

本节所披露或引用的财务会计信息，若未经特别说明，均来源于天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）出具的天职业字【2018】1 号《审计报告》。本节之财务会计数据及有关分析说明反映了公司报告期经审计的财务报表及有关附注的重要内容，本公司提醒投资者关注本招股说明书所附财务报告和审计报告全文，以获取全部的财务资料。

一、财务报表及注册会计师的审计意见

（一）经审计的财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	262,149,713.58	165,729,952.01	99,988,738.56
应收账款	94,950,772.35	60,669,158.06	44,867,122.93
预付款项	42,643,717.03	31,796,558.85	12,441,573.80
其他应收款	5,847,842.18	5,602,641.87	7,866,518.04
存货	276,696,913.61	314,337,291.89	246,657,309.43
其他流动资产	36,007,900.48	29,224,823.24	4,701,817.06
流动资产合计	**718,296,859.23**	**607,360,425.92**	**416,523,079.82**
非流动资产：			
固定资产	104,852,402.82	51,873,425.64	45,801,547.75
在建工程	-	68,717.95	-
无形资产	5,931,434.20	5,860,466.52	4,729,998.80
长期待摊费用	11,678,501.91	14,131,600.07	17,683,074.72
递延所得税资产	16,727,599.73	15,121,222.48	3,868,331.05
其他非流动资产	-		

项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
非流动资产合计	**139,189,938.66**	**87,055,432.66**	**72,082,952.32**
资产总计	**857,486,797.89**	**694,415,858.58**	**488,606,032.14**
流动负债：			
短期借款	19,602,600.00	40,414,702.91	5,073,797.92
应付账款	135,431,851.39	189,765,295.66	210,939,012.69
预收款项	16,264,630.26	5,625,368.83	15,086,097.99
应付职工薪酬	33,475,592.36	15,970,948.50	13,824,610.54
应交税费	16,901,850.76	5,523,839.61	11,573,838.24
应付利息	88,760.05	195,834.10	83,233.12
应付股利	-	-	-
其他应付款	45,747,690.82	31,504,008.92	29,804,006.00
一年内到期的非流动负债	**4,117,317.89**	**2,504,100.48**	**2,372,988.83**
流动负债合计	**271,630,293.53**	**291,504,099.01**	**288,757,585.33**
非流动负债：			
长期借款	32,905,584.52	18,212,910.69	20,717,011.17
预计负债	687,241.39	449,780.70	409,522.97
递延收益	11,613,611.69	10,057,653.89	4,500,000.00
递延所得税负债	-	-	-
非流动负债合计	**45,206,437.60**	**28,720,345.28**	**25,626,534.14**
负债合计	**316,836,731.13**	**320,224,444.29**	**314,384,119.47**
所有者权益：			
股本	120,000,000.00	120,000,000.00	22,807,017.89
资本公积	119,049,062.12	105,748,004.75	74,877,706.17
其他综合收益	-428,650.67	2,469,853.32	546,729.19
盈余公积	8,626,706.76	1,849,901.56	-
未分配利润	292,670,215.10	140,952,854.35	73,904,954.56
归属于母公司股东权益合计	**539,917,333.31**	**371,020,613.98**	**172,136,407.81**
少数股东权益	732,733.45	3,170,800.31	2,085,504.86
股东权益合计	**540,650,066.76**	**374,191,414.29**	**174,221,912.67**
负债和股东权益总计	**857,486,797.89**	**694,415,858.58**	**488,606,032.14**

2、合并利润表

单位：元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
一、营业总收入	**1,646,399,943.91**	**1,170,892,688.22**	**768,722,484.85**
其中:营业收入	1,646,399,943.91	1,170,892,688.22	768,722,484.85
二、营业总成本	**1,485,148,364.27**	**1,096,329,596.59**	**688,973,346.38**
其中：营业成本	779,832,047.63	548,225,909.81	345,079,675.37
税金及附加	18,335,898.66	9,903,385.49	6,068,805.59
销售费用	558,819,720.84	410,164,759.45	237,026,940.99
管理费用	114,100,724.31	115,358,304.34	99,675,299.32
财务费用	4,460,652.94	5,229,961.57	913,340.76
资产减值损失	9,599,319.89	7,447,275.93	209,284.35
加：公允价值变动收益（损失以“—”号填列）	-	-	-
投资收益（损失以“—”号填列）	1,105,400.40	-	-
资产处置收益（亏损以“—”号填列）	-	-	-
其他收益	-	-	-
三、营业利润（亏损以“—”号填列）	**162,356,980.04**	**74,563,091.63**	**79,749,138.47**
加：营业外收入	32,770,994.72	21,142,004.20	3,608,447.08
其中：非流动资产处置利得	37,406.24	-	-
减：营业外支出	4,828,676.06	388,969.55	1,333,424.36
其中：非流动资产处置损失	222,145.55	251,132.42	402,613.88
四、利润总额（亏损总额以“—”号填列）	**190,299,298.70**	**95,316,126.28**	**82,024,161.19**
减：所得税费用	32,122,304.77	22,721,311.59	29,034,538.56
五、净利润（净亏损以“—”号填列）	**158,176,993.93**	**72,594,814.69**	**52,989,622.63**
归属于母公司股东的净利润	158,494,165.95	73,770,833.04	53,147,695.47
少数股东损益	-317,172.02	-1,176,018.35	-158,072.84
持续经营净利润（净亏损以“—”号填列）	158,360,698.75	72,711,521.42	52,989,622.63
终止经营净利润（净亏损以	-183,704.82	-116,706.73	-

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
“一”号填列）			
六、其他综合收益的税后净额	**-2,838,273.73**	**1,913,189.36**	**542,376.34**
归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-2,898,503.99	1,923,124.13	546,729.19
(一)以后不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
1、重新计量设定受益计划净负债或净资产的变动	-	-	-
2、权益法下在被投资单位不能重分类进损益的其他综合收益中享有的份额	-	-	-
(二)以后将重分类进损益的其他综合收益	-2,898,503.99	1,923,124.13	546,729.19
1、权益法下在被投资单位以后将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
2、可供出售金融资产公允价值变动损益	-	-	-
3、持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	-	-	-
4、现金流量套期损益的有效部分	-	-	-
5、外币财务报表折算差额	-2,898,503.99	1,923,124.13	546,729.19
6、其他	-		-
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	60,230.26	-9,934.77	-4,352.85
七、综合收益总额	**155,338,720.20**	**74,508,004.05**	**53,531,998.97**
归属于母公司股东的综合收益总额	155,595,661.96	75,693,957.17	53,694,424.66
归属于少数股东的综合收益总额	-256,941.76	-1,185,953.12	-162,425.69

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 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	1,815,293,130.73	1,279,580,639.06	880,506,999.13

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	65,281,979.98	30,165,694.83	15,292,527.76
经营活动现金流入小计	**1,880,575,110.71**	**1,309,746,333.89**	**895,799,526.89**
购买商品、接受劳务支付的现金	920,521,288.23	788,156,009.37	473,306,934.43
支付给职工以及为职工支付的现金	136,004,885.20	111,734,295.03	73,282,759.23
支付的各项税费	163,466,663.78	132,758,247.64	90,267,560.45
支付其他与经营活动有关的现金	487,164,653.36	350,514,389.94	204,095,923.15
经营活动现金流出小计	**1,707,157,490.57**	**1,383,162,941.98**	**840,953,177.26**
经营活动产生的现金流量净额	**173,417,620.14**	**-73,416,608.09**	**54,846,349.63**
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	-	-	-
取得投资收益收到的现金	1,105,400.40	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	262,000.00	10,154.00	688,965.15
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	124,000,000.00	3,500,000.00	2,000,000.00
投资活动现金流入小计	**125,367,400.40**	**3,510,154.00**	**2,688,965.15**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	69,834,517.51	17,460,634.02	70,351,524.35
投资支付的现金	-	-	-
质押贷款净增加额	-	-	-
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	122,000,000.00	-	-
投资活动现金流出小计	**191,834,517.51**	**17,460,634.02**	**70,351,524.35**
投资活动产生的现金流量净额	**-66,467,117.11**	**-13,950,480.02**	**-67,662,559.20**
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	110,518,671.57	27,943,329.87

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	2,271,248.57	2,247,930.55
取得借款所收到的现金	95,602,600.00	47,000,000.00	30,890,000.00
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	**95,602,600.00**	**157,518,671.57**	**58,833,329.87**
偿还债务所支付的现金	98,544,405.29	2,372,988.83	5,579,795.00
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	2,795,532.72	3,790,493.66	655,173.04
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	22,000,000.00	-	-
筹资活动现金流出小计	**123,339,938.01**	**6,163,482.49**	**6,234,968.04**
筹资活动产生的现金流量净额	**-27,737,338.01**	**151,355,189.08**	**52,598,361.83**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-4,793,403.45**	**1,753,112.48**	**540,251.73**
五、现金及现金等价物净增加额	**74,419,761.57**	**65,741,213.45**	**40,322,403.99**
加：期初现金及现金等价物余额	165,729,952.01	99,988,738.56	59,666,334.57
六、期末现金及现金等价物余额	**240,149,713.58**	**165,729,952.01**	**99,988,738.56**

4、母公司资产负债表

单位：元

项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	155,716,057.86	7,996,938.89	4,542,692.24
应收账款	11,327,181.37	5,096,733.60	-
预付款项	4,052,770.95	636,792.44	12,033.00
应收股利	-		
其他应收款	262,981,867.55	78,826,059.45	5,781,000.00

项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
存货	-	-	-
其他流动资产	323,252.46	54,317.44	-
流动资产合计	**434,401,130.19**	**92,610,841.82**	**10,335,725.24**
非流动资产：			
长期股权投资	217,640,096.13	154,339,038.76	88,248,770.06
固定资产	26,419.67	-	-
无形资产	-	-	4.20
长期待摊费用	170,655.27	-	-
递延所得税资产	1,750,000.00	1,250,000.00	558,340.29
其他非流动资产	-	-	-
非流动资产合计	**219,587,171.07**	**155,589,038.76**	**88,807,114.55**
资产总计	**653,988,301.26**	**248,199,880.58**	**99,142,839.79**
流动负债：			
短期借款	-	-	-
应付账款	43,223.30	-	-
预收款项	-	-	-
应付职工薪酬	565,805.91	321,526.89	60,000.00
应交税费	1,181,517.56	2,543,120.53	1,872.34
应付股利	-	-	-
其他应付款	323,902,587.44	109,175.50	770,954.23
流动负债合计	**325,693,134.21**	**2,973,822.92**	**832,826.57**
非流动负债：	-		
递延收益	7,000,000.00	5,000,000.00	2,000,000.00
递延所得税负债	-	-	-
非流动负债合计	**7,000,000.00**	**5,000,000.00**	**2,000,000.00**
负债合计	**332,693,134.21**	**7,973,822.92**	**2,832,826.57**
所有者权益:			
股本	120,000,000.00	120,000,000.00	22,807,017.89

项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
资本公积	119,901,131.09	106,600,073.72	75,729,775.14
盈余公积	8,626,706.76	1,849,901.56	-
未分配利润	72,767,329.20	11,776,082.38	-2,226,779.81
股东权益合计	**321,295,167.05**	**240,226,057.66**	**96,310,013.22**
负债和股东权益总计	**653,988,301.26**	**248,199,880.58**	**99,142,839.79**

5、母公司利润表

单位：元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
一、营业总收入	**5,877,780.90**	**4,808,239.11**	-
其中：营业收入	5,877,780.90	4,808,239.11	-
二、营业总成本	**8,396,000.81**	**6,262,419.74**	**962,792.10**
其中：营业成本	-	-	-
税金及附加	85,278.53	68,544.53	-
销售费用	1,914,853.23	-	-
管理费用	6,126,645.23	6,415,745.30	1,655,409.20
财务费用	269,223.82	-221,870.09	-691,698.60
资产减值损失	-		-918.50
加：公允价值变动收益（损失以“—”号填列）	-	-	-
投资收益（损失以“—”号填列）	66,962,460.22	8,000,000.00	-
资产处置收益（亏损以“—”号填列）	-	-	-
其他收益	–	–	–
三、营业利润（亏损以“—”号填列）	**64,444,240.31**	**6,545,819.37**	**-962,792.10**
加：营业外收入	4,216,200.00	18,523,000.00	3,343.90
其中：非流动资产处置利得	-	-	-
减：营业外支出	250,000.00	-	-
其中：非流动资产处置损失	-	-	-

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
四、利润总额（亏损总额以“—”号填列）	**68,410,440.31**	**25,068,819.37**	**-959,448.20**
减：所得税费用	642,388.29	4,343,023.93	-225,233.92
五、净利润（净亏损以“—”号填列）	**67,768,052.02**	**20,725,795.44**	**-734,214.28**
六、其他综合收益的税后净额	-	-	-
(一)以后不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
1、重新计量设定受益计划净负债或净资产的变动	-	-	-
2、权益法下在被投资单位不能重分类进损益的其他综合收益中享有的份额	-	-	-
(二)以后将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
1、权益法下在被投资单位以后将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
2、可供出售金融资产公允价值变动损益	-	-	-
3、持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	-	-	-
4、现金流量套期损益的有效部分	-	-	-
5、外币财务报表折算差额	-	-	-
6、其他	-	-	-
七、综合收益总额	**67,768,052.02**	**20,725,795.44**	**-734,214.28**

6、母公司现金流量表

单位：元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 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	-	-	-
收到的税费返还	-	-	-

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
收到其他与经营活动有关的现金	328,174,223.05	17,949,279.60	2,907,624.41
经营活动现金流入小计	**328,174,223.05**	**17,949,279.60**	**2,907,624.41**
购买商品、接受劳务支付的现金	-	-	-
支付给职工以及为职工支付的现金	2,252,781.95	601,497.51	292,093.34
支付的各项税费	3,877,757.00	2,680,043.84	14,440.50
支付其他与经营活动有关的现金	192,986,914.24	78,460,914.60	673,692.84
经营活动现金流出小计	**199,117,453.19**	**81,742,455.95**	**980,226.68**
经营活动产生的现金流量净额	**129,056,769.86**	**-63,793,176.35**	**1,927,397.73**
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	-	-	-
取得投资收益收到的现金	66,962,460.22	8,000,000.00	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	-	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	104,000,000.00	3,000,000.00	2,000,000.00
投资活动现金流入小计	170,962,460.22	**11,000,000.00**	**2,000,000.00**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	300,111.11	-	-
投资支付的现金	50,000,000.00	52,000,000.00	25,188,236.40
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	102,000,000.00	-	-
投资活动现金流出小计	**152,300,111.11**	**52,000,000.00**	**25,188,236.40**
投资活动产生的现金流量净额	**18,662,349.11**	**-41,000,000.00**	**-23,188,236.40**
三、筹资活动产生的现金流量：			

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
吸收投资收到的现金	-	108,247,423.00	25,695,399.37
取得借款收到的现金	-	-	-
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	**-**	**108,247,423.00**	**25,695,399.37**
偿还债务支付的现金	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	**-**	**-**	**-**
筹资活动产生的现金流量净额	**-**	**108,247,423.00**	**25,695,399.37**
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	**147,719,118.97**	**3,454,246.65**	**4,434,560.70**
加：期初现金及现金等价物余额	7,996,938.89	4,542,692.24	108,131.54
六、期末现金及现金等价物余额	**155,716,057.86**	**7,996,938.89**	**4,542,692.24**

（二）注册会计师的审计意见

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）对本公司 2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日和 2017 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，以及 2015 年度、2016 年度和 2017 年度的合并及母公司利润表及现金流量表、所有者权益变动表及财务报表附注进行了审计，并出具了天职业字[2018]1 号标准无保留意见的审计报告。

二、影响公司收入、成本、费用和利润的主要因素及具有核心意义的财务或非财务指标

（一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响收入的主要因素

公司作为一家以自主品牌为核心、依托互联网电子商务进行销售的“互联网+护肤品”企业，影响其收入的因素主要包括居民收入水平、居民消费结构、产品销售渠道的多元化发展、市场竞争状况、研发投入及市场开拓能力等因素。

随着城乡居民生活水平不断提高，城镇人民消费结构逐步升级，国内护肤品行业的销售渠道呈现多元化的发展趋势，网络经营和销售愈发重要。随着护肤品行业整体规模不断增长，公司产品销量不断扩大。公司抓住“互联网+护肤品”行业发展机遇，不断推陈出新，大力市场开拓，锁定目标客户，在报告期内实现了销售收入的快速增长。由于我国护肤品市场环境为完全开放的竞争状态，行业竞争激烈，如果将来公司不能在新品研发、广告投入、市场开拓等方面继续保持自身的竞争优势，或者其他品牌大力拓展线上销售渠道，造成互联网销售竞争激烈，则会对公司的收入增长产生不利影响。

2、影响成本的主要因素

公司产品成本主要由委托加工成本和自主生产成本构成，报告期内，委外成本占比分别为 88.91%、85.51%和 85.46%，自主生产成本占比分别为 11.09%、14.49%和 14.54%。若委托加工费、原料及包装材料供应价格大幅波动，将会对公司正常经营产生不利影响，从而影响公司盈利水平和经营业绩。

3、影响费用的主要因素

公司的费用主要包括销售费用和管理费用，其中员工薪酬、品牌宣传费、平台推广服务费、线下推广服务费、快递物流费占期间费用的比重较高，是影响公司期间费用的主要因素。如果公司未来对于销售费用和管理费用控制不力，将会对公司的盈利水平造成不利影响。

4、影响利润的主要因素

报告期内，公司期间费用率总体保持稳定，税金及附加、资产减值损失金额较小，对利润的影响预计较小；影响公司利润的主要因素是公司主营业务综合毛利，即公司营业收入的实现和营业成本的控制。

（二）具有核心意义的财务或非财务指标

1、营业收入增长率

营业收入增长率代表公司业务发展的速度，2016 年度及 2017 年度，公司营业收入增长率分别为 52.32%和 40.61%，反映出公司及其行业正处于较快的发展阶段。

2、毛利率

毛利率代表了公司产品的竞争力和公司的综合盈利能力。报告期内，公司综合毛利率分别为 55.11%、53.18%和 52.63%，整体维持在较高水平，主营业务的盈利能力较强，反映了公司产品的市场竞争力较强。

3、期间费用

报告期内，公司期间费用主要由品牌宣传费、平台推广服务费、线下推广服务费、快递物流费、职工薪酬等构成，其中品牌宣传费、平台推广服务费、线下推广服务费是影响期间费用变动的主要因素。报告期内，公司期间费用率分别为 43.92%、45.33%和 41.14%，扣除股份支付后，公司的期间费用率分别为 39.79%、44.05%和 40.34%，占比较高。若未来公司期间费用控制不当或者销售费用投入未能带来销售收入相应增长，将对公司业绩造成不利影响。

三、财务报告基准日至招股说明书签署日之间的经营状况

财务报告审计基准日至本招股说明书签署日之间，公司经营情况正常，所处行业未出现重大不利变化，不存在可能导致公司业绩异常波动的重大不利因素。

四、财务报表的编制基础及合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础及遵循会计准则的声明

本公司财务报表以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则》及相关规定编制。

公司自本报告期末至少 12 个月内具备持续经营能力，无影响持续经营能力的重大事项。

本公司基于上述编制基础编制的财务报表符合财政部已颁布的最新企业会计准则及其应用指南、解释以及其他相关规定(统称“企业会计准则”)的要求，真实完整地反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

此外，本财务报表参照了《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号-财务报告的一般规定》（2014 年修订）（以下简称“第 15 号文（2014 年修订）”）的列报和披露要求。

（二）合并财务报表范围及变化情况

1、合并报表范围

报告期内，公司合并报表范围如下：

序号	公司名称	注册地	注册资本	直接/间接持股比例	经营业务	合并期限
1	湖南御泥坊化妆品有限公司	湖南省长沙市	2,000 万元	100%	商业	2015 年-2017 年
2	湖南师夷家化妆品有限公司	湖南省长沙市	200 万元	100%	商业	2015 年-2017 年
3	长沙小迷糊化妆品有限公司	湖南省长沙市	200 万元	100%	商业	2015 年-2017 年
4	湖南汇美丽电子商务有限公司	湖南省长沙市	200 万元	100%	电子商务	2015 年-2017 年
5	湖南御家化妆品有限公司	湖南省邵阳市	200 万元	100%	商业	2015 年-2017 年
6	湖南花瑶花化妆品有限公司	湖南省长沙市	200 万元	100%	商业	2015 年-2017 年

7	湖南花花草草化妆品有限公司	湖南省邵阳市	200 万元	100%	商业	2015 年-2017 年
8	湖南御家化妆品制造有限公司	湖南省长沙市	5,000 万元	100%	制造业	2015 年-2017 年
9	湖南御家科技有限公司	湖南省长沙市	200 万元	100%	技术服务	2015 年-2017 年
10	香港薇风科技有限公司	香港	1,014.10 万港元	90.00%	商业	2015 年-2017 年
11	香港御妍科技有限公司	香港	741.84 万港元	77.50%	商业	2015 年-2017 年
12	香港御家韩美科技有限公司	香港	100 美元	100%	商业	2015 年-2017 年
13	香港御家国际科技有限公司	香港	6,769.91 万港元	100%	投资	2015 年-2017 年
14	长沙御家化妆品有限公司	湖南省长沙市	50 万元	100%	商业	2016 年-2017 年
15	湖南御家韩美管理咨询有限公司	湖南省长沙市	500 万元	100%	咨询	2016 年-2017 年
16	湖南御泥坊男士化妆品有限公司	湖南省长沙市	200 万元	100%	商业	2016 年-2017 年
17	长沙薇风化妆品有限公司	湖南省长沙市	50 万元	100%	商业	2016 年-2017 年
18	Yujiahui Korea Coporation	韩国	6,150 万韩元	100%	商业	2016 年-2017 年
19	SmartFarm Cosmetics Co., Ltd.	韩国	125,000 万韩元	70.00%	商业	2016 年-2017 年

2、报告期内合并财务报表范围变化情况

2015 年度，新增 4 家合并单位，为香港薇风、香港御妍、香港御家韩美、御家国际，上述公司于 2015 年新设成立，于当期新纳入合并财务报表范围。

2016 年度，新增 6 家合并单位，为长沙御家、御家韩美、御泥坊男士、长沙薇风、Yujiahui Korea Coporation、SmartFarm Cosmetics Co., Ltd.，上述公司于 2016 年新设成立，于当期新纳入合并财务报表范围。

除此之外，报告期内合并范围未发生变化。

五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

报告期内，公司重大会计政策或会计估计与可比上市公司不存在较大差异。公司报告期内采用的主要会计政策及会计估计具体如下：

（一）主要会计政策和会计估计

1、会计期间和经营周期

（1）会计期间

本公司的会计期间分为年度和中期，会计中期指短于一个完整的会计年度的报告期间。本公司会计年度采用公历年度，即每年自 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

本公司本报告期的期限为 2015 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日。

（2）经营周期

公司经营业务的营业周期较短，以 12 个月作为资产和负债的流动性划分标准。

2、记账本位币

本公司采用人民币作为记账本位币。

3、计量属性在报告期发生变化的报表项目及其报告期采用的计量属性

本公司采用的计量属性包括历史成本、重置成本、可变现净值、现值和公允价值。报告期无计量属性发生变化的报表项目。

4、现金流量表之现金及现金等价物的确定标准

现金流量表的现金指企业库存现金及可以随时用于支付的银行存款等。现金等价物指持有的期限短（一般是指从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

5、企业合并

（1）同一控制下企业合并的会计处理方法

本公司在一次交易取得或通过多次交易分步实现同一控制下企业合并，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。本公司取得的净资产账面价值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

本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。

通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并，应按以下顺序处理：

①调整长期股权投资初始投资成本。购买日之前持有股权采用权益法核算的，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、其他所有者权益变动的，转为购买日所属当期收益，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。

②确认商誉（或计入当期损益的金额）。将第一步调整后长期股权投资初始投资成本与购买日应享有子公司可辨认净资产公允价值份额比较，前者大于后者，差额确认为商誉；前者小于后者，差额计入当期损益。

通过多次交易分步处置股权至丧失对子公司控制权的情形：

①判断分步处置股权至丧失对子公司控制权过程中的各项交易是否属于“一揽子交易”的原则

处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

a.这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；

b.这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；

c.一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；

d.一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

②分步处置股权至丧失对子公司控制权过程中的各项交易属于“一揽子交易”的会计处理方法

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，应当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，在合并财务报表中应当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。

在合并财务报表中，对于剩余股权，应当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子公司自购买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。与原子公司股权投资相关的其他综合收益，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

③分步处置股权至丧失对子公司控制权过程中的各项交易不属于“一揽子交易”的会计处理方法

处置对子公司的投资未丧失控制权的，合并财务报表中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计入资本公积（资本溢价或股本溢价），资本溢价不足冲减的，应当调整留存收益。

处置对子公司的投资丧失控制权的，在合并财务报表中，对于剩余股权，应当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。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

6、合并财务报表的编制方法

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，

由本公司按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》编制。

7、外币业务和外币报表折算

（1）外币业务折算

外币交易在初始确认时，采用交易发生日的即期汇率折算为人民币金额。资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，因汇率不同而产生的汇兑差额，除与购建符合资本化条件资产有关的外币专门借款本金及利息的汇兑差额外，计入当期损益；以历史成本计量的外币非货币性项目仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其人民币金额；以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，差额计入当期损益或其他综合收益。

（2）外币财务报表折算

资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用交易发生日的即期汇率折算；利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的即期汇率折算；也可以采用按照系统合理的方法确定的、与交易发生日即期汇率近似的汇率折算。按照上述折算产生的外币财务报表折算差额，确认为其他综合收益。

8、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、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、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，按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数与初始确认金额扣除按照实际利率法摊销的累计摊销额后的余额两项金额之中的较高者进行后续计量。

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，计入公允价值变动损益；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损益。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）主要金融资产和金融负债的公允价值确定方法

存在活跃市场的金融资产或金融负债，以活跃市场的报价确定其公允价值；不存在活跃市场的金融资产或金融负债，采用估值技术（包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等）确定其公允价值；初始取得或衍生的金融资产或承担的金融负债，以市场交易价格作为确定其公允价值的基础。

（5）金融资产的减值测试和减值准备计提方法

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。

对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试；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。

按摊余成本计量的金融资产，期末有客观证据表明其发生了减值的，根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间的差额确认减值损失。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，或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发生减值时，将该权益工具投资或衍生金融资产的账面价值，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。可供出售金融资产的公允价值发生较大幅度下降且预期下降趋势属于非暂时性时，确认其减值损失，并将原直接计入所有者权益的公允价值累计损失一并转出计入减值损失。其中“较大幅度下降”是指公允价值下跌幅度累计超过 20%；“非暂时性下跌”是指公允价值连续下跌时间超过 12 个月。

9、应收款项

本公司应收款项包括应收账款、其他应收款。

（1）坏账损失计提办法

① 单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准为：单项金额超过 500 万元。

计提方法：期末对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已发生减值，根据其预计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。单独测试未发生减值的应收款项，包括在具有类似信用风险特征的资产组合中进行减值测试。单项测试已确认减值损失的应收款项，不再包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中进行减值测试。

② 按组合计提坏账准备的应收款项

对于单项金额不重大的应收款项，与经单独测试后未减值的应收款项一起按信用风险特征划分为若干组合，根据以前年度与之相同或相类似的、具有类似信

用风险特征的应收款项组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定应计提的坏账准备。确定组合的依据如下：

组合	组合名称	计提方法
组合 1	账龄组合	账龄分析法
组合 2	性质组合	单项认定法

组合中，采用账龄分析法的计提比例如下：

账龄	计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	5
1—2 年（含 2 年）	30
2—3 年（含 3 年）	50
3 年以上	100

本公司将应收代收代扣款项、应收押金保证金等无显著回收风险的款项划为性质组合，不计提坏账准备。

（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：存在客观证据表明本公司将无法按应收款项的原有条款收回款项。

坏账准备计提方法：根据应收款项的预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额进行计提。

（2）坏账损失确认标准

对于有确凿证据表明应收款项确实无法收回时，如债务单位已撤销、破产、资不抵债、现金流量严重不足等，导致债务人确实无法履行偿债义务时，经审核批准，将该部分应收款项确认为坏账损失，并冲销已计提的坏账准备。

10、存货

（1）存货的分类

本公司的存货主要包括原材料、库存商品、发出商品、委托加工物资、包装

物等。

（2）存货的计价

存货取得成本包括采购成本、加工成本和其他成本。购入和入库按实际成本计价，领用和销售原材料以及销售产成品采用加权平均法核算。

（3）存货可变现净值的依据及存货跌价准备的计提方法

期末存货按成本与可变现净值孰低原则计价。对于存货因遭受毁损、全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因，预计其成本不可收回的部分，提取存货跌价准备。产成品及大宗原材料的存货跌价准备按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取；其他数量繁多、单价较低的原辅材料和在产品按类别提取存货跌价准备。

产成品、在产品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，其可变现净值按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；用于生产而持有的材料存货，其可变现净值按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。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算；企业持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为基础计算。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。

11、终止经营

终止经营，是指企业满足下列条件之一的、能够单独区分的组成部分，且该组成部分已经处置或划分为持有待售类别：

（1）该组成部分代表一项独立的主要业务或一个单独的主要经营地区；

（2）该组成部分是拟对一项独立的主要业务或一个单独的主要经营地区进行处置的一项相关联计划的一部分；

（3）该组成部分是专为转售而取得的子公司。

企业应当在利润表中分别列示持续经营损益和终止经营损益。不符合终止经营定义的持有待售的非流动资产或处置组，其减值损失和转回金额及处置损益应当作为持续经营损益列报。终止经营的减值损失和转回金额等经营损益及处置损益应当作为终止经营损益列报。

12、长期股权投资

（1）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（资本溢价或股本溢价）；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

分步实现同一控制下企业合并的，应当以持股比例计算的合并日应享有被合并方账面所有者权益份额作为该项投资的初始投资成本。初始投资成本与其原长期股权投资账面价值加上合并日取得进一步股份新支付对价的公允价值之和的差额，调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积不足冲减的，冲减留存收益。

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。

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；投资者投入的，按照投资合同或协议约定的价值作为其初始投资成本（合同或协议约定价值不公允的除外）。

（2）后续计量及损益确认方法

本公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资，在本公司个别财务报表中采用成本法核算；对具有共同控制或重大影响的长期股权投资，采用权益法核算。

采用成本法时，长期股权投资按初始投资成本计价，除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，按享有被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为当期投资收益，并同时根据有关资产减值政策考虑长期投资是否减值。

采用权益法时，长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，归入长期股权投资的初始投资成本；长期股权投资的初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

采用权益法时，取得长期股权投资后，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益的份额，确认投资损益并调整长期股权投资的账面价值。在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，按照本公司的会计政策及会计期间，并抵销与联营企业及合营企业之间发生的内部交易损益按照持股比例计算归属于投资企业的部分(但内部交易损失属于资产减值损失的，应全额确认)，对被投资单位的净利润进行调整后确认。按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应分得的部分，相应减少长期股权投资的账面价值。本公司确认被投资单位发生的净亏损，以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限，本公司负有承担额外损失义务的除外。对于因被投资单位其他综合收益而产生的所有者权益的变动，公司按应享有的份额，增加或减少长期股权投资的账面价值，同时确认其他综合收益；对于被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应分得的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益以及利润分配以外的因素导致的其他所有者权益变动，相应调整长期股权投资的账面价值，同时确认资本公积（其他资本公积）。

（3）确定对被投资单位具有控制、重大影响的依据

控制，是指拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响回报金额；重大影响，是指投资方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。

（4）长期股权投资的处置

① 部分处置对子公司的长期股权投资，但不丧失控制权的情形

部分处置对子公司的长期股权投资，但不丧失控制权时，应当将处置价款与处置投资对应的账面价值的差额确认为当期投资收益。

采用成本法核算的长期股权投资，处置后剩余股权仍采用成本法核算的，其在取得对被投资单位的控制之前因采用权益法核算或金融工具确认和计量准则核算而确认的其他综合收益，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，并按比例结转当期损益；因采用权益法核算而确认的被投资单位净资产中除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动按比例结转当期损益。

② 部分处置股权投资或其他原因丧失了对子公司控制权的情形

部分处置股权投资或其他原因丧失了对子公司控制权的，对于处置的股权，应结转与所售股权相对应的长期股权投资的账面价值，出售所得价款与处置长期股权投资账面价值之间差额，确认为投资收益（损失）；同时，对于剩余股权，应当按其账面价值确认为长期股权投资或其它相关金融资产。

处置后的剩余股权能够对子公司实施共同控制或重大影响的，应按有关成本法转为权益法的相关规定进行会计处理。

处置后的剩余股权丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，在终止采用权益法时全部转入当期投资收益。

（5）减值测试方法及减值准备计提方法

对子公司、联营企业及合营企业的投资，在资产负债表日有客观证据表明其发生减值的，按照账面价值与可收回金额的差额计提相应的减值准备。

13、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。资产负债表日，有迹象表明投资性房地产发生减值的，按照账面价值与可收回金额的差额计提相应的减值准备。

14、固定资产

（1）确认条件

固定资产指为生产商品或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。

固定资产包括房屋及建筑物、机器设备、办公设备、运输工具、电子设备及其他。

外购固定资产的初始成本包括购买价款、相关税费以及使该资产达到预定可使用状态前所发生的可归属于该项资产的支出。自行建造的固定资产按在建工程（详见本节 “五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计/（一）主要会计政策和会计估计/15、在建工程”）的相关政策确定初始成本。

对于构成固定资产的各组成部分，如果各自具有不同使用寿命或者以不同方式提供经济利益，适用不同折旧率或折旧方法的，则分别将各组成部分确认为单项固定资产。

对于固定资产的后续支出，包括与更换固定资产某组成部分相关的支出，在符合固定资产确认条件时计入固定资产成本，同时将被替换部分的账面价值扣除；与固定资产日常维护相关的支出在发生时计入当期损益。

固定资产以成本减累计折旧及减值准备后在资产负债表内列示。

（2）各类固定资产的折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法。各类固定资产的使用寿命、估计残值率和年折旧率如下：

项目	折旧年限（年）	净残值率（%）	年折旧率（%）
房屋、建筑物	30	5	3.17
机器设备	3-10	5	9.50-31.67
办公设备	3-10	5	9.50-31.67
运输设备	5	5	19.00
电子设备及其他	3-5	5	19.00-31.67

对固定资产使用寿命和预计净残值和折旧方法至少于每年年度终了予以复核。

（3）减值测试方法及减值准备计提方法

资产负债表日，有迹象表明固定资产发生减值的，按照账面价值高于可收回金额的差额计提相应的减值准备。

（4）固定资产处置

固定资产满足下述条件之一时，予以终止确认。

① 固定资产处于处置状态；

② 该固定资产预期通过使用或处置不能产生经济利益。

报废或处置固定资产项目所产生的损益为处置所得款项净额与项目账面金额之间的差额，并于报废或处置日在损益中确认。

15、在建工程

自行建造固定资产的成本包括工程用物资、直接人工、符合资本化条件的借款费用（详见本节 “五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计/（一）主要

会计政策和会计估计/16、借款费用”）和使该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出。

自行建造的固定资产于达到预定可使用状态时转入固定资产，此前列于在建工程，且不计提折旧。在建工程以成本减减值准备（详见本节“五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计/（一）主要会计政策和会计估计/18、非金融长期资产减值”）在资产负债表内列示。

16、借款费用

发生的可直接归属于符合资本化条件的资产的购建的借款费用将予以资本化并计入相关资产的成本。除上述借款费用外，其他借款费用均于发生当期确认为财务费用。

在资本化期间内，确定每一会计期间的利息资本化金额（包括折价或溢价的摊销）的方法如下：

（1）对于为购建符合资本化条件的资产而借入的专门借款，以专门借款按实际利率计算的当期利息费用，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专门借款应予资本化的利息金额。

（2）对于为购建符合资本化条件的资产而占用的一般借款，将根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出的加权平均数乘以所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。资本化率是根据一般借款加权平均的实际利率计算确定。

确定借款的实际利率时，是将借款在预期存续期间或适用的更短期间内的未来现金流量，折现为该借款初始确认时确定的金额所使用的利率。

在资本化期间内，外币专门借款本金及其利息的汇兑差额，予以资本化，计入符合资本化条件的资产的成本。而除外币专门借款之外的其他外币借款本金及其利息所产生的汇兑差额作为财务费用，计入当期损益。

资本化期间是指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间，借款

费用暂停资本化的期间不包括在内。当资本支出和借款费用已经发生及为使资产达到预定可使用状态所必要的购建活动已经开始时，借款费用开始资本化。当购建符合资本化条件的资产达到预定可使用状态时，借款费用停止资本化。对于符合资本化条件的资产在购建过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，本公司及子公司暂停借款费用的资本化。

17、无形资产

无形资产以成本减累计摊销（仅限于使用寿命有限的无形资产）及减值准备（详见本节“五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计/（一）主要会计政策和会计估计/18、非金融长期资产减值”）后在资产负债表内列示。对于使用寿命有限的无形资产，将无形资产的成本扣除预计净残值和累计减值准备后按直线法在预计使用寿命期内摊销。

无法预见未来经济利益期限的无形资产被视为使用寿命不确定的无形资产，这类无形资产不予摊销。截至资产负债表日，本公司及子公司无使用寿命不确定的无形资产。

内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。开发阶段的支出，如果开发形成的某项产品或工序等在技术和商业上可行，而且本公司或子公司有充足的资源和意向完成开发工作，并且开发阶段支出能够可靠计量，则开发阶段的支出便会予以资本化。资本化开发支出按成本减减值准备（详见本节“五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计/（一）主要会计政策和会计估计/18、非金融长期资产减值”）在资产负债表内列示。其他开发费用则在其产生的期间内确认为费用。

18、非金融长期资产减值

本公司及子公司在资产负债表日根据内部及外部信息以确定下列资产是否存在减值的迹象，包括：固定资产、在建工程、无形资产、对子公司、合营公司或联营公司的长期股权投资及商誉。

本公司及子公司对存在减值迹象的资产进行减值测试，估计资产的可收回金

额。此外，无论是否存在减值迹象，本公司及子公司至少每年对尚未达到可使用状态的无形资产估计其可收回金额，于每年年度终了对商誉及使用寿命不确定的无形资产估计其可收回金额。本公司及子公司依据相关资产组或者资产组组合能够从企业合并的协同效应中的受益情况分摊商誉账面价值，并在此基础上进行商誉减值测试。

可收回金额是指资产（或资产组、资产组组合，下同）的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者。

资产组是可以认定的最小资产组合，其产生的现金流入基本上独立于其他资产或者资产组。资产组由创造现金流入相关的资产组成。在认定资产组时，主要考虑该资产组能否独立产生现金流入，同时考虑管理层对生产经营活动的管理方式、以及对资产使用或者处置的决策方式等。

资产的公允价值减去处置费用后的净额，是根据公平交易中销售协议价格减去可直接归属于该资产处置费用的金额确定。资产预计未来现金流量的现值，按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的税前折现率对其进行折现后的金额加以确定。

可收回金额的估计结果表明，资产的可收回金额低于其账面价值的，资产的账面价值会减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。与资产组或者资产组组合相关的减值损失，先抵减分摊至该资产组或者资产组组合中商誉的账面价值，再根据资产组或者资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值，但抵减后的各资产的账面价值不得低于下述三者之中最高者：（1）该资产的公允价值减去处置费用后的净额（如可确定）、（2）该资产预计未来现金流量的现值（如可确定）和（3）零。

资产减值损失一经确认，在以后会计期间不会转回。

19、职工薪酬

本公司职工薪酬主要包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工薪酬。

（1）短期薪酬的会计处理方法

短期薪酬包括工资、奖金、津贴和补贴、职工福利费、医疗保险费、工伤保险费、生育保险费、住房公积金、工会经费和职工教育经费、短期带薪缺勤等。本公司在职工提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。其中，非货币性福利按照公允价值计量。

（2）离职后福利的会计处理方法

本公司将离职后福利计划分类为设定提存计划和设定受益计划。设定提存计划是本公司向独立的基金缴存固定费用后，不再承担进一步支付义务的离职后福利计划；设定受益计划是除设定提存计划以外的离职后福利计划。于报告期内，本公司的离职后福利主要是为员工缴纳的基本养老保险和失业保险，均属于设定提存计划。

基本养老保险：本公司职工参加了由当地劳动和社会保障部门组织实施的社会基本养老保险。本公司以当地规定的社会基本养老保险缴纳基数和比例，按月向当地社会基本养老保险经办机构缴纳养老保险费。职工退休后，当地劳动及社会保障部门有责任向已退休员工支付社会基本养老金。本公司在职工提供服务的会计期间，将根据上述社保规定计算应缴纳的金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

设定受益计划：设定受益计划是一项并非设定提存计划的退休计划。设定受益计划一般会确定职工在退休时可收取的退休福利金额，通常根据年龄、服务年限和员工个人职务等级等一个或多个因素而定。设定受益债务每年由独立精算师利用预期累计福利法计算。设定受益债务的现值利用将用以支付福利的货币为单位计值且到期与有关的退休负债的条款相近似的高质量的公司债券的利率，将预计的未来现金流出金额折现计算得出。根据经验而调整的精算利得和损失以及精算假设的变动，在产生期间内于其他综合收益的权益中确认。过往服务成本在发生时确认为收益。

（3）辞退福利的会计处理方法

本公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系、或者为鼓励职工自

愿接受裁减而提出给予补偿，在本公司不能单方面撤回解除劳动关系计划或裁减建议时和确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本费用时两者孰早日，确认因解除与职工的劳动关系给予补偿而产生的负债，同时计入当期损益。

（4）其他长期职工福利的会计处理方法

本公司向接受内部退休安排的职工提供内退福利。内退福利是指，向未达到国家规定的退休年龄、经本公司管理层批准自愿退出工作岗位的职工支付的工资及为其缴纳的社会保险费等。本公司自内部退休安排开始之日起至职工达到正常退休年龄止，向内退职工支付内部退养福利。对于内退福利，本公司比照辞退福利进行会计处理，在符合辞退福利相关确认条件时，将自职工停止提供服务日至正常退休日期间拟支付的内退职工工资和缴纳的社会保险费等，确认为负债，一次性计入当期损益。内退福利的精算假设变化及福利标准调整引起的差异于发生时计入当期损益。

预期在资产负债表日起一年内需支付的辞退福利，列示为流动负债。

20、预计负债

（1）因对外提供担保、诉讼事项、产品质量保证、附有销售退回条件的商品销售合同等或有事项形成的义务成为公司承担的现时义务，履行该义务很可能导致经济利益流出公司，且该义务的金额能够可靠的计量时，公司将该项义务确认为预计负债。

（2）按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数对预计负债进行初始计量，并在资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核。

21、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）权益工具公允价值的确定方法

①存在活跃市场的，按照活跃市场中的报价确定。

②不存在活跃市场的，采用估值技术确定，包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

本公司权益工具公允价值的确定方法为：

公司股权激励公允价值取得的具体依据为：①在授予日前后六个月以内如有外部投资者入股，按照孰高入股价格；②如果前后六个月没有外部投资者入股，按照最新一次外部投资者入股市盈率和相应年度净利润计算的公允价值确定。

（3）确认可行权权益工具最佳估计的依据

根据最新取得的可行权职工数变动等后续信息进行估计。

（4）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，在授予日按本集团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，按本集团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，本集团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，本集团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；如果本集团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，本集团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，本集团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。

如果本集团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。

22、收入

（1）商品销售收入

本公司销售商品收入同时满足下列条件的，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既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有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。

本公司收入具体原则为：

公司通过互联网直接销售的收入确认具体方法：消费者将货款支付至互联网支付平台，公司发出商品，消费者收到货物，公司收到货款时确认收入。

公司通过经销模式销售的收入确认具体方法：公司在产品交付客户指定的接收方、接收方签收后或者收到销售清单后确认销售收入。

公司通过代销模式销售的收入确认具体方法：公司在收到客户确认的结算（代销）清单时确认销售收入。

公司通过实体店销售的收入确认具体方法：公司在产品交付至客户并收到款项时确认销售收入。

（2）提供劳务收入

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。本公司根据提供服务期间占合同约定服务期间比例来确定完工进度，在资产负债表日提供劳务交易结果不能可靠估计的，分别下列情况处理：①已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照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；②已经发生的成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的成本计入当期收益，不确认提供劳务收入。

22、政府补助

（1）政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指企业取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。

与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

（2）与政府补助相关的递延收益的摊销方法以及摊销期限的确认方法

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，自相关资产可供使用时起，按照相关资产的预计使用期限，将递延收益平均分摊转入当期损益。

如相关文件有明确规定需达到一定标准后验收的，则在收到政府补助时计入递延收益，项目验收后计入当期损益。

（3）政府补助的确认和计量

当有证据表明公司能够符合财政扶持政策规定的相关条件且预计能够收到

财政扶持资金时，按应收金额确认为政府补助；除此之外，政府补助均于实际收到时确认。

政府补助为货币性资产的，应当按照收到或应收的金额计量。

政府补助为非货币性资产的，应当按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

（4）政府补助的核算方法为总额法

①与资产相关的政府补助，应当确认为递延收益，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，应当分别按下列情况处理：

A、用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间，计入当期损益。

B、用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

（5）与企业日常活动相关的政府补助，应当按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与企业日常活动无关的政府补助，应当计入营业外收入。

23、递延所得税资产和递延所得税负债

（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。

（二）会计政策变更情况

财政部于 2016 年 12 月 3 日发布了《增值税会计处理规定》（财会[2016]22 号），适用于 2016 年 5 月 1 日起发生的相关交易。

财政部 2017 年 4 月 28 日颁布新制定的《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》,该准则自 2017 年 5 月 28 日起施行,对于该准则施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，应当采用未来适用法处理。公司自 2017 年 5 月 28 日起施行。

财政部于 2017 年 5 月 10 日发布了财会[2017]15 号文，对《企业会计准则第 16 号——政府补助》进行了修订。修订后的准则将自 2017 年 6 月 12 日起施行，并自 2017 年 1 月 1 日起采用未来适用法。

本公司执行该规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
将利润表中的营业税金及附加项目调整为税金及附加项目。将自 2016 年 5 月 1 日起企业经营活动发生的房产税、土地使用税、车船使用税、印花税从管理费用项目重分类至税金及附加项目，2016 年 5 月 1 日之前发生的税费不予调整。比较数据不予调整。	税金及附加 合并报表：增加税金及附加 2016 年金额 1,488,531.35 元，减少管理费用 2016 年金额 1,488,531.35 元；增加税金及附加 2017 年度金额 3,856,118.90 元，减少管理费用 2017 年度金额 3,856,118.90 元； 母公司单体报表：增加税金及附加 2016 年金额 56,106.21 元，减少管理费用 2016 年金额 56,106.21 元；增加税金及附加 2017 年度金额 85,278.53 元，减少管理费用 2017 年度金额 85,278.53 元。
利润表中增加其他收益项目。 将 2017 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日收到	其他收益 合并报表：无影响；

的政府补助，根据新修订的会计准则进行披露。与公司日常活动相关的政府补助，计入其他收益，不再计入营业外收入。比较数据不予调整。	母公司单体报表：无影响。
利润表中增加资产处置收益、持续经营净利润、终止经营净利润项目。 从 2017 年 5 月 28 日至 2017 年 12 月 31 日，将期末存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，根据新修订的会计准则进行披露，比较数据不予调整。	终止经营净利润 合并报表：183,704.82 元； 母公司单体报表：无影响；

（三）会计估计变更及前期差错更正

本公司本报告期无会计估计变更事项、无前期重大会计差错更正事项。

六、本公司主要税收政策、缴纳的主要税种及税率

（一）主要税种及适用税率

税种	计税依据	税率
增值税	销项税扣除允许抵扣的进项税的差额	17%、6%、5%
企业所得税	应纳税所得额	25%、17%、16.5%、15%
城市维护建设税	应纳流转税税额	7%、5%
教育费附加	应纳流转税税额	3%
地方教育附加	应纳流转税税额	2%

1、增值税

公司商品销售收入适用增值税。其中：内销商品销项税率为 17%，购买原材料等所支付的增值税进项税额可以抵扣销项税，税率为 17%；提供技术服务销项税率为 6%；房租租赁销项税率为 5%。

增值税应纳税额为当期销项扣除当期允许抵扣的进项税后的余额。

2、企业所得税

除特别注明的子公司外，母公司及其他子公司报告期适用企业所得税税率为 25%，子公司湖南御家化妆品制造有限公司 2016 年度至 2018 年度按 15%的优惠税率缴纳企业所得税，纳入合并范围的香港子公司所得税税率为 16.50%，纳入合并范围的台湾公司所得税税率为 17%。

3、城市维护建设税

报告期内公司按当期应纳流转税额的 7%缴纳城市维护建设税；子公司湖南御家化妆品有限公司按当期应纳流转税额的 5%缴纳城市维护建设税。

4、教育费附加及地方教育附加

报告期内公司按当期应纳流转税额的 5%缴纳教育费附加及地方教育附加。

（二）税收优惠及批文

本公司全资子公司御家制造经湖南省科学技术厅、湖南省财政厅、湖南省国家税务局、湖南省地方税务局共同确认通过高新技术企业申请，于 2016 年 12 月 6 日取得高新技术企业证书，高新技术企业证书编号为 GR201643000172，有效期三年。根据长沙市高新区国家税务局出具的《企业所得税优惠事项备案表》批复，御家制造于 2016 年至 2018 年减按 15%的税率征收企业所得税。

七、本公司分部信息

公司主导产品结构单一且较集中，公司董事会未区分经营分部。

八、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益（2008 年修订）》，天职国际对本公司的非经常性损益进行了核验，并出具了《非经常性损益明细表鉴证报告》（天职业字[2018]1-2 号）。本公司报告期内非经常性损益情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-18.47	-25.11	-40.26
计入当期损益的政府补助，但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	3,207.47	2,067.11	330.83
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-394.76	33.30	-63.06
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-1,219.57	-1,494.28	-3,172.40

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
非经常性损益合计	**1,574.67**	**581.02**	**-2,944.90**
减：所得税影响金额	500.15	519.70	55.84
扣除所得税影响后的非经常性损益	**1,074.52**	**61.32**	**-3,000.74**
其中：归属于母公司所有者的非经常性损益	1,074.52	61.32	-3,000.74
归属于少数股东的非经常性损益	-	-	-
扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润	**14,774.90**	**7,315.76**	**8,315.51**

九、本公司主要财务指标

（一）基本财务指标

项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	2.64	2.08	1.44
速动比率（倍）	1.49	0.90	0.57
资产负债率（合并）	36.95%	46.11%	64.34%
资产负债率（母公司）	50.87%	3.21%	2.86%
无形资产占净资产的比例	1.10%	1.57%	2.71%
归属于母公司股东的每股净资产（元）	4.50	3.09	-
项目	**2017 年度**	**2016 年度**	**2015 年度**
应收账款周转率（次/年）	21.16	22.19	16.99
存货周转率（次/年）	2.64	1.95	2.15
息税折旧摊销前利润（万元）	19,993.95	10,408.75	8,511.87
利息保障倍数	72.03	25.42	112.08
每股经营活动产生的现金流量（元）	1.45	-0.61	-
每股净现金流量（元）	0.62	0.55	-

注：上述指标的计算公式如下：

1、流动比率=流动资产/流动负债

2、速动比率=（流动资产-存货-其他流动资产）/流动负债

3、资产负债率=（负债总额/资产总额）×100%

4、无形资产占净资产的比例=无形资产（扣除土地使用权、采矿权等后）/净资产×100%

5、归属于母公司股东的每股净资产=期末归属于母公司所有者的权益/期末股本总数

6、应收账款周转率=营业总收入/应收账款平均余额

7、存货周转率=营业成本/存货平均余额

8、息税折旧摊销前利润＝利润总额＋费用化利息支出＋折旧＋摊销

9、利息保障倍数＝（利润总额+利息费用）/利息费用

10、每股经营活动产生的现金流量＝经营活动产生的现金流量净额/期末股本总数

11、每股净现金流量＝现金及现金等价物净增加额/期末股本总数。

（二）净资产收益率及每股收益

按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第九号—净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）的要求，本公司最近三年净资产收益率及每股收益如下：

报告期利润	报告期	加权平均净资产收益率（%）	每股收益	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于母公司股东的净利润	2017 年度	34.43	1.32	1.32
	2016 年度	27.59	0.62	0.62
	2015 年度	41.75	-	-
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	2017 年度	32.09	1.23	1.23
	2016 年度	27.36	0.61	0.61
	2015 年度	65.39	-	-

注：1、加权平均净资产收益率

加权平均净资产收益率=P0/(E0＋NP÷2＋Ei×Mi÷M0–Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷M0)

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

2、基本每股收益

基本每股收益=P0÷S，S=S0＋S1＋Si×Mi÷M0–Sj×Mj÷M0-Sk

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

3、公司不存在稀释性潜在普通股

十、承诺及或有事项、资产负债表日后事项及其他重要事项

（一）承诺及或有事项

1、重要承诺事项

截至本报告期末，本公司未发生需披露对财务报表及经营情况产生重大影响的承诺事项。

2、或有事项

截至本报告期末，公司无需披露的或有事项。

（二）资产负债表日后事项

截至本报告期末，公司无需披露的日后事项。

（三）其他重要事项

截至资产负债表日，公司无需披露的其他重要事项。

十一、盈利能力分析

报告期内，公司各项业务稳定发展，销售毛利率平均为 53.64%，报告期内，公司归属于母公司股东净资产收益率分别为 41.75%、27.59%和 34.43%，扣除非经常性损益后净资产收益率分别为 65.39%、27.36%和 32.09%。2016 年，公司增资扩股及经营积累增加了净资产规模，同时因确认股份支付费用等因素综合导致归属于母公司股东净资产收益率及扣除非经常性损益后归属于母公司股东净资产收益率较上年有所下降；2017 年，公司收入规模持续扩大，毛利率基本保持稳定，期间费用较为稳定，盈利能力提升较快。

报告期内，公司主要经营成果如下：

单位：万元、%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
一、营业收入	**164,639.99**	**40.61**	**117,089.27**	**52.32**	**76,872.25**
减：营业成本	77,983.20	42.25	54,822.59	58.87	34,507.97
二、营业毛利	**86,656.79**	**39.17**	**62,266.68**	**46.98**	**42,364.28**
减：税金及附加	1,833.59	85.15	990.34	63.19	606.88
销售费用	55,881.97	36.24	41,016.48	73.05	23,702.69
管理费用	11,410.07	-1.09	11,535.83	15.73	9,967.53
财务费用	446.07	-14.71	523.00	472.62	91.33
资产减值损失	959.93	28.90	744.73	3,458.45	20.93
加：投资收益	110.54	-	-	-	-
三、营业利润	**16,235.70**	**117.74**	**7,456.31**	**-6.50**	**7,974.91**
加：营业外收入	3,277.10	55.00	2,114.20	485.90	360.84
减：营业外支出	482.87	1,141.40	38.90	-70.83	133.34
四、利润总额	**19,029.93**	**99.65**	**9,531.61**	**16.20**	**8,202.42**
减：所得税费用	3,212.23	41.38	2,272.13	-21.74	2,903.45
五、净利润	**15,817.70**	**117.89**	**7,259.48**	**37.00**	**5,298.96**

（一）营业收入分析

1、营业收入构成及变动情况分析

单位：万元、%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	164,008.48	99.62	116,915.37	99.85	76,625.84	99.68
其他业务收入	631.51	0.38	173.89	0.15	246.41	0.32
合计	**164,639.99**	**100.00**	**117,089.27**	**100.00**	**76,872.25**	**100.00**

公司营业收入包含主营业务收入和其他业务收入，其中，主营业务收入主要为面膜、水乳膏霜等销售收入。2015 至 2017 年度，公司其他业务收入主要为材料出售收入和收到的品牌营销等服务费。

最近三年，公司主营业务收入复合增长率为 46.30%，保持快速增长的态势。公司营业收入增长的主要驱动因素如下：

（1）行业发展趋势良好

①化妆品电子商务行业发展较快

随着信息技术的快速发展，电子商务行业很大程度上改变了传统企业的经营业态，成为我国经济发展的重要推动力之一。截至 2017 年 6 月，我国网络购物用户规模达到 5.14 亿，相较 2016 年底增长 10.2%，其中，手机网络购物用户规模达到 4.80 亿，半年增长率为 9.0%，使用比例由 63.4%增至 66.4%。

作为网络交易的细分品类，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%。未来，随着化妆品品牌方和线下专营店积极发展线上渠道，以及电商平台通过与品牌方合作，为用户提供更好的产品和消费体验，化妆品网络零售市场规模将继续增长，化妆品线上渗透将进一步加深，发展趋势良好。

②护肤品及面膜细分领域增速较快

据 Euromonitor 的统计数据显示，2016 年我国护肤品市场容量为 1,692.7 亿元，占化妆品整体市场 51.0%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、42.7 亿元、45.0 亿元和 126.6 亿元。2011-2016 年护肤品市场的年均复合增长率达到 8%，高于化妆品行业的整体增速。

对于公司所处的细分行业，2016 年我国面膜市场容量为 180.72 亿元，占护肤品整体市场 10.68%的份额。2011-2016 年面膜市场的年均复合增长率达到 15.5%，高于护肤品的整体增速，发展趋势良好。

③护肤品消费人群迅速增长

护肤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，为护肤品市场带来了更多的市场机会。

（2）公司抓住行业发展机会，不断提升竞争力，实现快速发展

①持续加强品牌建设

公司通过多年持续的网络口碑传播和品牌推广，旗下已经拥有两个“亿元级”自有销售品牌，其中“御泥坊”在消费者群体中具备较高的知名度，拥有了一批忠实用户群体，是公司的最核心品牌。同时，公司进行差异化多品牌策略，通过自主培育和外延式收购不断发展新品牌，如“小迷糊”、“御泥坊男士”、“花瑶花”、“师夷家”、“薇风”等，每个品牌的市场定位不同，有助于覆盖不同的消费群体，提升增长动力。

②不断夯实线上渠道优势

自成立以来，电商渠道一直是公司最主要的销售渠道。公司与主要电子商务平台均建立了良好的合作关系，在电子商务领域如火如荼发展的行业背景下，公司在主要平台实现与市场同步或更快增长。

同时，公司已打造了一支经验丰富的管理团队和业务水平较高的电商运营人才，在店铺运营、营销策划、仓储物流、线上客服等方面具备出色的组织决策、开拓创新、沟通疏导、预见执行能力，有助于带领公司不断适应化妆品电子商务的变化趋势，稳固线上渠道优势，以持续提升线上渠道销售收入。

③注重产品研发和产品质量

公司研发体系一直伴随业务发展而不断完善，目前已构建起基础研究、产品开发、工艺开发、功效测评、包材实验等 90 余位专业研发队伍，取得了多项护肤品配方或独有成分的研发成果，公司参与起草制定了《面膜》（QB/T 2872-2017）行业标准。公司现已拥有多项专利，产品包装曾获得德国红点奖，具有较强的研发实力。

公司高度重视产品品质，核心原料选取主要来自于德国巴斯夫、美国陶氏、美国杜邦、德国德之馨等全球原料供应商。同时，公司设置质量管理部专门负责产品质量管控，配置了领先的研发检测设备，对于自产和委托加工产品进行 100%质检，有力确保了产品品质。持续的产品研发投入和质量提升是公司收入增长的内在动力。

2、主营业务收入构成分析

（1）主营业务收入按品牌划分

单位：万元、%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
御泥坊	114,869.99	70.04	96,135.10	82.23	65,259.59	85.17
小迷糊	21,808.70	13.30	11,028.17	9.43	6,123.07	7.99
花瑶花	2,013.75	1.23	3,097.77	2.65	3,033.77	3.96
师夷家	1,096.09	0.67	1,791.98	1.53	2,025.86	2.64
薇风	951.99	0.58	524.55	0.45	180.28	0.24
代理品牌	20,438.01	12.46	3,852.71	3.30	-	-
其他	2,829.96	1.73	485.08	0.41	3.27	0.00
合计	**164,008.48**	**100.00**	**116,915.37**	**100.00**	**76,625.84**	**100.00**

注：代理品牌为“城野医生”和“丽得姿”品牌；其他主要为“御泥坊男士”品牌。

公司推行多品牌运营战略，“御泥坊”品牌产品收入是公司最主要的收入来源。公司的主营业务收入主要由“御泥坊”、“小迷糊”、“花瑶花”、“师夷家”等品牌贡献，并逐步增加了“薇风”、“丽得姿”、“城野医生”等国际化品牌，品牌结构未发生重大变化。

（2）主营业务收入按产品品类划分

单位：万元、%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
贴式面膜	113,985.79	69.81	92,230.32	79.54	58,111.45	76.92
非贴式面膜	11,103.95	6.80	8,165.21	7.04	6,435.62	8.52
水乳膏霜	38,201.64	23.39	15,555.45	13.42	11,004.95	14.57
合计	**163,291.38**	**100.00**	**115,950.99**	**100.00**	**75,552.01**	**100.00**

公司产品品类丰富，可充分满足不同护肤需求。报告期内，贴式面膜的销售收入增长较快，主要因为贴式面膜使用方便，受到消费者的欢迎；水乳膏霜的营业收入逐步增长，主要系公司不断扩展产品线，产品从单一面膜品类逐步向水乳膏霜类拓展，且公司代理销售的“城野医生”品牌收入增幅较快，其产品线主要为水乳膏霜类。报告期内，公司非贴式面膜的销售金额保持稳定增长趋势。

（3）主营业务收入按销售模式划分

单位：万元、%

渠道	项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上	自营	77,585.38	47.31	50,032.19	42.79	33,223.12	43.36
	经销	27,933.39	17.03	22,978.03	19.65	15,865.98	20.71
	代销	51,856.03	31.62	36,424.16	31.15	25,411.01	33.16
线下	自营	518.32	0.32	851.95	0.73	992.05	1.29
	经销	4,189.32	2.55	4,813.05	4.12	1,120.04	1.46
	代销	1,926.04	1.17	1,815.99	1.55	13.65	0.02
合计		**164,008.48**	**100.00**	**116,915.37**	**100.00**	**76,625.84**	**100.00**

报告期内，公司线上销售收入占比在 93%以上，线上销售模式采用自营、经销和代销相结合。公司的自营渠道销售收入呈增长趋势，2017 年占总收入的比重增幅较大，主要原因为天猫平台新增 4 家店铺且旗舰店营业收入增幅较大。报告期内，线上经销、代销收入不断增长，主要系公司顺应电子商务发展趋势加大了与 B2C 电子商务平台的合作力度，与主要电商客户唯品会、京东在经销、代销模式下实现销售收入增幅较大。

报告期内，公司线下渠道销售收入占比分别为 2.77%、6.40%和 4.04%，占比较小。近年来，公司逐步拓展线下销售渠道，与现有的线上销售渠道进行补充。报告期内，公司线下自营销售收入占比为 1.29%、0.73%和 0.32%，占比有所下降，主要系报告期内公司关闭了部分线下直营店。2016 年，公司线下经销模式销售收入占比上升，主要系公司自 2015 年开始拓展线下经销渠道，2016 年加大了拓展力度。2016 年线下代销模式销售收入增长较快，主要系公司逐步加大了屈臣氏等线下代销渠道的拓展力度。

公司主要品牌分渠道销售情况如下：

①御泥坊品牌

单位：万元、%

渠道	项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比

渠道	项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上	自营	54,588.18	47.52	40,808.20	42.45	29,247.72	44.82
	经销	16,689.22	14.53	20,671.91	21.50	14,891.78	22.82
	代销	37,076.93	32.28	27,228.02	28.32	18,999.23	29.11
线下	自营	516.07	0.45	850.65	0.88	989.37	1.52
	经销	4,134.67	3.60	4,760.33	4.95	1,120.04	1.72
	代销	1,864.91	1.62	1,815.99	1.89	11.45	0.02
合计		**114,869.99**	**100**	**96,135.10**	**100.00**	**65,259.59**	**100.00**

②小迷糊品牌

单位：万元、%

渠道	项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上	自营	8,997.27	41.26	3,489.28	31.64	2,540.81	41.50
	经销	2,324.73	10.66	1,492.45	13.53	448.01	7.32
	代销	10,486.70	48.08	6,046.44	54.83	3,132.05	51.15
线下	代销	-	0.00	-	0.00	2.20	0.04
合计		**21,808.70**	**100.00**	**11,028.17**	**100.00**	**6,123.07**	**100.00**

报告期内，御泥坊品牌各销售模式收入分布情况与公司整体保持一致；小迷品牌线上代销渠道和自营渠道销售收入增幅较快，占比较高。

3、主营业务收入的季节性波动分析

报告期内，公司各季度的主营业务收入情况如下：

单位：万元、%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	26,858.02	16.38	23,188.79	19.83	10,654.05	13.90
第二季度	35,255.36	21.50	29,313.86	25.07	15,244.99	19.90
第三季度	47,433.15	28.92	28,951.63	24.76	20,319.69	26.52
第四季度	54,461.94	33.21	35,461.10	30.33	30,407.11	39.68

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	**164,008.48**	**100.00**	**116,915.37**	**100.00**	**76,625.84**	**100.00**

公司实现的主营业务收入主要集中在第三季度、第四季度。2015 至 2017 年，公司第三季度、第四季度实现的营业收入占比分别为 66.20%、55.09%和 62.13%，主要系第三季度为夏秋季，面膜等护肤品使用较为频繁，而第四季度电商平台促销活动较多，故公司第三季度、第四季度销售收入高于其他季度。

（二）营业成本分析

1、营业成本变动分析

报告期内，公司营业成本构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	77,638.69	99.56	54,791.86	99.94	34,272.88	99.32
其他业务成本	344.51	0.44	30.73	0.06	235.09	0.68
合计	**77,983.20**	**100.00**	**54,822.59**	**100.00**	**34,507.97**	**100.00**

公司营业成本主要由主营业务成本构成，报告期内主营业务成本占营业成本的比例均为 99%以上。2015 至 2017 年度，公司的其他业务成本主要为材料出售结转的成本，占比较小。公司营业成本构成与营业收入构成结构相匹配。

2、营业成本构成分析

（1）主要品牌的主营业务成本

单位：万元、%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
御泥坊	49,304.61	63.51	42,127.29	76.89	28,731.20	83.83
小迷糊	12,446.85	16.03	6,958.11	12.70	3,172.01	9.26
花瑶花	1,033.54	1.33	1,589.01	2.90	1,373.42	4.01
师夷家	606.28	0.78	1,083.39	1.98	903.70	2.64

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
薇风	485.14	0.62	274.96	0.50	88.33	0.26
代理品牌	12,469.09	16.06	2,517.38	4.59	-	-
其他	1,293.18	1.67	241.72	0.44	4.23	0.01
合计	**77,638.69**	**100.00**	**54,791.86**	**100.00**	**34,272.88**	**100.00**

报告期内，公司成本结构相对稳定，且与主营业务收入结构相匹配。

（2）主要品类的主营业务成本

单位：万元、%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
贴式面膜	52,424.01	68.20	43,259.89	80.21	26,563.18	79.29
非贴式面膜	4,901.79	6.38	3,450.83	6.40	2,375.65	7.09
水乳膏霜	19,538.85	25.42	7,222.22	13.39	4,561.29	13.62
合计	**76,864.65**	**100.00**	**53,932.93**	**100.00**	**33,500.11**	**100.00**

从产品品类方面来看，公司主营业务成本主要为销售贴式面膜、水乳膏霜的成本，报告期内贴式面膜的销售成本占比为 79.29%、80.21%和 68.20%；水乳膏霜的销售成本占比为 13.62%、13.39%和 25.42%。公司主营业成本的产品品类结构及变动与主营业务收入相匹配。

（3）主营业务成本对应的产品数量、成本金额、成本明细、单位成本及其变动原因

报告期内，发行人主营业务成本对应的产品数量、成本金额、成本明细、单位成本及其变动原因如下：

单位：万元、万片、万个、元/个、元/片

项目	品类	2017 年度	2016 年度	2015 年度
成本金额	贴式面膜	52,424.01	43,259.89	26,563.18
	非贴式面膜	4,901.97	3,450.83	2,375.65
	水乳膏霜	19,538.85	7,222.22	4,561.29
产品数量	贴式面膜	44,210.26	33,096.49	18,800.19
	非贴式面膜	589.67	378.59	264.07

	水乳膏霜	2,222.57	1,531.68	971.20
单位成本	贴式面膜	1.19	1.31	1.41
	非贴式面膜	8.31	9.11	9.00
	水乳膏霜	8.79	4.72	4.70

报告期内，发行人的贴式面膜成本呈下降趋势，主要原因系一是发行人的产品结构升级，单层面膜（主要为黑膜）产销量增大，三层面膜（由蓝膜、珠光膜和面膜基布组成）产销量占比下降，使得蓝膜和珠光膜的用量减小，贴式面膜单位成本下降；二是自 2014 年末开始，发行人原料由委托加工商代为采购转变为自主采购，并随着议价能力提高，膜布、保湿剂等原材料的采购价格下降；第三，公司根据市场需求调整产品结构，小容量规格的贴式面膜销量占比上升。

2017 年度，发行人的水乳膏霜单位成本有所上升，主要系代理销售的“城野医生”品牌主要为水乳膏霜品类，其单位成本较高。

发行人主营业务成本对应的成本明细如下：

单位：万元、%

模式	项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
自主生产	直接材料	8,765.10	11.29	6,333.04	11.56	2,857.88	8.34
	直接人工	956.71	1.23	618.50	1.13	460.35	1.34
	制造费用	1,563.17	2.01	986.61	1.80	483.34	1.41
	小计	**11,284.99**	**14.54**	**7,938.16**	**14.49**	**3,801.56**	**11.09**
委托加工	自采材料	46,118.41	59.40	31,535.89	57.56	18,511.75	54.01
	委托加工成本	20,235.30	26.06	15,317.81	27.96	11,959.57	34.90
	小计	**66,353.71**	**85.46**	**46,853.70**	**85.51**	**30,471.32**	**88.91**
合计		**77,638.69**	**100.00**	**54,791.86**	**100.00**	**34,272.88**	**100.00**

（4）单位成本构成情况

贴式面膜是发行人最主要的产品，发行人自主生产的贴式面膜单位成本构成情况如下：

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
直接人工	8.32%	7.82%	12.04%
制造费用	13.87%	12.10%	12.61%
直接材料	77.81%	80.08%	75.35%
其中：保湿剂	18.40%	18.61%	16.88%
活性物	8.15%	6.84%	5.53%
彩盒	5.97%	6.73%	7.31%
膜布	20.60%	25.54%	26.01%
铝膜袋	14.06%	13.81%	14.01%

（三）毛利率分析

1、各品牌的毛利率分析

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
御泥坊	57.08%	56.18%	55.97%
小迷糊	42.93%	36.91%	48.20%
花瑶花	48.68%	48.70%	54.73%
师夷家	44.69%	39.54%	55.39%
薇风	49.04%	47.58%	51.01%
代理品牌	38.99%	34.66%	-
其他	54.30%	50.17%	-
主营业务毛利率	**52.66%**	**53.14%**	**55.27%**

报告期内，“御泥坊”品牌毛利率分别为 55.97%、56.18%和 57.08%，基本保持稳定，由于“御泥坊”品牌是本公司的主打品牌，其毛利率高于公司的其他品牌。

2016 年，公司其他品牌“小迷糊”、“花瑶花”、“师夷家”的毛利率较上年均有所下降，主要系公司加大了上述品牌的推广力度，销售单价因让利推广有所下降。2017 年度，公司“御泥坊”、“小迷糊”等品牌毛利率上升，主要系发行人优化销售策略，同时单位成本有所下降；代理品牌的毛利率有所增长，主要系代理销售的“城野医生”品牌毛利率较高，同时“丽得姿”品牌销售单价提高。

2、主要产品品类的毛利率分析

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
贴式面膜	54.01%	53.10%	54.29%
非贴式面膜	55.86%	57.74%	63.09%
水乳膏霜	48.85%	53.57%	58.55%

2016 年度，公司贴式面膜、非贴式面膜和水乳膏霜的毛利率有所下降，主要系公司为提高市场占有率，较多地参与了各大电商平台的促销推广活动，一方面较快提升了公司的营业收入，2016 年度营业收入同比增长 52.32%；另一方面对公司毛利率造成了一定影响。2017 年度，贴式面膜的毛利率有所增长，主要系发行人调整了销售策略、优化产品结构且单位成本有所下降；水乳膏霜毛利率有所下降，主要系公司代理销售的“城野医生”品牌主要系水乳膏霜品类，其毛利率低于公司自有品牌。

3、与同行业可比公司综合毛利率比较分析

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
上海家化	69.92%	61.26%	59.18%
丽人丽妆	35.65%	35.32%	35.81%
珀莱雅	62.58%	61.96%	63.86%
毛戈平	78.88%	78.22%	79.70%
丸美股份	-	67.67%	68.66%
平均值	**61.76%**	**60.89%**	**61.44%**
公司	**52.63%**	**53.18%**	**55.11%**

注：同行业可比公司数据取自 wind 及预披露招股说明书。由于可比公司暂未披露 2017 年年度报告，其数据为截至 2017 年 6 月 30 日的财务数据。

报告期内，公司的综合毛利率低于同行业可比公司平均水平，各公司之间的综合毛利率受到产品品类、市场定位、销售模式的综合影响。

发行人与同行业可比公司的销售细分品类不同，发行人以销售贴式面膜为主，由于贴式面膜品类的毛利率相比较低，使得发行人综合毛利率低于同行业可比公司。

随着我国电子商务的快速发展，发行人抓住了互联网发展的机遇，建立了以线上销售为主的业务模式，相对于传统的线下渠道，总体渠道费用较低，故一般定价较低。可比公司中，除丽人丽妆外，其主要销售渠道均为线下，产品定价相对较高。

上海家化是国内化妆品行业首家上市企业，产品涵盖化妆品、个人护理用品、家居护理用品等各领域。上海家化采取差异化的品牌经营战略，旗下拥有“佰草集”、“六神”、“美加净”、“高夫”等诸多知名品牌，部分中高端品牌定价较高使得其综合毛利率高于本公司。

丽人丽妆主要从事化妆品电商零售业务，公司的利润来源为产品销售价格和采购成本的差额、品牌营销服务、化妆品分销业务等，其盈利模式与本公司具有较大差异，故毛利率低于本公司。

珀莱雅产品侧重于大众护肤品，具体包括洁面乳、化妆水、精化、乳液、面霜、面膜、防晒霜等，产品种类齐全，与本公司主打面膜类产品的销售策略有所不同，故毛利率与本公司有所差异。

毛戈平的主要销售模式为百货直营模式，主要品牌 MGPIN 为面向都市女性的本土高端化妆品品牌，其销售模式和产品市场定位决定了其毛利率高于本公司。

丸美股份采用以经销为主，直营为辅的销售模式，其主要产品为眼部护理类、面部护理类，产品定位为中高端，定价较高，因此具有较高的综合毛利率。

发行人通过多年的网络口碑传播和品牌推广，旗下已经拥有两个“亿元级”自有品牌，其中“御泥坊”在消费者群体中具备较高的知名度，建立了一批具有忠实度的用户群体，销售收入持续增长，具有一定议价能力，报告期内发行人综合毛利率基本稳定。

（四）利润主要来源分析

1、主要利润数据

报告期内，公司营业利润、利润总额及净利润金额如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
营业利润	16,235.70	7,456.31	7,974.91
利润总额	19,029.93	9,531.61	8,202.42
净利润	15,817.70	7,259.48	5,298.96

报告期内，公司净利润主要来源为营业利润。随着主营业务的快速发展，公司营业利润、利润总额实现了持续增长，具体原因包括：首先，公司系一家以自主品牌为核心、依托互联网电子商务进行销售的“互联网+护肤品”企业，近年来我国网购规模总体增速较快，增长速度持续高于线下销售。其次，公司主要从事护肤品行业中的面膜细分行业，据 Euromonitor 的统计数据显示，2011-2016 年面膜市场的年均复合增长率达到 15.50%，增速高于护肤品的整体增速。整体上面膜市场发展势头良好。第三，公司抓住了市场机遇，在主要平台实现与市场同步或更快增长；同时，公司多品牌、拓渠道战略为销售收入的快速增长提供新的动力。

2、2016 年扣除非经常性损益后的税前利润下降的原因及合理性

2016 年度发行人在加大了平台推广投入的前提下，利润总额增加了 1,329.19 万元，增加幅度小于收入增长幅度，主要系推广费用增长幅度大于销售收入的实际增长，较大程度影响了发行人当年度的实际盈利能力。由于品牌建设、推广投入需经历投入、沉淀、成长的螺旋上升周期，投入见效需要一定时间，因此对当年净利润造成了较大影响。公司的平台费用增速较快，从经营策略的角度，主要体现在以下方面：

（1）加大推广力度，部分品牌 2016 年度综合毛利率下降

为了加快抢占市场份额，打造除“御泥坊”品牌之外的其他“亿元”品牌，为未来持续发展培育新的增长点，发行人 2016 年加强了小品牌的推广力度，使得“小迷糊”、“花瑶花”、“师夷家”2016 年的毛利率分别下降 11.29 个百分点、6.03 个百分点和 15.85 个百分点，从而导致盈利能力下滑。2017 年，“小迷糊”等品牌毛利率提升，盈利能力回升。

（2）加大海外品牌业务投入

发行人自 2015 年起开始代理国际品牌产品，2016 年发行人加大了如“丽得姿”、“薇风”海外品牌产品的投入力度，由于这些业务整体处于市场开拓初期，造成一定亏损。

（3）加强线下渠道开拓力度

公司 2016 年加大了御泥坊线下渠道的拓展，市场推广等前期投入同比增加 3,607.36 万元，造成线下销售渠道较大亏损。

3、2017 年度利润增长的原因

2017 年发行人扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润相比 2016 年度增加 7,459 万元，主要来源于营业利润的增加，具体原因如下：

（1）公司销售规模增加，同时产品毛利率回升

2017 年度，公司营业收入相比上年增加 47,550.72 万元，同比增长 40.61%。在营业收入增长的同时，公司通过调整销售策略、产品升级、规模化采购降低成本等多种手段，主要品牌“御泥坊”和“小迷糊”毛利率相比上年分别提升 0.9 和 6.02 个百分点，主要品类贴式面膜毛利率相比上年提升了 0.91 个百分点。2017 年度公司主营业务毛利额同比 2016 年度增加 24,246.28 万元。

（2）公司代理品牌业务盈利，线下业务减亏

2017 年度，公司代理品牌销售收入相比上年增长 16,585.30 万元，实现毛利 7,968.92 万元，扭亏为盈。同时，发行人调整销售策略，线下渠道同比减亏。

（3）销售规模效应进一步显现，运营效率提升

随着销售收入、主营业务毛利的不断增长，公司整体规模效应显现，整体运营效率不断提升，期间费用占收入比重有所下降。

（五）税金及附加分析

报告期内，公司的税金及附加如下表所示：

单位：万元

税种	2017 年度	2016 年度	2015 年度	计缴标准
城市维护建设税	840.94	489.80	352.20	7%、5%
教育费附加及地方教育费附加	601.02	351.68	254.68	5%
房产税	65.91	25.32	-	1.2%
土地使用税	2.18	1.02	-	
印花税	120.33	108.15	-	
残保金	108.32	14.36	-	
其他	94.90	-	-	
合计	**1,833.59**	**990.34**	**606.88**	

公司的税金及附加包括城市维护建设税、教育费附加及地方教育费附加、印花税等。报告期内，税金及附加分别为 606.88 万元、990.34 万元、1,833.59 万元，呈上升趋势，主要系随着公司主营业务规模的扩大增值税增加，城市维护建设税和教育费附加税相应增加。

（六）期间费用分析

报告期，公司的期间费用情况如下表：

单位：万元、%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占收入比	金额	占收入比	金额	占收入比
销售费用	55,881.97	33.94	41,016.48	35.03	23,702.69	30.83
管理费用	11,410.07	6.93	11,535.83	9.85	9,967.53	12.97
财务费用	446.07	0.27	523.00	0.45	91.33	0.12
合计	**67,738.11**	**41.14**	**53,075.31**	**45.33**	**33,761.55**	**43.92**

报告期内，公司期间费用率分别为 43.92%、45.33%和 41.14%，扣除股份支付后，公司的期间费用率分别为 39.79%、44.05%和 40.34%，基本保持稳定。期间费用中销售费用占比较高。报告期内，公司期间费用的构成未发生重大变化。

1、销售费用

（1）构成分析

报告期内，公司的销售费用构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
平台推广服务费	20,208.33	36.16	16,552.17	40.35	10,012.09	42.24
线下推广服务费	3,000.20	5.37	4,007.19	9.77	400.55	1.69
快递物流费	9,305.16	16.65	6,949.34	16.94	4,378.73	18.47
品牌宣传费	10,620.07	19.00	3,308.71	8.07	1,806.59	7.62
职工薪酬	8,790.67	15.73	6,204.91	15.13	4,276.46	18.04
包装费	1,145.93	2.05	1,502.86	3.66	1,390.07	5.86
房租物业费	472.42	0.85	490.72	1.20	812.16	3.43
差旅费	293.92	0.53	411.41	1.00	190.27	0.80
其他	2,045.27	3.66	1,589.16	3.87	435.76	1.84
合计	**55,881.97**	**100.00**	**41,016.48**	**100.00**	**23,702.69**	**100.00**
销售费用占营业收入比重		**33.94**		**35.03**		**30.83**

随着公司销售规模的增长，公司销售费用亦逐年增加。报告期内，公司销售费用主要由平台推广服务费、线下推广服务费、快递物流费、职工薪酬、品牌宣传费构成，上述费用合计占比为 90%左右。

发行人销售费用的增长，主要系平台推广服务费和线下推广服务费增加。平台推广服务费包括电商平台为发行人提供销售渠道、技术服务、推广服务或软件服务而收取费用等；线下推广服务费包括支付给线下渠道商的费用及线下业务推广费等。发行人向电商平台或线下渠道商支付服务费，有利于各渠道的开拓及销售额提升，同时在一定程度上驱动买家点击并促成最终交易。随着发行人不断开拓销售渠道及各渠道的营业额增长，相关推广服务费逐年递增。

2016 年-2017 年，公司销售费用分别较上年增长 17,313.79 万元、14,865.49 万元，主要系平台推广服务费、品牌宣传费、线下推广服务费、快递物流费、职工薪酬等增加所致。2016 年-2017 年，公司的平台推广服务费分别比上年增长 6,540.08 万元和 3,656.16 万元，主要原因为电商渠道销售规模扩大，与之相关服务费增加。

2016 年-2017 年，公司的快递物流费分别比上年增长 2,570.61 万元、2,355.82 万元，一方面系公司线上自营收入增长，快递费用增加，另一方面随着公司经营规模扩大，从工厂运输至各仓库的物流费用随之增加。

2016 年-2017 年，公司职工薪酬分别比上年增长 1,928.46 万元、2,585.76 万元，主要原因为公司市场营销人员数量逐年增加，市场营销人员人均薪酬相应增长。

报告期内，公司的品牌宣传费分别为 1,806.59 万元、3,308.71 万元和 10,620.07 万元，2017 年增幅较大，主要系公司为提升品牌影响力，不断丰富市场宣传方式，影视剧与综艺节目广告植入、新媒体营销投入、主体活动等推广方式投入增幅较快。

（2）服务费的详细内容及主要影响因素

报告期内，发行人的服务费包括平台推广服务费和线下推广服务费。其中平台推广服务费主要为向电商平台或渠道商支付的佣金、技术服务费、推广服务费或软件服务费、返利等；线下推广服务费主要为支付给线下渠道商的费用及业务推广费等。

从销售渠道来看，平台推广服务费主要包括线上自营渠道服务费、经销及代销渠道服务费等。其中，自营渠道服务费主要包括天猫淘宝平台、蘑菇街等自营渠道的费用，具体推广方式包括直通车、聚划算、钻展、佣金等；线上经销渠道服务费为京东、聚美优品等经销平台为发行人提供销售渠道、推广服务而收取的费用；代销渠道服务费为唯品会、快乐购物等代销平台为发行人提供销售渠道、技术推广服务而收取的费用，上述费用主要影响因素为发行人在各个渠道推广力度、销售量及平台费用率等。

（3）快递物流费分析

①快递物流费的具体内容

快递物流费具体包含快递费、物流费等。其中快递费系发行人自营模式下发货给消费者的快递费；物流费系从发行人自有及委外工厂发往各分仓、各电商平台的运输费用，具体内容如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
快递费	7,405.54	4,642.20	3,229.20
物流费	1,899.62	2,307.14	1,149.52
合计	**9,305.16**	**6,949.34**	**4,378.73**

②线上自营主要平台的快递物流费的承担主体（发行人或电商平台）、费用金额及与销售收入的匹配关系

报告期内，发行人线上自营渠道主要涉及快递费，发行人为费用承担主体，主要自营平台的费用金额及与销售收入的匹配关系分析如下：

单位：万元

平台	项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
天猫淘宝	快递费	5,715.25	3,116.41	2,329.59
	销售金额	61,468.58	36,114.94	26,664.40
	占比	9.30%	8.63%	8.74%

2016 年，发行人加大了与菜鸟网络的合作力度，其快递费报价较低，快递物流费单位成本有所下降，故快递费占收入比例下降。2017 年，发行人天猫国际运单量较 2016 年上升较快，使得平均快递费上升，故占收入比例提升。

③线上经销主要平台的快递物流费的承担主体（发行人或电商平台）、费用金额及与销售收入的匹配关系

报告期内，经销模式下发行人承担从仓库运输至电商平台的物流费，电商平台承担销售至消费者的快递费，物流费金额及与销售收入的匹配分析如下：

单位：万元

平台	项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
京东	物流费	211.18	199.38	161.27
	销售金额	12,924.61	10,968.81	6,696.23
	占比	1.63%	1.82%	2.41%
聚美优品	物流费	121.10	215.53	162.58
	销售金额	9,790.52	11,335.19	7,469.11
	占比	1.24%	1.90%	2.18%

报告期内，发行人的物流费占比逐步下降，一方面，随着发行人运输量增

大，议价能力提升；另一方面，发行人对单个平台的发货量增大，整车发货量增多，零担发货量减少，运输单价下降。

④线上代销主要平台的快递物流费的承担主体（发行人或电商平台）、费用金额及与销售收入的匹配关系

报告期内，线上代销模式下发行人承担从仓库运输至电商平台的物流费，电商平台承担销售至消费者的快递费，物流费金额及与销售收入的匹配分析如下：

单位：万元

平台	项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
唯品会	物流费	601.63	596.61	501.83
	销售金额	41,137.28	32,179.90	22,656.62
	占比	1.46%	1.85%	2.21%

报告期内，唯品会平台物流费占比逐步下降，首先，随着发行人运输量增大，议价能力提升；其次，发行人对单个平台的整车发货量增多，散件发货量减少，规模效应显著提升；最后，发行人于 2016 年末存于唯品会的发出商品金额较大，故在送货次数基本保持不变的同时，销售金额增加。

2、管理费用

报告期内，公司的管理费用构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
股份支付	1,330.11	11.66	1,494.28	12.95	3,172.40	31.83
职工薪酬	3,237.21	28.37	2,897.05	25.11	1,849.87	18.56
研发费用	3,707.61	32.49	3,036.55	26.32	1,343.58	13.48
办公费	557.84	4.89	1,133.91	9.83	924.78	9.28
房租/物业费	534.94	4.69	901.11	7.81	661.76	6.64
折旧与摊销	784.30	6.87	535.14	4.64	272.70	2.74
中介咨询费	306.75	2.69	462.47	4.01	148.81	1.49
装修费	10.88	0.10	202.32	1.75	421.22	4.23
税金	-	-	52.61	0.46	142.93	1.43

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他	940.44	8.24	820.38	7.11	1,029.48	10.33
合计	**11,410.07**	**100.00**	**11,535.83**	**100.00**	**9,967.53**	**100.00**
管理费用占营业收入比重		**6.93**		**9.85**		**12.97**

报告期内，公司的管理费用主要由股份支付费用、职工薪酬、研发费用、办公费、房租/物业费构成，上述费用合计占管理费用比重超过 80%。

报告期内，公司的股份支付金额分别为 3,172.40 万元、1,494.28 万元和 1,330.11 万元，股份支付具体情况详见本节“十二、财务状况分析”之“（三）所有者权益构成及变动分析”之“2、资本公积”相关内容。剔除股份支付费用的影响，报告期内，公司管理费用占营业收入的比重分别为 8.84%、8.58%和 6.12%，公司管理费用占比基本稳定，2017 年度略有下降，主要系规模效应，管理效率提升的影响。

2016 至 2017 年，管理人员职工薪酬分别比上年增长 1,047.18 万元和 340.16 万元，主要系随着公司经营规模扩大，管理人员增加。

2016 至 2017 年，研发费用分别比上年同期增长 1,692.97 万元和 671.06 万元，主要原因为公司为满足生产及研发需要，扩充研发团队、加大自主研发投入所致。

2016 至 2017 年，折旧与摊销费用分别比上年同期增长 262.44 万元和 249.16 万元，一方面，公司于 2015 年新购置了办公楼及部分办公设备，子公司御家制造购置了生产、检测和实验设备，因此计提的固定资产折旧增加；另一方面，为新置办公楼及租赁的实体店实施装修导致当期摊销金额增加。

2016 年，公司的办公费增幅较快，主要系公司于 2015 年末搬入新办公楼，2016 年度购置办公物品较多。

3、财务费用

报告期内，公司的财务费用构成如下：

单位：万元、%

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
利息支出	267.92	390.31	73.84
减：利息收入	30.47	22.08	12.67
汇兑收益	-44.09	-9.36	-67.78
手续费及其他	252.71	164.13	97.95
合计	**446.07**	**523.00**	**91.33**
财务费用占营业收入的比重	**0.27**	**0.45**	**0.12**

报告期内，公司财务费用分别为 91.33 万元、523.00 万元和 446.07 万元，占同期营业收入的比例较低。

报告期内，公司的利息支出主要为借款利息支出。公司 2016 年利息支出较上年度增幅较大，主要系当年新增短期借款较多。2017 年度公司利息支出有所减少，主要系公司偿还了部分短期借款及长期借款。

2016 年-2017 年，公司手续费及其他支出较上年分别增长 66.18 万元和 88.58 万元，主要因公司经营规模扩大，支付的银行及支付宝的手续费增加。

4、与同行业比较

报告期内，公司期间费用率与同行业可比公司的比较情况如下：

项目	销售费用率（%）			管理费用率（%）		
	2017 年度	2016 年度	2015 年度	2017 年度	2016 年度	2015 年度
上海家化	48.87	44.81	34.81	12.25	12.16	10.35
丽人丽妆	24.88	27.05	28.35	3.00	3.32	3.30
珀莱雅	35.98	38.19	42.33	11.96	11.09	10.42
毛戈平	37.98	39.09	36.67	14.21	15.44	16.94
丸美股份	-	39.09	35.24	-	6.73	7.08
平均值	**36.93**	**37.65**	**35.48**	**10.36**	**9.75**	**9.62**
公司	**33.94**	**35.03**	**30.83**	**6.93**	**9.85**	**12.97**

注：同行业可比公司数据取自 wind 及预披露招股说明书。由于可比公司暂未披露 2017 年年度报告，其数据为截至 2017 年 6 月 30 日的财务数据。

报告期内，公司销售费用率低于同行业可比公司，主要公司以线上销售为主，

符合其自身经营模式特点。2015 年的管理费用率高于同行业公司，主要原因系 2015 年公司股份支付费用较高。剔除股份支付费用的影响，2015 至 2017 年，公司管理费用占营业收入的比重分别为 8.84%、8.58%和 6.12%，略低于同行业平均水平，但高于丽人丽妆，符合其自身业务特点。

（七）利润表其他项目分析

报告期内，公司利润表项目中资产减值损失、投资收益、营业外收入、营业外支出金额占当期利润总额的比例情况如下：

单位：万元、%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占利润总额的比例	金额	占利润总额的比例	金额	占利润总额的比例
资产减值损失	959.93	5.04	744.73	7.81	20.93	0.26
投资收益	110.54	0.58	-	-	-	-
营业外收入	3,277.10	17.22	2,114.20	22.18	360.84	4.40
营业外支出	482.87	2.54	38.90	0.41	133.34	1.63

1、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失的具体构成如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
坏账损失	188.18	82.02	-5.46
存货跌价损失	771.75	662.71	26.39
合计	**959.93**	**744.73**	**20.93**

公司资产减值损失包括坏账损失和存货跌价损失。2016 至 2017 年度，公司的存货跌价损失计提金额较大，主要系依据原材料呆滞、损毁及库龄等情形计提存货跌价准备 697.10 万元和 768.19 万元。

2、投资收益

2017 年，公司购买理财产品获取投资收益 110.54 万元。

3、营业外收入

报告期，公司营业外收入具体构成如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
非流动资产处置收益合计	3.74	-	-
其中：固定资产处置收益	3.74	-	-
平台奖励	43.68	28.93	-
政府补助	3,207.47	2,067.11	330.83
其他	22.21	18.15	30.02
合计	**3,277.10**	**2,114.20**	**360.84**

营业外收入主要为政府补助收入。2017 年度政府补助明细如下：

单位：万元

项目	2017 年度	备注	与资产相关/与收益相关
产业扶持资金	2,573.56	长沙高新技术产业开发区管理委员会文件长高新管发[2017]189 号	与收益相关
改制上市专项补助	200.00	长沙高新技术产业开发区管理委员会金融工作办公室《关于拨付 2017 年长沙高新区支持企业改制上市专项资金的通知》	与收益相关
长沙市商务局 2017 年度电子商务资金	120.00	《湖南省商务厅、湖南省财政厅关于做好 2017 年度电子商务资金项目申报工作的通知》（湘商电[2016]14 号）	与收益相关
企业提升发展质量支持资金	115.28	长沙市高新区经济发展局《关于拨付 2016 年度产业政策支持资金的说明》等	与收益相关
金融业股改补助	100.00	《关于拨付 2017 年长沙市金融业发展专项资金的通知》（长财金指[2017]19 号）	与收益相关
移动互联网产业发展专项资金	50.00	《关于 2017 年度长沙市电子商务产业发展专项资金扶持方案的公示》	与收益相关
“引进高层次人才五年行动计划”	16.00	《引进高层次人才五年行动计划（2012－2016 年）实施办法》（长高新区发[2012]43 号）和《长沙高新区第六批“555 计划”入选对象公示公告》	与收益相关
科技创新小巨人通知	10.00	《关于下达 2016 年度长沙市科技小巨人研发补贴经费的通知》（长财企指（	与收益相关

项目	2017 年度	备注	与资产相关/与收益相关
		2017 ）25 号）	
市级引智专项政府补助	8.00	《关于下达 2017 年市级引智专项经费的通知》（长财社指[2017]137 号）	与收益相关
其他	14.63		与收益相关
合计	**3,207.47**	-	-

2016 年政府补助明细如下：

单位：万元

项目	2016 年度	备注	与资产相关/与收益相关
产业扶持资金	1,852.30	长沙高新技术产业开发区管理委员会《关于给予湖南御家汇科技股份有限公司财政支持资金的证明》	与收益相关
现代服务综合试点电子商务示范补助资金	110.00	《关于做好现代服务业综合试点电子商务基地中央补助资金申报工作的通知》（长商务发〔2014〕95 号）	与收益相关
经济工作会议奖励扶持资金	59.10	长沙市高新区经济发展局《关于拨付 2015 年度政策兑现支持资金的说明》	与收益相关
企业提升发展质量支持资金	18.26	长沙市高新区科技创新和产业发展专项资助	与收益相关
科技计划补助资金	10.00	长沙市财政局、长沙市科学技术局（长财企指[2015]74 号）	与收益相关
高新区移动互联网产业发展奖励资金	5.00	2015 年度高新区移动互联网产业发展专项拨付	与收益相关
经济工作会议奖励补助资金	5.10	长沙市财政局高新区财政分局拨付	与收益相关
知识产权补助资金	1.00	长沙市财政局高新区财政分局拨付	与收益相关
其他	6.35	纳税大户奖励、金税系统抵税等	与收益相关
合计	**2,067.11**	-	-

2015 年政府补助明细如下：

单位：万元

项目	2015 年度	备注	与资产相关/与收益相关
服务外包电子商务产业发展专项资金	135.93	长沙高新区招商合作局（商务局）《关于拨付补助资金的说明》	与收益相关

项目	2015 年度	备注	与资产相关/与收益相关
电子商务资金	70.00	长沙市财政局（长财外指[2014]95号）	与收益相关
2015 年度第一批电子商务资金	70.00	长沙市财政局（长财外指[2015]20号）	与收益相关
电商企业资金	12.60	长沙市商务局电子商务处拨付	与收益相关
服务外包电子商务产业资金	11.55	长沙国家高新招商合作局《关于拨付补助资金的说明》	与收益相关
2015 年经济工作会议补助资金	10.00	长沙市财政局高新区财政分局拨付	与收益相关
创业富民补贴资金	6.00	长沙市商务局《关于召开长沙市商务局创业富民.第一批自创知名品牌和最具成长性商贸流通企业培训工作会议通知》	与收益相关
移动互联网产业发展专项奖励资金	5.00	长沙市高新技术产业开发区管理委员会（长高新管发[2015]63 号）	与收益相关
电子商务资金补贴	5.00	长沙市商务局、长沙市财政局拨付	与收益相关
新上规模工业企业及部门奖励资金	3.00	长沙市财政局、长沙市经济和信息产业化委员会（长财企指[2015]36号）	与收益相关
其他	1.75	-	与收益相关
合计	**330.83**	-	-

4、营业外支出

报告期内，公司营业外支出具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
非流动资产处置损失合计	22.21	25.11	40.26
其中：固定资产处置损失	22.21	25.11	40.26
对外捐赠	50.00	-	2.00
其他	410.65	13.78	91.08
合计	**482.87**	**38.90**	**133.34**

2017 年度，公司营业外支出中的其他主要为存货报废支出。

（八）报告期纳税情况

1、报告期主要纳税情况

（1）增值税纳税情况

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
期初未交	167.99	266.95	1,295.32
本期应交	11,818.05	7,541.64	3,855.41
本期已交	11,980.72	7,640.59	4,883.79
期末未交	5.32	167.99	266.95

（2）所得税纳税情况

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
期初未交	-459.48	701.96	1,159.45
本期应交	4,052.50	3,388.31	2,991.76
本期已交	3,129.72	4,549.75	3,449.24
期末未交	448.82	-459.48	701.96

（3）城市维护建设税

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
期初未交	-3.51	38.92	23.98
本期应交	840.94	489.80	352.20
本期已交	836.57	532.23	337.26
期末未交	0.86	-3.51	38.92

（4）教育费附加及地方教育附加

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
期初未交	-2.50	27.84	17.13
本期应交	601.02	351.68	254.68
本期已交	597.89	382.03	243.97
期末未交	0.62	-2.50	27.84

2、所得税费用与会计利润的关系

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
利润总额	19,029.93	9,531.61	8,202.42
按法定税率计算的所得税费用	4,757.48	2,382.90	2,050.60
适用不同税率的影响额	-1,660.68	-425.41	19.61
对以前期间当期所得税的调整	-	-	-
归属于合营企业和联营企业的损益	-	-	-
不可抵扣的费用	362.81	435.73	833.24
研发费用加计扣除	-247.38	-121.09	-
未确认的可抵扣暂时性差异和可抵扣亏损的影响	-	-	-
合计	**3,212.23**	**2,272.13**	**2,903.45**

3、税收政策的影响

报告期内，税收优惠对公司财务状况和经营成果的影响分析如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年	2015 年
所得税政策优惠减免金额	1,747.66	662.33	-
利润总额	19,029.93	9,531.61	8,202.42
所得税政策优惠减免金额占当期利润总额的比例	9.18%	6.95%	0%

子公司御家制造为高新技术企业，于 2016 年开始享受减按 15%税率征收的税收优惠，该税收优惠合计占公司利润总额的比例分别为 0%、6.95%、9.18%，占比总体较小，对公司财务状况和经营成果的影响较小。

4、增值税进项税额、销项税额的来源及核算情况

报告期内，进项税额项目来源于存货采购、增值税应税劳务、固定资产采购、办公用品及其他等。采购时进项税税率为一般纳税人 6%、17%，小规模纳税人 3%，物流费 11%（交通运输业），快递费 6%（商务辅助服务-货物运输代理服务），主要来源情况如下：

单位：万元

进项税额项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
原材料及劳务采购	22,400.94	24,024.25	12,645.57
费用类支出及其他	5,061.89	2,402.78	761.60
合计	**27,462.83**	**26,427.03**	**13,407.17**

发行人销项税额系因销售产品、固定资产销售等交易引起，发行人的销项税额来源情况如下：

单位：万元

销项税额项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
外部营业收入	24,406.41	19,000.36	12,806.43
内部营业收入	12,999.09	12,257.00	4,177.04
内部固定资产销售	22.20	-	-
理财产品-投资收益	6.77	-	-
合计	**37,434.47**	**31,257.36**	**16,983.47**

（九）影响发行人持续盈利能力的主要因素和保荐机构核查意见

报告期内，发行人经营状况良好，销售收入和盈利水平保持稳定增长态势，不存在对持续盈利能力构成重大不利影响的因素。

1、公司的经营模式、产品或服务的品种结构

报告期内，公司采购模式、生产模式、销售模式、品牌推广模式、仓储物流模式等经营模式保持稳定，未发生重大变化，在可预见的未来亦不会发生重大变化，不存在经营模式已经或者将要发生改变的情形。

报告期内，公司主要从事各类型护肤品的研发、生产、销售，产品包括贴式面膜、非贴式面膜、水乳膏霜等，主要产品的品种结构未发生重大变化，在可预见的未来亦不会发生重大变化，不存在产品和服务已经或者将要发生改变的情形。

2、公司的行业地位和所处行业的经营环境

根据 Euromonitor 的数据预测，2021 年我国护肤品市场规模将达到 2,237 亿元，2017-2021 年护肤品市场规模复合增长率约 6%。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，护肤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护肤品消费习惯和消费理念的培育，未来护肤品人均消费将会继续大幅提高。

报告期内，公司主营业务收入保持了良好的增长态势，不存在行业地位和所处行业的经营环境已经或者将发生重大不利变化的情形。

3、公司在用的商标、专利

报告期内，公司商标、专利等无形资产均在有效期内，其取得和使用符合法律法规的规定，不存在权属纠纷。公司主要无形资产使用于主营业务产品的生产和市场推广等，保障了公司产品的质量和良好的品牌形象。

公司在用的商标、专利等重要资产或者技术的取得或者使用不存在重大不利变化的情形。

4、公司最近一年的营业收入或净利润对关联方或者有重大不确定性的客户的依赖

2017 年度公司前五名客户收入占主营业务收入的比例低于 50%，不存在对单一客户的重大依赖，不存在最近一年的营业收入或净利润对关联方或者有重大不确定性的客户有重大依赖的情形。

5、最近一年合并财务报表范围以外的投资收益

最近一年，公司无合并财务报表范围以外的投资收益，不存在净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益的情形。

6、其他可能对公司持续盈利能力构成不利影响的因素

公司在经营过程中面临市场风险、经营风险、管理风险、财务风险等，具体情况详见本招股说明书“第四节 风险因素”。

经核查，保荐机构认为：发行人在报告期内主营业务突出，品牌知名度良好，主营业务增速较快；所处行业未来具有较好的发展前景；发行人具备护肤品领域的品牌优势、线上渠道优势、研发技术优势、经营团队优势等。综上，发行人具有持续盈利能力。

十二、财务状况分析

（一）资产结构分析

报告期内，公司的资产构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	26,214.97	30.57	16,573.00	23.87	9,998.87	20.46
应收账款	9,495.08	11.07	6,066.92	8.74	4,486.71	9.18
预付款项	4,264.37	4.97	3,179.66	4.58	1,244.16	2.55
其他应收款	584.78	0.68	560.26	0.81	786.65	1.61
存货	27,669.69	32.27	31,433.73	45.27	24,665.73	50.48
其他流动资产	3,600.79	4.20	2,922.48	4.21	470.18	0.96
流动资产合计	**71,829.69**	**83.77**	**60,736.04**	**87.46**	**41,652.31**	**85.25**
固定资产	10,485.24	12.23	5,187.34	7.47	4,580.15	9.37
在建工程	-	-	6.87	0.01	-	-
无形资产	593.14	0.69	586.05	0.84	473.00	0.97
长期待摊费用	1,167.85	1.36	1,413.16	2.04	1,768.31	3.62
递延所得税资产	1,672.76	1.95	1,512.12	2.18	386.83	0.79
其他非流动资产	-	-	-	-	-	-
非流动资产合计	**13,918.99**	**16.23**	**8,705.54**	**12.54**	**7,208.30**	**14.75**
资产总计	**85,748.68**	**100.00**	**69,441.59**	**100.00**	**48,860.60**	**100.00**

最近三年，随着销售规模不断扩大、经营成果稳步提升以及顺为资本、前海投资的增资，公司资产规模复合增长率为 32.48%，增速较快。

从资产构成上看，流动资产占比较大，报告期各期末，流动资产占总资产的比重分别为 85.25%、87.46%和 83.77%。公司是一家以自主品牌为核心、依托互

联网销售的“互联网+护肤品”企业，流动资产占比较高，符合轻资产行业特点。公司流动资产占比较高，不仅能保证公司以有限的投入保障品牌营销、运营、研发的需要，迅速提升竞争能力和盈利能力，也有利于防范经营风险并支撑公司迅速发展。

流动资产中，货币资金、应收账款和存货所占比例较高，报告期各期末，三项流动资产合计占流动资产的比例分别为 94.00%、89.03%和 88.24%。

非流动资产中，固定资产、长期待摊费用占比较高，报告期各期末上述两项非流动资产合计占非流动资产总额的比例分别为 88.07%、75.82%和 83.72%。2015 年，公司购置长沙市芯城科技园 9 栋 1/2/3/4/15/16 层并进行装修，故固定资产、长期待摊费用占比较高。2017 年，公司购置长沙市芯城科技园 9 栋 5-14 层，故固定资产占比较 2016 年有所提升。

1、流动资产

单位：万元、%

项目	2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	26,214.97	36.50	16,573.00	27.29	9,998.87	24.01
应收账款	9,495.08	13.22	6,066.92	9.99	4,486.71	10.77
预付款项	4,264.37	5.94	3,179.66	5.24	1,244.16	2.99
其他应收款	584.78	0.81	560.26	0.92	786.65	1.89
存货	27,669.69	38.52	31,433.73	51.75	24,665.73	59.22
其他流动资产	3,600.79	5.01	2,922.48	4.81	470.18	1.13
流动资产合计	**71,829.69**	**100.00**	**60,736.04**	**100.00**	**41,652.31**	**100.00**

（1）货币资金

报告期内，货币资金变动情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
现金	3.51	0.80	10.43
银行存款	25,666.41	15,889.14	9,269.19

项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
其他货币资金	545.06	683.06	719.26
合计	**26,214.97**	**16,573.00**	**9,998.87**

报告期各期末，货币资金余额占流动资产的比例分别为 24.01%、27.29%和 36.50%。2016 年末货币资金较上年末增加 6,574.13 万元，主要系收到前海投资增资款及银行借款等筹资活动流入现金流量较大；2017 年末货币资金较上年末增加 9,641.97 万元，主要系公司经营活动现金流量净额较大。其他货币资金主要系公司支付宝账户的资金余额。

（2）应收账款

报告期内，公司涉及应收账款的销售模式包括线上自营模式、经销模式和代销模式。线上自营模式下应收账款的余额主要系公司在部分电商平台的可提取金额；经销、代销模式下应收账款的余额主要为按信用政策未回款金额。

报告期各期末，公司应收账款情况如下：

单位：万元、%

项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
账面余额	9,997.13	6,386.57	4,724.47
坏账准备	502.06	319.65	237.76
账面净额	9,495.08	6,066.92	4,486.71
坏账准备综合计提比例	5.02	5.01	5.03

①应收账款总体分析

报告期内，随着公司销售规模的扩大，应收账款账面余额亦逐年增加，具体变动情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
应收账款账面余额	9,997.13	6,386.57	4,724.47
应收账款余额增幅（%）	**56.53**	**35.18**	**-1.64**
资产总额	85,748.68	69,441.59	48,860.60
应收账款余额/资产总额（%）	**11.66**	**9.20**	**9.67**
营业收入	164,639.99	117,089.27	76,872.25

项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
应收账款余额/营业收入（%）	**6.07**	**5.45**	**6.15**

报告期各期末，公司应收账款余额占资产总额比例分别为 9.67%、9.20%和 11.66%；应收账款余额占当年营业收入比例分别为 6.15%、5.45%和 6.07%。报告期内，公司应收账款其占当期资产总额、营业收入的比重较为稳定。2016 年末和 2017 年末，公司应收账款分别较上年末增加 1,580.21 万元和 3,428.16 万元，主要系随着公司营业收入的增长，特别是经销模式销售收入的增长，应收账款相应增加。

②账龄结构分析

A、账龄结构分析

报告期各期末，按账龄计提坏账准备的应收账款账龄结构如下：

单位：万元、%

账龄	2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比
1 年以内（含 1 年）	9,988.80	99.92	6,385.28	99.98	4,718.34	99.87
1-2 年（含 2 年）	7.75	0.07	1.28	0.02	6.13	0.13
2 年以上	0.58	0.01	-	-	-	-
合计	**9,997.13**	**100.00**	**6,386.57**	**100.00**	**4,724.47**	**100.00**

报告期内，公司应收账款账龄主要集中在一年以内。报告期各期末，1 年以内的应收账款占比分别为 99.87%、99.98%和 99.92%，账龄结构健康、稳定。

B、信用期分布情况

单位：万元、%

项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
①1 年以内的应收账款	9,988.80	6,385.28	4,718.34
占比	99.92	99.98	99.87
其中：信用期内	9,453.93	6,134.25	4,610.54
占比	94.65	96.07	97.72

超过信用期	534.87	251.03	107.80
占比	5.35	3.93	2.28
②超过 1 年的应收账款（均超过信用期）	8.33	1.28	6.13
占比	0.08	0.02	0.13
其中：1–2 年	0.58	1.28	6.13
实际核销的坏账	-	-	-
合计	**9,997.13**	**6,386.57**	**4,724.47**

报告期各期末，发行人 1 年以内的应收账款超出信用期占比分别为 2.28%、3.93%和 5.35%，其中 2017 年度占比较高，主要为部分客户月结单出具延迟等原因导致结算滞后。报告期各期末，发行人超过 1 年的应收账款占比分别为 0.13%、0.02%和 0.08%，占比很小。

③坏账准备计提分析

报告期内，应收账款均按照账龄组合计提坏账准备，不存在单项计提坏账准备的应收账款。

公司年末应收账款账龄 1 年以内、1-2 年、2-3 年、3 年以上的应收账款，坏账准备的计提比例分别为 5%、30%、50%、100%。报告期各期末，已计提的坏账准备占应收账款余额的比例分别为 5.03%、5.01%和 5.02%。

公司按账龄组合计提坏账准备情况如下：

单位：万元

账龄	2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	应收账款余额	坏账准备	应收账款余额	坏账准备	应收账款余额	坏账准备
1 年以内（含 1 年）	9,988.80	499.44	6,385.28	319.26	4,718.34	235.92
1-2 年（含 2 年）	7.75	2.32	1.28	0.39	6.13	1.84
2 年以上	0.58	0.29	-	-	-	-
合计	**9,997.13**	**502.06**	**6,386.57**	**319.65**	**4,724.47**	**237.76**

报告期内，公司应收账款回收情况正常，应收账款质量良好、风险可控。

④应收账款前五名

报告期内，前五名应收款项余额情况如下：

单位：万元、%

序号	2017 年 12 月 31 日					
	单位名称	销售模式	应收账款余额	账龄	占应收账款余额比例	坏账准备
1	北京京东世纪贸易有限公司	线上经销	4,871.47	1 年以内	48.73	243.57
2	苏州聚美优品信息技术有限公司	线上代销	1,825.96	1 年以内	18.26	91.30
3	武汉屈臣氏个人用品商店有限公司	线下代销	448.71	1 年以内	4.49	22.44
4	苏宁云商集团股份有限公司	线上代销、线上经销	327.48	1 年以内	3.28	16.37
5	广州市众上日化有限公司	线下经销	270.75	1 年以内	2.71	13.54
合计		-	**7,744.36**	-	**77.47**	**387.22**
序号	2016 年 12 月 31 日					
	单位名称	销售模式	应收账款余额	账龄	占应收账款余额比例	坏账准备
1	上海聚美优品信息科技有限公司	线上经销	3,206.43	1 年以内	50.21	160.32
2	武汉屈臣氏个人用品商店有限公司	线下代销	800.12	1 年以内	12.53	40.01
3	北京京东世纪贸易有限公司	线上经销	354.32	1 年以内	5.55	17.72
4	上海天翌电子商务有限公司	线上代销	306.17	1 年以内	4.79	15.31
5	广州市众上日化有限公司	线下经销	228.65	1 年以内	3.58	11.43
合计		-	**4,895.68**	-	**76.66**	**244.78**
序号	2015 年 12 月 31 日					
	单位名称	销售模式	应收账款余额	账龄	占应收账款余额比例	坏账准备
1	上海聚美优品信息科技有限公司	线上经销	2,403.93	1 年以内	50.88	120.20
2	北京京东世纪贸易有限公司	线上经销	610.40	1 年以内	12.92	30.52
3	苏宁云商集团股份有限公司	线上经销、线上代销	602.16	1 年以内	12.75	30.11
4	乐蜂（上海）信息技术有限公司	线上经销	271.59	1 年以内	5.75	13.58

5	广州市众上日化有限公司	线下经销	218.31	1 年以内	4.62	10.92
合计		**-**	**4,106.39**	**-**	**86.92**	**205.32**

上述应收账款客户中不存在持股 5%以上（含 5%）股东或与公司存在其他关联关系的情形。

截至 2017 年 12 月 31 日，前五大客户期末应收账款合计金额为 7,744.36 万元，截至 2018 年 1 月 12 日，上述款项已收回 5,036.07 万元，回款情况较好。

（3）预付款项

报告期内，预付款项情况如下：

单位：万元、%

项目	2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内（含 1 年）	4,264.37	100.00	3,149.25	99.04	1,244.16	100.00
1-2 年(含 2 年)	-	-	30.41	0.96	-	-
合计	**4,264.37**	**100.00**	**3,179.66**	**100.00**	**1,244.16**	**100.00**

报告期各期末，公司预付款项占流动资产的比例分别为 2.99%、5.24%和 5.94%。各期末预付款项占流动资产的比重较小，账龄主要集中在一年以内，发生损失的风险较小。

预付款项主要为预付原材料采购款、影视剧植入费、广告费等。2016 年末和 2017 年末，公司预付款项较上年末分别增加 1,935.50 万元和 1,084.71 万元，主要系预付的广告及影视剧植入费用和货款增加。

报告期各期末，公司预付款项余额前五名情况如下：

①2017 年 12 月 31 日

单位：万元、%

序号	单位名称	金额	比例	账龄	采购内容
1	霍尔果斯鱼昆朋鸟影视传媒有限公司	438.68	10.29	1 年以内	影视剧植入费

2	湖南天娱广告有限公司	405.66	9.51		影视剧植入费
3	上海蜜淘影业有限公司	264.15	6.19		影视剧植入费
4	广州启科投资顾问有限公司	228.00	5.35		广告费
5	霍尔果斯哇唧唧哇娱乐文化有限公司	219.34	5.14		影视剧植入费
合计		**1,555.83**	**36.48**	**-**	**-**

②2016 年 12 月 31 日

单位：万元、%

序号	单位名称	金额	比例	账龄	采购内容
1	丸红（上海）有限公司	540.69	17.00	1 年以内	原材料
2	浙江天猫技术有限公司	295.82	9.30		充值及税金
3	上海蜜淘影业有限公司	262.26	8.25		影视剧植入费
4	湖南芒果娱乐有限公司	187.74	5.90		影视剧植入费
5	天津深蓝影视传媒有限公司	132.08	4.15		影视剧植入费
合计		**1,418.59**	**44.60**	**-**	**-**

③2015 年 12 月 31 日

单位：万元、%

序号	单位名称	金额	比例	账龄	采购内容
1	丸红（上海）有限公司	239.14	19.22	1 年以内	原材料
2	杭州卷瓜网络有限公司	91.72	7.37		充值及税金
3	重庆京东海嘉电子商务有限公司	77.26	6.21		充值及税金
4	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	76.99	6.19		充值及税金
5	浙江天猫技术有限公司	69.75	5.61		充值及税金
合计		**554.86**	**44.60**	**-**	**-**

（4）其他应收款

公司其他应收款主要是保证金及押金、备用金等。2016 年末，其他应收款余额较上年末减少 225.92 万元，主要系收回部分押金及保证金和股东投资款。

①按性质分类其他应收款的账面余额

单位：万元

性质	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
押金保证金	476.73	531.25	776.49
其他往来款及备用金	113.75	30.59	11.27
合计	**590.47**	**561.83**	**787.75**

②按类别列示

报告期按账龄分析法计提坏账准备的其他应收款余额分别为 11.27 万元、30.59 万元和 113.75 万元，采用性质组合法计提坏账准备的余额分别为 776.49 万元、531.25 万元和 476.73 万元。报告期各期末，采用性质组合法计提坏账准备的其他应收款系保证金押金及员工备用金，根据其性质判断收回不存在障碍，未计提坏账准备。

单位：万元、%

类别	2017 年 12 月 31 日			
	账面余额		坏账准备	
	金额	比例	金额	比例
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收账款	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的其他应收款				
账龄组合	113.75	19.26	5.69	5.00
性质组合	476.73	80.74	-	-
组合小计	**590.47**	**100.00**	**5.69**	**0.96**
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-
合计	**590.47**	**100.00**	**5.69**	**-**
类别	**2016 年 12 月 31 日**			
	账面余额		**坏账准备**	
	金额	**比例**	**金额**	**比例**
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收账款	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的其他应收款				
账龄组合	30.59	5.44	1.57	5.13
性质组合	531.25	94.56	-	-
组合小计	**561.83**	**100.00**	**1.57**	**0.28**

单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-
合计	**561.83**	**100.00**	**1.57**	**-**
类别	**2015 年 12 月 31 日**			
	账面余额		**坏账准备**	
	金额	**比例**	**金额**	**比例**
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的其他应收款				
账龄组合	11.27	1.43	1.10	9.77
性质组合	776.49	98.57	-	-
组合小计	**787.75**	**100.00**	**1.10**	**0.14**
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-
合计	**787.75**	**100.00**	**1.10**	**-**

③前五大其他应收款

报告期各期末，公司前五大其他应收款的具体情况如下：

单位：万元、%

序号	**2017 年末**	**期末余额**	**账龄**	**占其他应收款期末余额比例**	**款项性质**
1	丰顺仓储开发（长沙）有限公司	94.94	1 年以内	16.08	其他往来款及备用金
2	重庆京东海嘉电子商务有限公司	50.00	3 到 4 年	8.47	押金保证金
3	馬來西亞商大昌華嘉思謀能有限公司台灣分公司	24.10	1 年以内	4.08	押金保证金
4	西藏植朵商贸有限公司	17.96	2 到 3 年	3.04	押金保证金
5	北京惠买在线网络科技有限公司	17.12	2 到 3 年	2.90	押金保证金
合计		**204.12**	**-**	**34.57**	**-**
序号	**2016 年末**	**期末余额**	**账龄**	**占其他应收款期末余额比例**	**款项性质**
1	詹芸	69.57	2 年至 3 年	12.38	押金保证金
2	重庆京东海嘉电子商务有限公司	55.00	3 年以内	9.79	押金保证金

3	浙江天猫技术有限公司	38.30	3 年以内	6.82	押金保证金
4	长沙高新开发区信息产业园房地产投资有限公司	33.03	1 年以内	5.88	押金保证金
5	北京京东世纪贸易有限公司	33.00	2 年以内	5.87	押金保证金
合计		**228.90**	**-**	**40.74**	**-**
序号	**2015 年末**	**期末余额**	**账龄**	**占其他应收款期末余额比例**	**款项性质**
1	RAINBOW PARTNER LIMITED	139.84	1 年以内	17.78	应收股东投资款
2	诺斯贝尔化妆品股份有限公司	100.00	1 年以内	12.71	押金保证金
3	詹芸	69.57	1 年至 2 年	8.84	押金保证金
4	北京三快科技有限公司	40.00	3 年以内	5.08	押金保证金
5	北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司	33.00	1 年至 2 年	4.19	押金保证金
合计		**382.41**	**-**	**48.60**	**-**

（5）存货

报告期内各期末，存货账面余额构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存商品	13,758.22	48.37	12,911.95	40.19	11,717.91	47.44
委托加工物资	5,306.76	18.66	8,244.72	25.66	6,861.85	27.78
发出商品	7,478.14	26.29	7,241.25	22.54	4,304.15	17.43
原材料	1,806.27	6.35	3,593.46	11.18	1,765.12	7.15
包装物	95.49	0.34	139.45	0.43	48.48	0.20
合计	**28,444.89**	**100.00**	**32,130.83**	**100.00**	**24,697.51**	**100.00**

①存货余额变动分析

发行人的销售模式分为自营、代销和经销三种，其中自营模式下成品备货量一般满足 60-70 天销售需求；经销模式下成品备货满足 30-45 天的销售需求，代销模式下成品备货需满足 90-120 天的销售需求。发行人成品供应采取委托加工、

自产和外购相结合的模式，原料的采购周期一般在 30-90 天不等，平均备货周期在 60 天左右，其中进口原材料和加工工艺复杂的包装材料备货周期较长，普通包装材料和原料的备货周期较短。发行人会根据销售的季节性进行相应调整成品及原材料的备货，在销售旺季和春节前储备较多的原材料和成品以满足生产经营需要。发行人从 2014 年末开始逐步调整生产原料供应模式，由委托加工厂商提供主要原料逐步过渡到自主采购主要原料，同时自建工厂作为委托加工的有效补充。

报告期内，公司存货主要包括库存商品、委托加工物资、发出商品和原材料，2016 末较 2015 年末存货余额增长较快，2017 年末，存货余额有所下降。

A、库存商品

报告期内，公司库存商品规模逐渐增长，主要原因为：第一，公司销售渠道以线上为主，为了应对终端及时性和多样性的需求，提升消费者购物体验，需要保持足够的库存商品。第二，报告期内销售业绩快速增长，公司根据实际业务体量增加了库存商品的储备；第三，公司产品种类不断丰富，代理品牌增加，产品 SKU 数量不断增加，导致库存商品规模相应增加。

B、委托加工物资

委托加工物资系公司向委托加工商提供的生产所需的原料、包装材料等。2016 年末，公司委托加工物资规模增长较快，主要原因为：一方面，随着公司销售规模增长，公司的委托加工生产规模扩大；另一方面，自 2014 年末开始，发行人自主采购生产原料，并逐步对由委托加工厂商提供的原料进行替换，故委托加工物资增加较快。2017 年末，公司委托加工物资有所减少，主要系发行人加强了库存管理。

C、发出商品

公司发出商品主要包括两类，一类为代销模式下发往各代销商的仓库及门店的商品；另一类为主要为自发货平台发出的商品中客户暂未确认收货的部分。2015 至 2017 年末，公司发出商品余额分别为 4,304.15 万元、7,241.25 万元和 7,478.14 万元，报告期内有所增加，主要系随着代销电商平台（主要为唯品会）

销售量的迅速扩大，在其仓库储备产品以快速响应线上购物需求。报告期各期末代销模式下发出商品占代销模式收入比重分别为 16.93%、18.94%和 13.90%，占比较为稳定，2017 年末有所下降，主要系发行人加强了库存管理。

D、原材料

原材料主要包括两类，一类为保湿剂、活性剂等原料，另一类为铝膜袋、膜布等包装材料。报告期各期末，原材料余额分别为 1,765.12 万元、3,593.46 万元和 1,806.27 万元，占存货的比重分别为 7.15%、11.18%和 6.35%。2016 年末，原材料余额及占比上升较快，主要原因一是随着经营规模扩大及自主采购增加，原材料备货量增加；二是公司预期向日本丸红采购的膜布涨价，2016 年进行了提前备货。

E、包装物

包装物主要为包装纸箱等外包材料。报告期各期末，包装物余额分别为 48.48 万元、139.45 万元和 95.49 万元，占存货的比重分别为 0.20%、0.43%和 0.34%，占比较小。

③存货分布情况

发行人期末存货主要由产成品及委托加工物资构成；因发货所需，公司产成品主要集中于长沙仓、各物流仓储中心及平台商仓库；委托加工物资的分布主要集中于广东及上海等化妆品代理加工集中地区，期末公司存货的主要分布如下：

存货分布情况	2017 年 12 月 31 日存货余额占比
长沙地区仓库	25.76%
唯品会（5 大仓库）	14.75%
物流仓库（菜鸟仓等）	13.34%
委托加工厂（华东地区）	16.67%
委托加工厂（华南地区）	12.49%
保税及境外仓	10.19%
其他平台仓库等	6.81%

注：委托加工厂存货包含部分直接采购的原材料等。

③期末对应在手订单情况

发行人的销售模式分为自营、代销和经销三种，主要的销售渠道集中在网络平台即线上销售。为满足货物的快速流转及市场的变化情况，一般情况下，平台客户下达订单至约定的到货时间通常较短，如主要客户京东的合同约定如下："乙方负责将订单列明的产品，通过甲方仓储预约系统按照约定的时间（即除双方另有约定外），应于甲方订单系统记录的下单时间之日起，同城 5 天，异地 10 天送达"；在自营模式下，客户下达订单后，公司需在 24 小时内发货。因订单下达至发货时间间隔较短，导致公司的存货储备需根据市场销售情况及经验数据制定存货的备货计划，即采取库存生产式生产即备货制（资源-生产-订单），而不是资源订单式生产（订单-资源-生产），以满足客户的需求；期末，相应的产品基本已根据订单要求进行发货，未完成发货的在手订单金额较小。

④存货库龄结构与存货跌价准备

A、2017 年 12 月 31 日

单位：万元

项目	1 年以内		1-1 年半		1 年半-2 年		2 年以上	
	期末余额	跌价准备金额	期末余额	跌价准备金额	期末余额	跌价准备金额	期末余额	跌价准备金额
合计	**27,108.71**	**-**	**1,080.95**	**645.63**	**179.52**	**53.86**	**75.71**	**75.71**
其中：库存商品	13,071.64	-	446.20	44.62	172.55	51.77	67.83	67.83
发出商品	7,425.87	-	37.43	3.74	6.97	2.09	7.88	7.88

B、2016 年 12 月 31 日

单位：万元

项目	1 年以内		1-1 年半		1 年半-2 年		2 年以上	
	期末余额	跌价准备金额	期末余额	跌价准备金额	期末余额	跌价准备金额	期末余额	跌价准备金额
合计	**30,555.86**	**-**	**885.05**	**332.56**	**621.84**	**296.46**	**68.08**	**68.08**
其中：库存商品	11,907.37	-	379.82	37.98	557.22	264.92	67.55	67.55
发出商品	6,959.40	-	234.06	23.41	47.26	14.18	0.53	0.53

C、2015 年 12 月 31 日

单位：万元

项目	1 年以内		1-1 年半		1 年半-2 年		2 年以上	
	期末余额	跌价准备金额	期末余额	跌价准备金额	期末余额	跌价准备金额	期末余额	跌价准备金额
合计	**24,641.91**	-	**55.59**	**31.77**	-	-	-	-
其中：库存商品	11,691.44	-	26.47	2.65	-	-	-	-
发出商品	4,304.15	-			-	-	-	-

包装材料无固定质保期限，原料一般为 2-3 年，成品的保质期一般为 3 年。

⑤报告期内，整体存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元、%

项目	2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比
原材料	170.76	22.03	88.54	12.70	5.96	18.76
库存商品	164.22	21.18	370.45	53.14	2.65	8.33
委托加工物资	426.51	55.02	199.99	28.69	23.16	72.91
发出商品	13.71	1.77	38.12	5.47	-	-
合计	**775.19**	**100.00**	**697.10**	**100.00**	**31.77**	**100.00**

公司以账面价值和可变现净值孰低为原则，依据原材料呆滞、损毁及库龄等具体情形，对各类存货分别计提跌价准备。计提存货跌价准备的依据为：

项目	计提存货跌价准备的依据
原材料	原材料呆滞、损毁及库龄较长等
库存商品	库存商品呆滞及库龄较长等
委托加工物资	材料呆滞、损毁及库龄较长等

A、存货跌价准备的计提标准、依据

公司根据以前年度不同剩余有效期产品采取的促销策略和生产（委托加工）等经验数据，采用相对谨慎的计提方法，对成品剩余有效期大于 1 年半小于 2 年的计提 10%跌价准备，大于 1 年小于 1 年半的计提 30%跌价准备，小于 1 年的计提 100%跌价准备；对部分包装材料和原料入库后一年未使用的部分计提 100%跌价准备。

B、与同行业可比公司跌价准备的计提政策和计提比例对比

a、与同行业可比公司跌价准备的计提政策对比

公司名称	存货跌价准备计提政策
上海家化	于资产负债表日，对距离保质期小于6个月的库存商品，按其账面价值计提100%的存货跌价准备，距离保质期 6 个月以上的存货按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。如果以前计提存货跌价准备的影响因素已经消失，使得存货的可变现净值高于其账面价值，则在原已计提的存货跌价准备金额内，将以前减记的金额予以恢复，转回的金额计入当期损益。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。计提存货跌价准备时，按单个存货项目计提；但对于种类繁多、单价较低的存货按存货类别计提；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，合并计提存货跌价准备
丽人丽妆	存货跌价准备按存货成本高于其可变现净值的差额计提。可变现净值按日常活动中，以存货的估计售价减去估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。
珀莱雅	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。
毛戈平	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。
丸美股份	存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货/存货类别成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，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；需要经过加工的材料存货，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。

对比同行业可比公司存货跌价计提政策情况，发行人采取了相对谨慎的政策。

b、公司存货跌价准备和同行业可比公司的计提情况对比如下：

公司简称	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日

上海家化	3.25%	2.45%	2.65%
丽人丽妆	6.57%	3.00%	1.71%
珀莱雅	8.69%	8.74%	4.12%
毛戈平	0.00%	0.00%	0.00%
丸美股份	-	0.00%	0.00%
平均值	**4.63%**	**2.84%**	**1.70%**
本公司	**2.73%**	**2.17%**	**0.13%**

注：同行业可比公司数据取自 wind 及预披露招股说明书；由于同行业可比公司尚未披露 2017 年年度数据，上述同行业可比公司数据为截至 2017 年 6 月 30 日的财务数据。

如上表所示，公司 2015 年存货跌价准备计提比例低于同行业可比公司，主要系整体存货库龄较短；2016 年公司基本形成存货的储备规模，存货周转率降低，计提存货跌价准备相应上升。

发行人存货跌价准备的政策符合会计准则相关规定，计提方法符合行业惯例及其实际情况，存货依据企业会计准则的要求进行了减值测试，计提的存货跌价准备充分。

c、退换货产品是否存在滞销、损毁、变质、过期等情形

由于电商平台对自身仓储水平的管理需求，对入驻其平台的公司产品周转情况及剩余有效期控制较严格，且不接受临近有效期及入库检验不合格的产品。公司的退换货主要系由平台大促后的库存调整、档期未售卖完毕及 7 天无理由退货等所致，此部分产品的退回主要因平台管理所需且退货及时，不存在明显的滞销情况。存在极少量的损毁、变质等产品，在退回入库环节及之前，已对所有出现损毁、变质等问题产品进行报废，未计入期末库存。

（6）其他流动资产

报告期内，公司其他流动资产主要为待抵扣增值税、预交企业所得税、待摊费用等。报告期各期末公司其他流动资产分别为 470.18 万元、2,922.48 万元和 3,600.79 万元，占流动资产比重分别为 1.13%、4.81%和 5.01%。

其他流动资产金额及占比逐年增加，主要是由于公司的待抵扣增值税及预缴纳企业所得税逐年增加所致。2016 年末较 2015 年末，待抵扣增值税增加 2,017.29 万元，预缴纳企业所得税增加 665.65 万元。

2、非流动资产

单位：万元、%

项目	2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
固定资产	10,485.24	75.33	5,187.34	59.59	4,580.15	63.54
在建工程	-	-	6.87	0.08	-	-
无形资产	593.14	4.26	586.05	6.73	473.00	6.56
长期待摊费用	1,167.85	8.39	1,413.16	16.23	1,768.31	24.53
递延所得税资产	1,672.76	12.02	1,512.12	17.37	386.83	5.37
非流动资产合计	**13,918.99**	**100.00**	**8,705.54**	**100.00**	**7,208.30**	**100.00**

报告期内，公司非流动资产主要由固定资产、长期待摊费用和递延所得税资产构成。报告期各期末，上述三项资产合计占当期非流动资产的比重分别为93.44%、93.19%和 95.74%。

（1）固定资产

报告期各期末，固定资产情况如下表：

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
房屋及建筑物	8,853.28	3,314.17	3,424.62
机器设备	369.18	353.80	300.95
办公设备	494.35	583.81	553.48
运输工具	201.39	191.85	67.29
电子设备及其他	567.04	743.70	233.80
合计	**10,485.24**	**5,187.34**	**4,580.15**

公司固定资产主要包括房屋及建筑物、机器设备、办公设备、运输工具及电子设备。报告期各期末，固定资产账面价值占非流动资产的比例为 63.54%、59.59%和 75.33%。2016 年末，公司固定资产余额较 2015 年末增加 607.19 万元，主要系公司的实验检测设备及电子设备增加，其中御家制造新增实验检测设备288.14 万元，御泥坊新增电子设备 239.46 万元。2017 年末，公司固定资产余额较 2016 年末增加 5,297.9 万元，主要系新购置了芯城科技园 5-14 层作为办公楼使用。

截至 2017 年末，公司固定资产原值 11,923.92 万元，累计折旧 1,438.68 万元，账面价值 10,485.24 万元，固定资产整体成新率 87.93%。报告期各期末，未发现固定资产存在减值迹象，未计提固定资产减值准备。具体情况如下：

单位：万元、年、%

项目	原值	折旧年限	累计折旧	减值准备	账面价值	成新率
房屋、建筑物	9,259.87	30	406.59	-	8,853.28	95.61
机器设备	466.27	3-10	97.09	-	369.18	79.18
办公设备	871.81	3-10	377.47	-	494.35	56.70
运输工具	327.83	5	126.43	-	201.39	61.43
电子设备及其他	998.14	3-5	431.10	-	567.04	56.81
合计	**11,923.92**	**-**	**1,438.68**	**-**	**10,485.24**	**87.93**

（2）无形资产

报告期各期末，公司无形资产账面价值如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
软件使用权	289.38	242.21	113.38
专利使用权	-	-	2.18
商标权使用权	303.77	343.09	355.66
著作权	-	0.75	1.78
合计	**593.14**	**586.05**	**473.00**

报告期内，公司的无形资产主要为软件使用权和商标使用权。2016 年末，公司无形资产账面价值较上年末增加 113.05 万元，主要系公司购买了 OA 系统等办公软件。

截至 2017 年末，公司无形资产原值 742.43 万元，累计摊销 149.28 万元，账面价值 593.14 万元。报告期各期末，未发现无形资产存在减值迹象，故未计提无形资产减值准备。具体情况如下：

单位：万元、年

项目	原值	摊销年限	累计摊销	减值准备	账面价值
软件使用权	352.98	5、10	63.61	-	289.38

专利使用权	2.34	10	2.34	-	-
商标权使用权	385.20	10	81.43	-	303.77
著作权	1.90	10	1.90	-	-
合计	**742.43**	**-**	**149.28**	**-**	**593.14**

（3）长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用具体构成如下：

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
装修费用	1,061.42	1,410.41	1,760.84
品牌使用费	85.03	2.75	7.47
软件使用费	21.40	-	-
合计	**1,167.85**	**1,413.16**	**1,768.31**

长期待摊费用主要由办公楼及实体门店的装修费和品牌使用费构成。报告期各期末，长期待摊费用占非流动资产比例分别为 24.53%、16.23%和 8.39%，占比逐年下降。2015 年末占比较高，主要系长沙市芯城科技园 9 栋部分房产装修费用和线下实体店装修费用。

（4）递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产余额分别为 386.83 万元、1,512.12 万元和 1,672.76 万元。报告期内，公司递延所得税资产主要为计提资产减值准备、内部交易未实现利润、可抵扣亏损及递延收益产生的可抵扣暂时性差异。

2016 年末，公司递延所得税资产较上年末增加 1,125.29 万元，主要系内部未实现损益以及资产减值确认递延所得税资产所致。

（二）负债结构分析

报告期各期末，公司负债总额分别为 31,438.41 万元、32,022.44 万元和 31,419.20 万元，具体构成如下：

单位：万元、%

项目	2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	27,163.03	85.73	29,150.41	91.03	28,875.76	91.85
非流动负债	4,520.64	14.27	2,872.03	8.97	2,562.65	8.15
合计	**31,683.67**	**100.00**	**32,022.44**	**100.00**	**31,438.41**	**100.00**

报告期各期末，公司流动负债占比分别为 91.85%、91.03%和 85.73%，为主要债务类型。报告期内，公司的非流动负债占比逐步上升，主要系购买房产借入长期借款所致。公司负债结构与经营模式、资产结构特征吻合。

1、流动负债

单位：万元、%

项目	2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	1,960.26	7.22	4,041.47	13.86	507.38	1.76
应付账款	13,543.19	49.86	18,976.53	65.10	21,093.90	73.05
预收款项	1,626.46	5.99	562.54	1.93	1,508.61	5.22
应付职工薪酬	3,347.56	12.32	1,597.09	5.48	1,382.46	4.79
应交税费	1,690.19	6.22	552.38	1.89	1,157.38	4.01
应付利息	8.88	0.03	19.58	0.07	8.32	0.03
其他应付款	4,574.77	16.84	3,150.40	10.81	2,980.40	10.32
一年内到期的非流动负债	411.73	1.52	250.41	0.86	237.30	0.82
合计	**27,163.03**	**100.00**	**29,150.41**	**100.00**	**28,875.76**	**100.00**

（1）短期借款

报告期各期末，公司短期借款结构如下：

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
保证借款	-	1,700.00	-
质押借款	1,960.26	2,341.47	507.38
信用借款	-	-	-
合计	**1,960.26**	**4,041.47**	**507.38**

2016 年末，公司短期借款较上年末增加 3,534.09 万元，主要系新增保证及质押借款，增加流动性。2017 年末，公司短期借款较上年末减少 2,081.21 万元，主要是本期归还了部分流动资金借款。

报告期内，公司无已逾期未偿还的短期借款。

（2）应付账款

报告期各期末，公司应付账款余额的账龄结构如下：

单位：万元、%

项目	2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内（含 1 年）	13,543.19	100.00	18,831.36	99.24	21,093.90	100.00
1 至 2 年（含 2 年）	-	-	145.17	0.76	-	-
合计	**13,543.19**	**100.00**	**18,976.53**	**100.00**	**21,093.90**	**100.00**

公司的应付账款主要由应付供应商的原料、包装材料采购款，以及应付委托加工厂商的委托加工费所构成。

报告期各期末，公司应付账款占当期流动负债的比例分别为 73.05%、65.10%和 49.86%。报告期内，公司应付账款占比逐年下降，公司信用水平良好，与供应商之间不存在纠纷。

截至本报告期末，公司前五大应付账款明细如下：

单位：万元、%

单位名称	金额	占比	账龄	款项性质
诺斯贝尔化妆品股份有限公司	1,768.19	13.06	1 年以内	货款
广州市奥雪化工有限公司	769.25	5.68	1 年以内	货款
欧标（广州）化妆品有限公司	744.49	5.50	1 年以内	货款
广州市李记包装材料有限公司	569.54	4.21	1 年以内	货款
惠州宝柏包装有限公司	552.15	4.08	1 年以内	货款
合计	**4,403.62**	**32.52**	**-**	**-**

上述应付账款供应商中不存在持股 5%以上（含 5%）股东或与公司存在其

他关联关系的情形。

（3）预收款项

报告期各期末，公司预收款项的账龄结构如下：

单位：万元、%

项目	2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	1,626.46	100	562.54	100.00	1,508.61	100.00
合计	**1,626.46**	**100**	**562.54**	**100.00**	**1,508.61**	**100.00**

预收款项主要为预收唯品会以及线下经销商的货款。报告期各期末，公司预收款项分别为 1,508.61 万元、562.54 万元和 1,626.46 万元，分别占当期流动负债比例为 5.22%、1.93%和 5.99%。2016 年末，公司预收款项较 2015 年末减少 946.07 万元，主要系唯品会本期预收款余额较上期末降低；2017 年末预收款项较 2016 年末增加 1,063.92 万元，主要系唯品会根据进度单支付货款，但公司尚未收到其代销清单，故未确认当期收入。

截至本报告期末，公司预收账款大额明细如下：

单位：万元

单位名称	金额	账龄	款项性质
唯品会(中国)有限公司	1,582.87	1 年以内	货款
北京京东世纪贸易有限公司	30.25	1 年以内	货款
沧州市昊天日用品有限公司	6.59	1 年以内	货款
潍坊金五月商贸有限公司	2.01	1 年以内	货款
JD.COMINTERNATIONALLIMITED	1.20	1 年以内	货款
合计	**1622.92**	-	-

（4）应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
短期薪酬	3,341.95	1,594.64	1,364.63

项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
离职后福利中的设定提存计划负债	5.61	2.46	17.83
合计	**3,347.56**	**1,597.10**	**1,382.46**

报告期各期末，应付职工薪酬占流动负债比例分别为 4.79%、5.48%和 12.32%。公司应付职工薪酬逐年增加，主要系报告期内业务发展迅速，员工规模和经营业绩快速增长，计提的工资薪金相应增加；2017 年末增加较快，主要原因为 2017 年度公司业绩较好，计提年终奖较多。

（5）应交税费

报告期各期末，公司应交税费余额情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
企业所得税	1,406.18	292.77	798.56
增值税	5.32	167.99	266.95
城市维护建设税	0.86	-3.51	38.92
教育费附加	0.62	-2.50	27.84
代扣代缴个人所得税	32.31	66.18	21.19
其他	244.88	31.45	3.93
合计	**1,690.19**	**552.38**	**1,157.38**

应交税费主要由应交增值税和应交企业所得税构成。报告期各期末，公司应交税费占流动负债比例分别为 4.01%、1.89%和 6.22%。

2016 年末，公司的应交税费相比 2015 年末下降，主要系应交企业所得税和应交增值税下降。2016 年末，应交企业所得税下降主要原因为子公司御家制造于 2016 年 12 月获得高新技术企业证书，当年可享受税收优惠，而前期预缴所得税金额较大，故应交企业所得税金额下降；2017 年末，应交企业所得税较上期末增加较快，主要系公司盈利情况良好。

（6）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款的按性质列示如下：

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
物流费用	1,309.43	1,256.14	1,823.34
推广费等	2,480.42	1,756.44	965.00
押金保证金	123.26	106.31	32.02
其他	661.66	31.51	160.04
合计	**4,574.77**	**3,150.40**	**2,980.40**

报告期各期末，公司其他应付款分占流动负债比例分别为 10.32%、10.81%和 16.84%，其他应付款主要为应付的物流费用、推广费用、收到的押金保证金和其他往来款项等。2017 年末，公司其他应付款较 2016 年末增加 1,424.37 万元，主要系随之业务规模增长，期末应付未付的物流及推广等费用余额较上期末增加。

报告期各期末，其他应付款主要集中在 1 年以内，账龄结构如下：

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
1 年以内（含 1 年）	4,454.66	3,062.51	2,655.31
1 至 2 年	85.21	35.84	325.09
2 至 3 年	14.79	52.05	-
3 年以上	20.10	-	-
合计	**4,574.77**	**3,150.40**	**2,980.40**

（7）一年内到期的非流动负债

2015 年至 2017 年末，公司一年内到期的非流动负债分别为 237.30 万元、250.41 万元和 411.73 万元，系向上海浦东发展银行股份有限公司借入的按揭借款中一年内到期部分。

2、非流动负债

报告期各期末，公司非流动负债主要由长期借款与递延收益构成，具体明细如下：

单位：万元、%

项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日

	金额	比例	金额	比例	金额	比例
长期借款	3,290.56	72.79	1,821.29	63.41	2,071.70	80.84
预计负债	68.72	1.52	44.98	1.57	40.95	1.60
递延收益	1,161.36	25.69	1,005.77	35.02	450.00	17.56
合计	**4,520.64**	**100.00**	**2,872.03**	**100.00**	**2,562.65**	**100.00**

（1）长期借款

2015 年至 2017 年末，公司长期借款余额分别为 2,071.70 万元、1,821.29 万元和 3,290.56 万元，系分别为购置长沙市芯城科技园 9 栋 1/2/3/4/15/16 层及 5-14 层向上海浦东发展银行股份有限公司借入款项。

（2）预计负债

报告期各期末，公司的预计负债主要系预计退货损失，报告期内预计负债金额分别为 40.95 万元、44.98 万元和 68.72 万元。

（3）递延收益

报告期各期末，公司的递延收益主要由政府补助与销售积分构成，具体明细如下：

单位：万元、%

项目	2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
政府补助	1,000.00	86.11	800.00	79.54	450.00	100.00
销售积分	161.36	13.89	205.77	20.46	-	-
合计	**1,161.36**	**100.00**	**1,005.77**	**100.00**	**450.00**	**100.00**

报告期各期末，递延收益中的政府补助主要系与资产相关的政府补助尚未完成或尚未通过验收；销售积分主要系御泥坊 APP 会员销售奖励积分形成的递延收益。

计入递延收益的政府补助明细如下：

单位：万元

序号	项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
1	御泥坊“云”营销服务系统搭建项目	100.00	100.00	100.00

2	御家汇移动智能肌肤健康管理软硬件研发与肌肤数据云计算平台搭建项目	150.00	150.00	150.00
3	基于品牌会员大数据的移动互联网营销平台研发与应用项目	200.00	200.00	200.00
4	电商供应链智能服务平台	50.00	50.00	-
5	基于移动互联网的面膜产品实验室	300.00	300.00	-
6	基于移动互联网的线下生态管理平台政府省移动互联网产业发展补助	200.00	-	-
合计		**1,000.00**	**800.00**	**450.00**

注 1：2014 年，公司收到长沙市工业和信息化委员会、长沙市财政局、长沙市发展和改革委员会、长沙市科技局下发的政府补助 100 万元，补助项目为御泥坊“云”营销服务系统搭建，截至本报告期末，项目尚未验收；

注 2：2014 年，公司收到湖南省财政厅、湖南省经济和信息化委员会下发的政府补助 150 万，补助项目为御家汇移动智能肌肤健康管理软硬件研发与肌肤数据云计算平台搭建，截至本报告期末，项目尚未验收；

注 3：2015 年，公司收到湖南省财政厅、湖南省经济和信息化委员会下发的政府补助 200 万元，补助项目为基于品牌会员大数据的移动互联网营销平台研发与应用，截至本报告期末，项目尚未验收；

注 4：2016 年，公司收到长沙市 2015 年移动互联网产业项目专项资金 50 万，补助项目为电商供应链智能服务平台，截至本报告期末，项目尚未验收；

注 5：2016 年，公司收到长沙市财政局、长沙市经济和信息化委员会下发的政府补助 300 万元，截至本报告期末，项目尚未验收；

注 6：2017 年，公司收到湖南省财政厅省经信委下发的政府补助 200 万元，截止至本报告期末，项目尚未验收。

（三）所有者权益构成及变动分析

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
股本	12,000.00	12,000.00	2,280.70
资本公积	11,904.91	10,574.80	7,487.77
其他综合收益	-42.87	246.99	54.67
盈余公积	862.67	184.99	-
未分配利润	29,267.02	14,095.29	7,390.50
归属于母公司所有者权益	53,991.73	37,102.06	17,213.64
少数股东权益	73.27	317.08	208.55
股东权益合计	**54,065.01**	**37,419.14**	**17,422.19**

1、股本

2016 年 6 月 28 日，御家汇有限召开董事会，同意前海投资增资 108,247,423 元，公司的注册资本由 2,280.70 万元增加至 2,351.24 万元。

2016 年 8 月 27 日，御家汇有限召开董事会，决议整体变更为“湖南御家汇科技股份有限公司”。全体董事一致同意以截至 2016 年 7 月 31 日的净资产 242,282,514.67 元作为出资，按 1:0.247645 的比例折为股份公司总股本 6,000 万股，每股面值 1 元，由各股东按原各自出资比例持有，其余净资产 182,282,514.67 元计入资本公积。

2016 年 12 月 5 日，御家汇召开股东大会，同意公司以总股本 6,000 万股为基数，以资本公积向全体股东每 10 股转增 10 股，合计转增 6,000 万股。转增完成后，公司总股本由 6,000 万股变更为 12,000 万股，注册资本由 6,000 万元人民币变更为 12,000 万元人民币。

2、资本公积

单位：万元

项目	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
股本溢价	10,396.70	10,396.70	3,488.84
其他资本公积	1,508.20	178.10	3,998.93
合计	**11,904.91**	**10,574.80**	**7,487.77**

报告期内，资本公积变化的主要原因是：

报告期内，公司对于部分员工进行股权激励，对于有明确服务期限的员工授予的权益工具，公司计算公允价值并扣除员工支付的直接对价后，在相应的服务期限内摊销确定费用。对于未明确约定服务期限的员工授予的权益工具，在授予当期一次性确认为费用。报告期内，股份支付计入费用（确认资本公积）金额分别为 3,172.40 万元、1,494.28 万元和 1,330.11 万元。

2015 年度，顺为资本新增出资，增加“资本公积—资本溢价”2,511.06 万元。

2016 年，前海投资新增出资，增加“资本公积—资本溢价”10,754.20 万元；

公司股改，资本公积转入股本，减少资本公积 3,161.46 万元；转增股本，减少“资本公积—资本溢价”6,000 万。

3、其他综合收益

报告期各期末，公司的其他综合收益分别为 54.67 万元、246.99 万元和-42.87 万元，主要为汇率变动所造成的外币财务报表折算差额。

4、盈余公积

报告期各期末，公司盈余公积分别为 0.00 万元、184.99 万元和 862.67 万元。2016 年及 2017 年末，公司盈余公积较上年末增加 184.99 万元、677.68 万元，主要系当年计提了法定盈余公积。

5、未分配利润

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
上期期末余额	14,095.29	7,390.50	2,075.73
加：期初未分配利润调整数	-	-	-
本期期初余额	14,095.29	7,390.50	2,075.73
加：本期归属于母公司所有者的净利润	15,849.42	7,377.08	5,314.77
减：提取法定盈余公积	677.68	184.99	-
应付普通股股利	-	-	-
其他	-	-	-
转作股本的普通股股利	-	487.30	
本期期末余额	29,267.02	14,095.29	7,390.50

报告期内，公司未分配利润增加均系当期净利润转入；未分配利润减少之“提取法定盈余公积金”系根据公司法及《公司章程》规定按照净利润的 10%提取盈余公积。

（四）偿债能力分析

报告期内，本公司偿债能力指标如下表：

财务指标	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	2.64	2.08	1.44
速动比率（倍）	1.49	0.90	0.57
资产负债率（合并）	36.95%	46.11%	64.34%
资产负债率（母公司）	50.87%	3.21%	2.86%
财务指标	**2017 年度**	**2016 年度**	**2015 年度**
息税折旧摊销前利润（万元）	19,993.95	10,408.75	8,511.87
利息保障倍数	72.03	25.42	112.08

注：息税折旧摊销前利润＝利润总额＋费用化利息支出＋折旧＋摊销
利息保障倍数＝（利润总额+利息费用）/利息费用

1、短期偿债能力分析

报告期各期末，公司的流动比率分别为 1.44、2.08 和 2.64，速动比率分别为 0.57、0.90 和 1.49。

2016 年末，公司流动比率较上年末有所提高，主要系公司货币资金、预付款项等流动资产增幅较快；公司速动比率较上年末有所上升，主要系扣除存货的速动资产增幅较快，速动资产占比提升。

2017 年末，公司的流动比率、速动比率较上期末有所提升，主要系短期借款、应付账款等流动负债降幅较大。

报告期内，公司与主要客户发生业务往来时，均严格遵守合同或相关法规的约定，未发生重大违约行为，具备较强的短期偿债能力。

2、长期偿债能力分析

报告期各期末，公司母公司资产负债率分别为 2.86%、3.21%和 50.87%，合并资产负债率分别为 64.34%、46.11%和 36.95%。2016 年末，公司的合并资产负债率较 2015 年下降 18.23%，主要系公司当年未分配利润增加，且公司增资扩股

使得所有者权益增长较大。2017 年末，公司的合并资产负债率较 2016 年下降 9.16%，主要系本期未分配利润增加。

报告期内，公司息税折旧摊销前利润主要来源于主营业务盈利，企业信用良好，资金周转顺畅，无逾期未偿还银行借款本金及逾期支付利息的情况。报告期内，公司息税折旧摊销前利润分别为 8,511.87 万元、10,408.75 万元和 19,993.95 万元，呈现逐年上升趋势，主要系当年营业收入上升、营业利润较上年增加。

报告期内，公司短期借款所产生的利息支出与公司净利润相比金额较小，利息保障倍数维持在较高的水平，公司的经营性现金净流入较为充裕，可充分保证公司及时支付借款利息。

3、同行业可比公司偿债能力比较

报告期各期末，流动比率、速动比率、资产负债率指标与同行业可比公司对比如下：

公司简称	流动比率（倍）		
	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日
上海家化	2.74	2.90	3.33
丽人丽妆	2.76	2.33	3.53
珀莱雅	0.88	0.81	0.72
毛戈平	2.13	2.09	1.39
丸美股份	-	1.72	1.56
平均值	**2.13**	**1.97**	**2.11**
本公司	**2.64**	**2.08**	**1.44**
公司简称	**速动比率（倍）**		
	2017 年 12 月 31 日	**2016 年 12 月 31 日**	**2015 年 12 月 31 日**
上海家化	2.43	2.58	3.01
丽人丽妆	2.02	1.46	2.61
珀莱雅	0.60	0.45	0.50
毛戈平	1.67	1.64	1.03
丸美股份	-	1.56	1.39

平均值	**1.68**	**1.54**	**1.71**
本公司	**1.49**	**0.90**	**0.57**
公司简称	**资产负债率（合并）（%）**		
	2017 年 12 月 31 日	**2016 年 12 月 31 日**	**2015 年 12 月 31 日**
上海家化	32.80	31.03	29.79
丽人丽妆	29.39	35.52	22.65
珀莱雅	60.08	62.68	70.45
毛戈平	33.59	33.68	47.83
丸美股份	-	45.10	47.58
平均值	**38.97**	**41.60**	**43.66**
本公司	**36.95**	**46.11**	**64.34**

注：同行业可比公司数据取自 wind 及预披露招股说明书。由于可比公司未披露 2017 年年度数据，上述同行业可比公司数据为截至 2017 年 6 月 30 日的财务数据。

2015 年末，公司流动比率、速动比率均低于同行业可比公司平均值，主要原因系：（1）公司处于快速发展阶段，净资产规模受限，资产负债率高于同行业可比公司；（2）公司存货和流动负债规模相对较大，公司的资产负债结构符合其自身发展阶段和经营特点。2016 年末和 2017 年末，公司流动负债规模有所减小，且未分配利润有所增加，流动比率、速动比率有所提升，资产负债率有所下降。

（五）资产周转能力分析

报告期内，本公司资产周转能力相关指标如下所示：

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
应收账款周转率	21.16	22.19	16.99
存货周转率	2.64	1.95	2.15

报告期内，应收账款周转率保持在较高水平，主要是由于公司整体客户质量较高，收款情况良好。

2016 年度，公司存货周转率有所下降，其主要原因包括：第一，报告期内销售业绩快速增长，为提升消费者购物体验，满足其及时性和多样性的需求，以及公司产品 SKU 数量不断增加，库存商品和发出商品规模不断提高；第二，随着 2015 年自有工厂投产，同时委托加工所需的大部分原材料转由自采，相应原

材料和委托加工物资库存量增长较快。具体分析参见本节“十二、财务状况分析/（一）资产结构分析/1、流动资产结构分析/（5）存货”。2017 年度，公司加强库存周期管理，存货周转率有所上升。

同行业可比公司应收账款周转率和存货周转率情况如下：

公司简称	应收账款周转率		
	2017 年度	2016 年度	2015 年度
上海家化	7.90	7.67	9.05
丽人丽妆	16.60	18.75	33.51
珀莱雅	27.11	18.05	23.59
毛戈平	11.14	10.45	12.44
丸美股份	-	75.65	315.34
平均值	**15.69**	**26.11**	**78.79**
本公司	**21.16**	**22.19**	**16.99**
公司简称	**存货周转率**		
	2017 年度	**2016 年度**	**2015 年度**
上海家化	2.60	3.24	3.97
丽人丽妆	4.70	4.47	4.91
珀莱雅	2.98	3.15	3.39
毛戈平	2.16	1.91	1.76
丸美股份	-	3.50	3.91
平均值	**3.11**	**3.25**	**3.59**
本公司	**2.64**	**1.95**	**2.15**

注：同行业可比公司数据取自 wind 及预披露招股说明书。由于同行业可比公司尚未披露 2017 年年度数据，上述同行业可比公司数据为截至 2017 年 6 月 30 日的财务数据。

1、应收账款周转率分析

报告期内，因各自具体经营模式的不同，同行业可比公司及本公司应收账款周转率均存在一定差异。上海家化和毛戈平主要是线下商超百货渠道，故应收账款周转率相对较低。毛戈平经销模式下的销售业务和化妆培训业务先款后货，由此应收账款周转率较上海家化相对较快。珀莱雅与经销商合作的日化专营店和商场超市渠道占比较大，其对大部分经销商采取先款后货的销售政策，应收账款主

要来自聚美优品、京东等线上经销商，故其应收账款周转率总体较快。丽人丽妆主要从事化妆品电商零售业务，其应收账款主要为应收化妆品品牌方的营销推广服务费用，账龄主要集中在 6 个月以内，故其应收账款周转率较快。丸美股份以经销模式为主，在该模式下一般先收款后发货，其应收账款主要来源于屈臣氏渠道及电商直营部分的销售收入，应收账款规模较小，周转较快。本公司应收账款主要来自于线上线下渠道的经销商，故应收账款周转率快于上海家化和毛戈平，但低于丽人丽妆、珀莱雅和丸美股份，符合自身和行业特征。

公司应收账款账龄在 1 年以内的比例为 99.80%以上，不存在应收账款超龄风险。

2、存货周转率分析

2016 年，发行人存货周转率有所下降，其主要原因包括：第一，报告期内销售业绩快速增长，为提升消费者购物体验，满足其及时性和多样性的需求，以及公司产品 SKU 数量不断增加，库存商品和发出商品规模不断提高；第二，随着 2015 年自有工厂投产，同时委托加工所需的大部分原材料转由自采，相应原材料和委托加工物资库存量增长较快。2017 年度，公司加强库存周期管理，存货周转率有所上升。

报告期内，因各自具体经营模式的不同，同行业可比公司及本公司存货周转率也存在一定差异。丽人丽妆化妆品电商零售业务主要以买断经销模式为主，大部分在天猫平台进行销售且没有生产加工环节，故其存货周转率较快。上海家化存货管理位居行业领先水平，近年来其从经销模式转向自营模式，故周转率有所下降。本公司线上线下有自营、经销、代销模式，随着销售规模的扩大，2016 年存货规模增长较快，存货周转率放缓，周转率高于毛戈平。2017 年度，公司加强库存周期管理，存货周转率有所上升。本公司将进一步提高存货管理能力，向行业领先水平看齐。

十三、现金流量分析

报告期内，本公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
经营活动产生的现金流量净额	17,341.76	-7,341.66	5,484.63
投资活动产生的现金流量净额	-6,646.71	-1,395.05	-6,766.26
筹资活动产生的现金流量净额	-2,773.73	15,135.52	5,259.84
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-479.34	175.31	54.03
现金及现金等价物净增加额	7,441.98	6,574.12	4,032.24

最近三年，本公司整体现金流量状况较好，现金及现金等价物净增加额呈上升趋势。

（一）经营活动现金流量分析

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年	2015 年
销售商品、提供劳务收到的现金	181,529.31	127,958.06	88,050.70
收到其他与经营活动有关的现金	6,528.20	3,016.57	1,529.25
经营活动现金流入小计	**188,057.51**	**130,974.63**	**89,579.95**
购买商品、接受劳务支付的现金	92,052.13	78,815.60	47,330.69
支付给职工以及为职工支付的现金	13,600.49	11,173.43	7,328.28
支付的各项税费	16,346.67	13,275.82	9,026.76
支付其他与经营活动有关的现金	48,716.47	35,051.44	20,409.59
经营活动现金流出小计	**170,715.75**	**138,316.29**	**84,095.32**
经营活动产生的现金流量净额	**17,341.76**	**-7,341.66**	**5,484.63**

报告期内，随着公司销售收入的增长，经营活动产生的现金流入持续增加。2016 年，公司经营性现金流量净额为负数，主要是因为存货和经营性应收项目增长较快，经营性应付项目有所减少所致。

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润之间的调整情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
净利润	15,817.70	7,259.48	5,298.96

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
加：资产减值准备	959.93	744.73	20.93
固定资产折旧	747.92	477.43	299.29
无形资产摊销	69.10	62.76	17.40
长期待摊费用摊销	435.61	417.84	204.95
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”填列）	96.12	25.11	40.26
财务费用（收益以“-”填列）	267.92	397.20	73.48
投资损失（收益以“-”填列）	-110.54	-	-
递延所得税资产的减少（增加以“-”填列）	-160.64	-1,125.29	-88.87
递延所得税负债的增加（减少以“-”填列）	-	-	-
存货的减少（增加以“-”填列）	3,680.73	-7,433.33	-17,194.85
经营性应收项目的减少（增加以“-”填列）	-5,530.19	-5,616.10	-939.78
经营性应付项目的增加（减少以“-”填列）	448.75	-4,255.56	14,571.00
其他	619.35	1,704.07	3,181.86
经营活动产生的现金流量净额	**17,341.76**	**-7,341.66**	**5,484.63**

报告期内，经营活动产生的现金流量净额分别为 5,484.63 万元、-7,341.66 万元和 17,341.76 万元，发行人 2015 年和 2017 年经营活动产生的现金流量净额与净利润基本保持一致，2016 年经营活动产生的现金流量净额与净利润存在较大差异，主要原因是发行人 2016 年度完成股权融资资金充裕，供应商付款进度加快以及存货备货大幅增加，经营性应收应付项目影响 9,871.66 万元、存货增加影响 7,433.33 万元，导致度经营活动产生的现金流量净额为与当年净利润偏差较大。

1、经营活动现金流入的主要构成

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	181,529.31	127,958.06	88,050.70
收到其他与经营活动有关的现金	6,528.20	3,016.57	1,529.25

经营活动现金流入小计	**188,057.51**	**130,974.63**	**89,579.95**

报告期内，发行人经营活动现金流入主要来源于销售商品、提供劳务收到的现金，各期占比均在 96.00%以上，逐年增加主要由于销售收入的持续增长。

报告期内，公司经营活动主要现金流量明细的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	181,529.31	127,958.06	88,050.70
营业收入	164,639.99	117,089.27	76,872.25
比例	110.26%	109.28%	114.54%
经营活动产生的现金流量净额	17,341.76	-7,341.66	5,484.63
净利润	15,817.70	7,259.48	5,298.96

报告期内，发行人销售商品、提供劳务收到的现金金额分别为 88,050.70 万元、127,958.06 万元和 181,529.31 万元，占营业收入的比例分别为 114.54%和 109.28%和 110.26%，销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入基本匹配。

（1）销售商品、提供劳务收到的现金的大额变动及与相关会计科目的勾稽

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
营业收入	164,639.99	117,089.27	76,872.25
销项税	24,359.41	19,344.46	12,913.26
应收账款账面余额减少（增加为负数）	-3,428.16	-1,580.20	75.74
预收账款账面余额增加（减少为负数）	1,063.93	-946.07	1,494.98
坏账准备变化	-182.41	-81.89	2.87
汇率变化影响	-	0.34	
递延收益-积分	-44.40	205.77	
应收账款-账扣无现金流部分	-4,927.82	-6,080.09	-3,324.48
预计负债	48.78	6.48	16.08
销售商品、提供劳务收到的现金合计	**181,529.31**	**127,958.06**	**88,050.70**

报告期内，发行人销售商品、提供劳务收到的现金主要因销售收入的持续增长，与营业收入、应收账款、预收款项及增值税销项税等相关科目勾稽一致。

（2）收到的其他与经营活动有关的现金的大额变动及与相关会计科目的勾稽

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
营业外收入-政府补助	3,207.47	2,067.11	330.83
财务费用-利息收入	30.47	22.08	12.67
资金往来款（押金保证金及备用金等）	3,290.26	927.38	1,185.75
收到的其他与经营活动有关的现金合计	**6,528.20**	**3,016.57**	**1,529.25**

报告期内，发行人收到的其他与经营活动有关的现金主要系政府补助、利息收入等，收到的其他与经营活动有关的现金与其他应收款、其他应付款、营业外收入、财务费用相关科目勾稽一致。

2、经营活动现金流出的主要构成

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
购买商品、接受劳务支付的现金	92,052.13	78,815.60	47,330.69
支付给职工以及为职工支付的现金	13,600.49	11,173.43	7,328.28
支付的各项税费	16,346.67	13,275.82	9,026.76
支付的其他与经营活动相关的现金	48,716.47	35,051.44	20,409.59
经营活动现金流出小计	**170,715.75**	**138,316.29**	**84,095.32**

报告期内，发行人经营活动现金流出的主要来源于购买商品、接受劳务支付的现金，各期占比均在 46%以上。随着发行人业务规模的不断扩大，发行人购买商品、接受劳务支付的现金逐年增加。

（1）购买商品、接受劳务支付的现金的大额变动及与相关会计科目的勾稽

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
营业成本	77,983.20	54,822.59	34,507.97
存货的增加	-3,764.04	6,768.00	17,168.46
营业成本中包含的薪酬	-1,241.77	-1,170.63	-1,021.11
进项税额	12,492.98	13,738.76	9,066.02
存货-减值准备的变化	78.09	665.33	26.39
预付款项增加（减少为负数）	1,084.72	1,935.50	361.14
预付款项中工程款、设备款	-27.56	19.60	-34.48

应付账款减少（增加为负数）	5,433.34	2,117.37	-12,520.59
应付账款中工程款、设备款	-272.67	-240.22	-316.07
营业成本中包含的折旧及摊销	-117.01	-113.32	-134.90
存货转销	-	-	
营业外支出-存货报废	372.59	-	
预计负债	25.03	2.45	6.62
其他	5.21	270.17	221.24
购买商品、接受劳务支付的现金合计	**92,052.13**	**78,815.60**	**47,330.69**

报告期内，发行人购买商品、接受劳务支付的现金主要因业务规模的持续增长，与营业成本、存货、应付账款、预付款项及增值税进项税等相关科目勾稽一致。

（2）支付给职工以及为职工支付的现金大额变动及与相关会计科目的勾稽

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
应付职工薪酬本年支付数	13,566.62	11,218.43	7,340.03
应交税费代扣代缴个人所得税余额净减少额（净增加为负数）	33.87	-45.00	-11.75
支付给职工以及为职工支付的现金合计	**13,600.49**	**11,173.43**	**7,328.28**

报告期内，发行人支付给职工以及为职工支付的现金主要系为管理人员、销售人员以及生产人员等支付的现金。发行人规模逐步增长，员工人数逐年增加，使得发行人各期支付给职工以及为职工支付的现金逐年增加。与应付职工薪酬、应交税费—个人所得税科目勾稽相符。

（3）支付的各项税费的大额变动及与相关会计科目的勾稽

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
应交税费本年支付数	17,092.67	13,701.75	9,225.42
代扣代缴个人所得税本年支付数	-746.00	-425.93	-198.66
支付的各项税费合计	**16,346.67**	**13,275.82**	**9,026.76**

报告期内，发行人支付的各项税费主要为经营活动中支付的企业所得税、增值税、城建税、教育费附加等税费。支付的税费各年持续增加系各期营业收入增加所致，与应交税费科目勾稽相符。

（4）支付的其他与经营活动有关的现金的大额变动及与相关会计科目的勾稽

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
管理及销售费用中付现费用	46,296.21	34,635.17	20,051.29
资金往来款（押金保证金及备用金等）	1,780.81	244.46	167.27
营业外支出中列支	386.74	7.67	93.08
财务费用-银行手续费	252.71	164.13	97.95
支付的其他与经营活动有关的现金合计	**48,716.47**	**35,051.44**	**20,409.59**

报告期内，发行人支付其他与经营活动有关的现金主要系销售费用、管理费用以及财务费用中付现费用，与发行人业务规模和费用核算情况勾稽相符。

公司报告期各期经营活动现金流量的各主要构成和大额变动情况，与相关会计科目勾稽无重大异常。

（二）投资活动现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额明细如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
取得投资收益收到的现金	110.54	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	26.20	1.02	68.90
收到其他与投资活动有关的现金	12,400.00	350.00	200.00
投资活动现金流入小计	**12,536.74**	**351.02**	**268.90**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	6,983.45	1,746.06	7,035.15
支付其他与投资活动有关的现金	12,200.00	-	-
投资活动现金流出小计	**19,183.45**	**1,746.06**	**7,035.15**
投资活动产生的现金流量净额	**-6,646.71**	**-1,395.05**	**-6,766.26**

报告期内，公司投资活动的现金流出主要为购建固定资产、无形资产、理财产品和其他长期资产支付的现金。投资活动的现金流入主要为收到其他与投资活动有关的现金，具体为收到的计入递延收益的政府补助和赎回理财产品。

（三）筹资活动现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额明细如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
吸收投资收到的现金	-	11,051.87	2,794.33
取得借款收到的现金	9,560.26	4,700.00	3,089
筹资活动现金流入小计	**9,560.26**	**15,751.87**	**5,883.33**
偿还债务支付的现金	9,854.44	237.30	557.98
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	279.55	379.05	65.52
支付其他与筹资活动有关的现金	2,200.00		
筹资活动现金流出小计	**12,333.99**	**616.35**	**623.50**
筹资活动产生的现金流量净额	**-2,773.73**	**15,135.52**	**5,259.84**

2015 年，公司收到顺为资本增资款，同时借入购房按揭贷款，从而筹资活动现金流量净额增长。2016 年，公司收到前海投资增资款，同时借入银行短期借款，从而筹资活动现金流量净额增长较快。2017 年度，公司取得借款和偿还贷款金额基本相当，因存款质押现金流出 2,200 万元，故筹资活动产生的现金流量净额为负。

十四、资本性支出分析

（一）报告期内资本性支出的情况

报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 7,035.15 万元、1,746.06 万元和 6,983.45 万元，主要是购买房屋建筑物、生产检测设备以及厂房装修等。通过持续的资本性支出，公司扩充了产能，提升了研发检测和生产能力，进一步巩固了核心竞争能力，为经营业绩的持续增长奠定了坚

实基础。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划及资金需要量

截至本招股说明书签署日，除本次发行募集资金计划投资的项目外，公司不存在其他可预见的重大资本性支出。本次募集资金投资项目拟用于研发与质量管理检测中心建设、信息化与移动互联网建设、品牌建设与推广及补充流动资金，具体情况详见本招股说明书“第十节 募集资金运用”。

十五、摊薄即期回报分析

（一）本次募集资金到位当年每股收益变化情况

本次发行完成后，公司净资产及股本规模将有所上升，而募集资金投资项目产生收益需要一定时间，在上述项目产生收益之前，公司盈利主要依赖于现有主营业务。如果募资资金到位当年，公司盈利增长幅度低于股本扩张幅度，预计本次发行完成当年扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的每股收益将被摊薄。公司特提请广大投资者注意公司即期回报被摊薄的风险。

本次募集资金到位当年公司每股收益变化情况分析如下：

1、主要假设

（1）本次发行前公司总股本 12,000.00 万股，根据《证券法》规定，首次公开发行的股份达到公司股份总数的 25%以上。本次发行股份上限为 4,000.00 万股（最终发行数量以经中国证监会核准发行的股份数量为准），假设不进行老股公开发售，发行完成后公司总股本为 16,000.00 万股；

（2）假设本次公开发行于 2017 年 9 月 30 日完成（该上市时间仅为本次测算需要，最终以经中国证监会核准后完成发行日为准），同时募集资金到账；

（3）以 2016 年经审计的扣非前后净利润为基础，假设 2017 年扣非前后净利润均增长 0%、10%及 20%（本假设仅用于分析即期回报摊薄影响，不代表公司对未来盈利趋势的判断，不构成盈利预测，最终盈利情况以当年经审计的财务数据为准）；

（4）除本次发行外，假设 2017 年不存在影响公司总股本的情形；

（5）不考虑本次募集资金到账对公司 2017 年经营情况、财务及盈利情况（财务费用、投资收益）的影响；

（6）假设宏观环境、市场环境及公司经营情况未发生重大不利变化。

2、特别提示

上述假设仅用于分析本次发行对公司每股收益的影响，不代表公司对 2017 年经营情况及趋势的判断，亦不构成盈利预测，亦不代表中国证监会对公司本次首次公开发行股票申请的核准。投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

3、本次发行对每股收益的影响

项目	2016 年度（末）	2017 年度（末）	
		本次发行前	本次发行后
总股本（万股）	12,000.00	12,000.00	16,000.00
情形 1：2017 年净利润与 2016 年持平，即 2017 年归属于母公司所有者的净利润为 7,377.08 万元			
归属于母公司所有者的净利润（万元）	7,377.08	7,377.08	7,377.08
基本每股收益（元）	0.62	0.62	0.57
稀释每股收益（元）	0.62	0.62	0.57
情形 2：2017 年净利润较 2016 年增长 10%，即 2017 年归属于母公司所有者的净利润为 8,114.79 万元			
归属于母公司所有者的净利润（万元）	7,377.08	8,114.79	8,114.79
基本每股收益（元）	0.62	0.68	0.62
稀释每股收益（元）	0.62	0.68	0.62
情形 3：2017 年净利润较 2016 年增长 20%，即 2017 年归属于母公司所有者的净利润为 8,852.50 万元			
归属于母公司所有者的净利润（万元）	7,377.08	8,852.50	8,852.50
基本每股收益（元）	0.62	0.74	0.68
稀释每股收益（元）	0.62	0.74	0.68

注：1、本次发行前基本每股收益（扣非前后）=当期归属于母公司所有者的净利润（扣

非前后）/发行前当期加权平均总股本；

2、本次发行后基本每股收益（扣非前后）=当期归属于母公司所有者的净利润（扣非前后）/（期初总股本+本次新增发行股份数*发行月份次月至年末的月份数/12）

经测算，在 2017 年 9 月末完成本次发行的假设条件下，公司发行股份后的基本每股收益和稀释每股收益低于发行股份前，即期回报将会出现一定程度摊薄。

（二）本次募集资金的必要性和合理性、与公司现有业务的关系、从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

1、本次融资的必要性和合理性

（1）建设研发与质量管理检测中心，提升整体研发和质检实力

本次募集资金投资于研发与质量管理检测中心建设项目，在长沙研发实验室的基础上进行升级，进行专业化实验科室建设、改善设备条件和实验环境，构建国内一流的护肤品研发平台。从人才、设备与管理上进一步提升新产品的研发实力和产品生产工艺水平，提高科研自主创新能力，为公司不断推出新产品提供研发支持。

（2）加强信息化建设并升级改造移动互联网商城

本次募集资金投资于信息化与移动互联网商城升级改造项目，将上游厂家和发货终端，线上、自营和第三方都纳入系统管理体系，构建信息化全局网络，有利于公司掌握总体库存、销售及服务情况，实现资源的优化配置，对于公司提高管理水平、提高运营效率，节约成本具有重要作用。通过升级改造移动互联网商城，为用户提供安全、快捷、确保正品的购物体验，有利于减少消费者交易成本，减少公司支付给电商平台的销售费用，节约成本，同时降低公司对电商平台的依赖性。

（3）通过品牌建设，提升公司的品牌知名度

在“互联网+”时代，传播速度越来越快，品牌形象的提升对于公司的发展至

关重要。本次募集资金将投资于品牌建设与推广项目，通过品牌建设与推广，向消费者传递其清晰的品牌文化和理念，提升品牌认知度，形成清晰独特的消费者印象。

2、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

（1）有利于提升公司主营业务核心竞争力

本次募集资金运用均围绕公司主营业务进行，包括建设研发和质量管理检测中心、信息化与移动互联网商城升级改造、品牌推广与建设等多个重点业务环节。

本次募投项目实施后，公司研发与质检能力、信息化管理能力、销售渠道与品牌推广能力均将得到有效提升，为公司推进多品牌、多品类的业务发展战略奠定坚实的基础，有利于公司进一步扩大品牌的市场影响力，提升公司品牌形象和消费者忠诚度，从而有效增强公司核心竞争力，提升公司主营业务的持续盈利能力

（2）研发和质量管理检测中心项目有利于提升公司的研发和质检能力

本次募集资金投资项目中的研发与质量管理检测中心建设项目，其涵盖提升研发实力和提升质量管理能力两方面。主要通过优化完善研发检验环境、升级研发中心设备、扩充并提升研发检验团队，进一步提升研发实力和产品质量管理能力，与公司主营业务密切相关。项目实施有利于支持新产品研发，有利于提升质量管控能力，进而满足公司多品牌、多品类快速发展的战略目标。

（3）信息化与互联网商城升级改造项目有利于优化公司的资源配置

伴随着互联网时代的到来，公司运营效率很大程度上取决于信息化水平。信息化建设项目，通过将上游委托加工方、发货终端、线上、自营和第三方都纳入系统管理体系，构建信息化全局网络，有利于公司掌握总体库存、销售及服务情况，实现资源的优化配置。对于公司提高管理水平、提高运营效率，节约成本具有重要作用。互联网商城升级改造有利于公司自有销售渠道的开拓，有利于减少消费者交易成本，降低公司对第三方平台的依赖性。

（4）品牌建设与推广项目有利于提升公司品牌知名度，增强持续盈利能力

在“互联网+”时代，传播速度越来越快，品牌形象对于护肤品行业至关重要。在此背景之下，公司需要通过品牌建设与推广，向消费者传递其品牌文化和理念，扩大品牌认知度，形成清晰独特的消费者印象。本项目通过电商平台广告投放、影视投放、主题活动发布、新媒体推广等方式，促进品牌和消费者之间的双向互动和情感传递，增加公司品牌知名度和美誉度，增加消费者品牌忠诚度，进一步提升核心竞争能力，进而提高盈利能力。

3、从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

人员方面：自成立以来，公司一直重视市场运营团队建设，经过近几年的快速发展，已拥有一支经验丰富、实战能力突出的市场运营团队。公司专设市场部和企划部，分别负责组织实施对外营销推广、公关活动和新产品、新品类、新品牌的企划工作。公司营销团队对于各种传播方式有着丰富经验，包括电商广告投放、电视广告植入、节目赞助、电影海报、主题活动、动漫合作、新媒体营销、直播等。

此外，公司还拥有一支专业性强且运作高效的技术研发团队，包括基础研究实验室、产品开发实验室、工艺开发研究室、功效测评室、包材实验室为主的五个专业小组，专门从事公司产品的研究开发工作。研发团队成员均拥有丰富的产品研究开发经验，多人具备硕士及以上学历。公司届时亦将会根据人力资源规划，充实相应岗位的人员，确保本次募集资金投资项目的顺利实施。

技术方面：公司全资子公司御家制造为高新技术企业，通过研发团队自主创新和探索，依托其专业技术，在技术和工艺创新方面取得显著成果。公司已在美白、抗衰老、保湿等功能性护肤方面形成了成熟稳定的技术，并将该等技术成功商业化。公司研发技术团队还不断开发出更多种类的试剂新品种，以跟进消费者需求提升。公司研发技术力量结构合理，现有团队具有较强的创新能力和研究能力，积累了一定的技术储备，为本次募集资金投资项目顺利实施提供了技术保障。

市场方面：最近三年，公司主营业务收入复合增长率达到 46.30%。公司通过线上线下自营经销代销等多模式融合，多品牌市场策略初见成效，旗下拥有两

个销售过亿的护肤品品牌。公司形成了一批忠实稳定的客户群体，为本次募集资金投资项目顺利实施提供了市场保障。

（三）填补被摊薄回报的措施

为保证本次募集资金有效使用、有效防范股东即期回报被摊薄的风险并提高公司未来的回报能力，公司拟采取的具体措施包括：

1、积极推进实施公司发展战略，提升公司核心竞争力

公司以“让人类享受肌肤之美”为企业使命，致力于不断提升护肤品研发实力，根据市场趋势和客户需求不断创新产品配方和进行品牌升级。公司依靠强大的线上销售渠道，凭借着丰富的产品种类以及较强研发能力，为客户提供优质护肤产品，让消费者享受肌肤之美。

如果公司本次公开发行股票并上市获得批准，除了通过自身品牌扩张实现发展外，还将借助资本市场的力量，通过收购新品牌进行外延式发展，充分利用和整合优势资源，实现公司跨越性发展。

2、提高日常运营效率，降低公司运营成本，提升经营业绩

公司将持续推进内部流程再造和制度建设，不断丰富和完善公司业务发展模式，巩固和提升公司市场地位和竞争能力，提高公司盈利能力。另外，公司将加强日常经营管理和内部控制，不断完善法人治理结构，推进全面预算管理，加强投资管理，全面提升公司的日常经营效率，降低公司运营成本，提升经营业绩。

3、加快募投项目建设，强化募集资金管理，提高募集资金使用效率

公司本次发行股票募集资金投资项目符合国家产业政策和公司的发展战略，具有良好的市场前景。随着募投项目逐步投入，公司的盈利能力和经营业绩将会显著提升，有助于填补本次发行对股东即期回报的摊薄。公司将加快募集资金投资项目的建设速度，确保募投项目及早建成，增强以后年度的股东回报，降低本次发行导致的股东即期回报摊薄的风险。

公司已制定《募集资金管理办法》，募集资金到位后将存放于公司开设的专项账户中。公司将定期检查募集资金使用情况确保募集资金得到合法合规使用。

公司将通过有效运用本次募集资金，改善融资结构，提升盈利水平，进一步加快项目效益的释放，增厚未来收益，增强可持续发展能力，以填补股东即期回报下降的影响。

4、完善利润分配政策，强化投资者回报机制

根据中国证监会《关于进一步落实上市公司分红相关规定的通知》（证监发【2012】37 号）、《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）等规定以及《上市公司章程指引》（2016 年修订）的精神，公司制定了《御家汇股份有限公司上市后未来三年股东分红回报规划》，并在《公司章程（草案）》对利润分配政策的条款进一步进行了修订，修订后的利润分配政策及分红回报规划明确了分红的比例、依据、条件、实施程序、调整事项等内容，并对合理性进行了分析。公司未来将严格执行相关规定，切实维护投资者合法权益，强化中小投资者权益保障机制。

上述填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证，投资者不应据此进行投资决策，特此提示。

（四）董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

公司全体董事、高级管理人员承诺：

1、不会无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送公司利益，也不采用其他方式损害公司利益。

2、对本人的职务消费行为进行约束。

3、不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动。

4、由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

5、如公司拟实施股权激励，本人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。

（五）保荐机构核查意见

保荐机构认为，公司预计的即期回报摊薄情况、填补即期回报措施及相关主体的承诺事项，符合《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发[2014]17 号）、《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110 号）和《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会[2015]31 号）的规定，未损害中小投资者的合法权益。

十六、报告期内的股利分配情况及发行后的股利分配政策

（一）报告期内股利分配情况

报告期内，考虑公司的长远发展，公司最近三年未分配股利。

（二）发行上市后的股利分配政策

1、发行人上市后的利润分配政策

根据发行人第一届董事会第四次会议和 2016 年年度股东大会决议均审议通过的《公司章程（草案）》，公司发行上市后的股利分配政策如下：

“第一百八十二条 公司利润分配政策如下：

（一）利润分配的形式：公司的股利分配的形式主要包括现金、股票以及现金与股票相结合三种。

（二）公司现金分红的具体条件和比例：公司当年实现盈利，在依法提取法定公积金、盈余公积金后，如无重大投资计划或重大现金支出，每年度现金分红金额不低于当年实现的可供分配利润（不含年初未分配利润）的 10%；公司上市后未来三年公司以现金方式累计分配的利润不少于上市后最近三年实现的年均可供分配利润的 30%。

（三）上一款所指重大投资计划或重大现金支出指以下情形之一：1、公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近

一期经审计净资产的 10%，且超过 2,000 万元；2、公司未来十二个月拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 5%，且超过 3,000 万元。

（四）如果公司当年现金分红的利润已超过当年实现的可供分配利润的 20%或在利润分配方案中拟通过现金方式分配的利润超过当年实现的可供分配利润的 20%，对于超过当年实现的可供分配利润的 20%的部分，公司可以采取股票方式进行利润分配。

（五）公司董事会应当综合考虑公司所处行业特点、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%；

4、公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

第一百八十三条　利润分配方案的审议程序

（一）公司的利润分配方案由公司董事会根据法律法规及规范性文件的规定，结合公司盈利情况、资金需求及股东回报规划，制定利润分配方案并对利润分配方案的合理性进行充分讨论，独立董事发表独立意见，形成专项决议后提交股东大会审议；

（二）公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董

事应当发表独立意见。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；

（三）公司董事会在有关利润分配方案的决策和论证过程中，可以通过电话、传真、信函、电子邮件、公司网站上的投资者关系互动平台等方式，与中小股东进行沟通和交流，充分听取其意见和诉求，及时答复其关心的问题。

第一百八十四条　公司利润分配方案的调整：

（一）公司至少每三年重新审阅一次《未来三年股东回报规划》，并通过多种渠道充分考虑和听取股东（特别是中小股东）、独立董事和监事的意见，对公司正在实施的股利分配政策作出适当调整，以确定该时段的股东回报规划。

（二）公司年度盈利但未提出现金利润分配预案的，公司董事会应在定期报告中披露不实施利润分配或利润分配的方案中不含现金分配方式的理由以及留存资金的具体用途，公司独立董事应对此发表独立意见。

（三）因国家法律法规和证券监管部门对上市公司的分红政策颁布新的规定或现行利润分配政策确实与公司生产经营情况、投资规划和长期发展目标不符的，可以调整利润分配政策。调整利润分配政策的提案中应详细说明调整利润分配政策的原因，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和深圳证券交易所的有关规定。调整利润分配政策的相关议案由公司董事会提出，经公司监事会审议通过后提交公司股东大会审议批准。

（四）公司董事会对利润分配政策或其调整事项作出决议，必须经全体董事的过半数，且二分之一以上独立董事表决同意通过。独立董事应当对利润分配政策发表独立意见。

（五）公司监事会对利润分配政策或其调整事项作出决议，必须经全体监事的过半数通过。

（六）公司股东大会对利润分配政策或其调整事项作出决议，必须经出席会议的股东所持表决权过半数通过，如调整或变更公司章程（草案）及股东回报规划确定的现金分红政策的，应经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

公司股东大会审议利润分配政策调整事项时，应当安排通过网络投票系统等方式为中小投资者参加股东大会提供便利。”

2、御泥坊利润分配政策

《湖南御泥坊化妆品有限公司章程》中有关利润分配的约定如下：

“第二十一条 公司的利润分配政策应重视对股东的合理投资回报，应保持连续性和稳定性。公司应采取现金方式分配利润，利润分配不得超过累计可分配利润的范围，原则上不损害公司的持续经营能力。

在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，如无重大资金支出发生，公司采取现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 50%。

公司股东可以根据自身或其下述子公司的资金需求状况，要求公司不定期的进行现金方式的利润分配，公司需在股东作出决定后的一个月内完成该等利润分配。

公司股东违规占用公司资金的，公司应当扣减股东所分配的现金红利，以偿还其占用的公司资金。

公司以现金方式进行利润分配的政策应根据公司股东的分红回报规划及其后续更新版本及时进行相应调整。”

（三）发行人股东分红回报规划

根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发[2012]37 号）、《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）、《公司章程》等相关规定，发行人股东大会审议通过了《御家汇股份有限公司上市后未来三年股东分红回报规划》（以下简称“分红回报规划”），具体内容如下：

1、公司制定本规划主要考虑的因素

公司实行持续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应当重视对投资者的合理回报并兼顾公司的可持续发展，根据公司利润和现金流量状况、生产经营发

展需要，结合对投资者的合理回报、股东对利润分配的要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等情况，在累计可分配利润范围内制定当年的利润分配方案。

2、本规划的制定原则

公司股东分红回报规划结合公司实际情况，并通过多种渠道充分考虑和听取股东（特别是中小股东）、独立董事和监事的意见，实行持续、稳定的利润分配政策。

3、公司上市后未来三年的具体股东分红回报规划

（1）利润分配的形式

公司股利分配的形式主要包括现金、股票以及现金与股票相结合三种。

（2）利润分配的期限间隔

公司一般进行年度分红，董事会也可以根据公司的资金需求状况提议进行中期现金分红。

（3）现金分红比例

公司当年实现盈利，在依法提取法定公积金、盈余公积金后，如无重大投资计划或重大现金支出，每年度现金分红金额不低于当年实现的可供分配利润（不含年初未分配利润）的10%；上市后未来三年公司以现金方式累计分配的利润不少于上市后最近三年实现的年均可供分配利润的30%。

重大投资计划或重大现金支出指以下情形之一：（1）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的10%，且超过2,000万元；（2）公司未来十二个月拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的5%，且超过3,000万元。

（4）股票股利

如果公司当年现金分红的利润已超过当年实现的可供分配利润的20%或在利润分配方案中拟通过现金方式分配的利润超过当年实现的可供分配利润的

20%，对于超过当年实现的可供分配利润的20%的部分，公司可以采取股票方式进行利润分配。

（5）公司董事会应当综合考虑公司所处行业特点、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%；

④公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

4、未来股东分红回报规划的相关决策机制

（1）公司的利润分配方案由公司董事会根据法律法规及规范性文件的规定，结合公司盈利情况、资金需求及股东分红回报规划，制定利润分配方案并对利润分配方案的合理性进行充分讨论，独立董事发表独立意见，形成专项决议后提交股东大会审议。

公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表独立意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

公司董事会在有关利润分配方案的决策和论证过程中，可以通过电话、传真、信函、电子邮件、公司网站上的投资者关系互动平台等方式，与中小股东进行沟通和交流，充分听取其意见和诉求，及时答复其关心的问题。

（2）公司至少每三年重新审阅一次《股东分红回报规划》，并通过多种渠道充分考虑和听取股东（特别是中小股东）、独立董事和监事的意见，对公司正在实施的股利分配政策作出适当调整，以确定该时段的股东分红回报规划。

（3）公司年度盈利但未提出现金利润分配预案的，公司董事会应在定期报告中披露不实施利润分配或利润分配的方案中不含现金分配方式的理由以及留存资金的具体用途，公司独立董事应对此发表独立意见。

（4）因国家法律法规和证券监管部门对上市公司的分红政策颁布新的规定或现行利润分配政策确实与公司生产经营情况、投资规划和长期发展目标不符的，可以调整利润分配政策。调整利润分配政策的提案中应详细说明调整利润分配政策的原因，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和深圳证券交易所的有关规定。调整利润分配政策的相关议案由公司董事会提出，经公司监事会审议通过后提交公司股东大会审议批准。

公司董事会对利润分配政策或其调整事项作出决议，必须经全体董事的过半数，且二分之一以上独立董事表决同意通过。独立董事应当对利润分配政策发表独立意见。

公司监事会对利润分配政策或其调整事项作出决议，必须经全体监事的过半数通过。

公司股东大会对利润分配政策或其调整事项作出决议，必须经出席会议的股东所持表决权过半数通过，如调整或变更公司章程（草案）及本规划确定的现金分红政策的，应经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。公司股东大会审议利润分配政策调整事项时，应当安排通过网络投票系统等方式为中小投资者参加股东大会提供便利。

十七、本次发行前滚存利润的分配安排及决策程序

根据 2016 年年度股东大会决议，为兼顾公司股票上市后新老股东的利益，公司首次公开发行股票前滚存未分配利润分配方案为：本次首次公开发行股票前的滚存未分配利润由发行后的公司新老股东按其持股比例共享。

十八、财务报告审计截止日后至本招股说明书签署日经营状况

（一）财务报告审计截止日后主要经营情况

财务报告审计基准日后，公司经营状况良好。公司经营模式、主要采购规模、主要业务的生产、销售规模及销售价格、主要客户及供应商的构成、主要核心业务人员、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面均未发生重大变化，整体经营情况良好。

（二）2018 年 1 季度预计经营业绩情况

公司预计 2018 年 1 季度营业收入约为 3.0-3.7 亿元，较上年同期增长约 12%-38%；预计扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润约为 2,550-2,800 万元，较上年同期增长约 5%-15%。前述 2018 年 1 季度财务数据仅为公司对业绩的展望，不构成盈利预测或承诺。

第十节 募集资金运用

一、本次募集资金运用概况

（一）募集资金金额

公司本次拟向社会公众公开发行人民币普通股（A 股）4,000 万股，募集资金总额将根据询价结果最终确定，全部用与公司主营业务相关的项目。本次募集资金投资项目总额为 85,771.00 万元，预计使用募集资金投入 78,248.01 万元，不足部分由公司自筹解决。

（二）本次募集资金使用计划

本次发行拟募集资金计划投资于以下方面：

序号	募集资金投向	投资金额（万元）	募集资金投入（万元）	项目实施周期（年）
1	研发与质量管理检测中心建设项目	10,731.00	10,731.00	1 年
2	信息化与移动互联网商城升级改造项目	8,540.00	8,540.00	2 年
3	品牌建设与推广项目	46,500.00	38,977.01	3 年
4	补充流动资金	20,000.00	20,000.00	1 年
	合计	**85,771.00**	**78,248.01**	--

本次募集资金到位前，公司可以根据项目实际建设进度自筹资金对投资项目进行投入，募集资金到位后，可用于置换前期投入募集资金投资项目的自筹资金，以及支付项目剩余款项。若本次公开发行实际募集资金不能满足上述项目的资金需求，则不足部分由公司自筹资金解决，或由董事会按照项目的轻重缓急顺序，调整并最终决定募集资金使用的优先顺序及各项目的具体投资额。

截至本招股说明书签署日，研发与质量管理检测中心建设项目已先期投入资金 2,261.00 万元，用于购买芯城科技园 9 号栋 11-14 层。

本公司已经制定了《募集资金管理办法》，实行募集资金专户存储制度，保证募集资金的安全性和专用性。本次发行募集资金将存放于公司在银行设立的募集资金专户进行集中管理，做到专款专用。

（三）募集资金投向涉及报批事项情况

本次发行拟募集资金投向中所涉及需取得项目备案的投资项目，除补充流动资金以外，均已获得湖南省企业投资项目备案，具体情况如下表所示：

序号	项目名称	发改备案号
1	研发与质量管理检测中心建设项目	长高新管发计（2017）24 号
2	信息化与移动互联网商城升级改造项目	长高新管发计（2017）26 号
3	品牌建设与推广项目	长高新管发计（2017）39 号

二、本次募集资金具体投向

（一）研发与质量管理检测中心建设项目

1、项目概况

根据公司发展战略和中长期发展规划，为了进一步提升公司研发实力和质量检验能力，公司计划投入 10,731.00 万元用于研发与质量管理检测中心建设，本项目拟购买长沙市岳麓区芯城科技园 9 号栋 11-14 层房产并进行装修，对现有研发和质量管理检测中心进行软件与硬件升级，进一步培养和壮大科研、质检人才队伍，增强公司研发和质检实力。

2、项目建设的必要性

（1）公司研发实力亟待提升

随着公司产品种类日益丰富，经营规模日益扩大，公司现有研发软硬件水平无法与公司市场地位及中长期发展规划相匹配，公司研发实力亟待提升。本项目将在长沙研发实验室的基础上进行升级，进行专业化实验科室建设、改善设备条件和实验环境，构建国内一流的护肤品研发平台。从人才、设备与管理上进一步

提升新产品的研发实力和产品生产工艺改进，提高科研自主创新能力，为公司不断推出新产品提供研发支持。

（2）公司需要提高质量管理检验能力

随着公司经营规模的不断增长以及消费者对于化妆品产品质量的重视，公司需要不断提升现有质量管理与检验能力。本项目将在现有检测实验室的基础上，通过增加检验设备投入、引进实验室信息管理系统、增加质检人员配置等方面，不断提升检验能力。通过加强对于原料、包装材料、成品的质量控制，从源头和中间过程控制可能的限用物质含量和功效成分含量，提升产品检验能力。

目前公司在重要委托加工工厂设立质量检测实验室，具有检验原料和成品的理化和微生物指标的能力，为了能够处理更大的样品量和提升产品放行速度，提高运营效率，需要对委托加工工厂配置新的检验设备和设施。

3、项目建设可行性

（1）公司已经具备基础研发实力

公司已经建立长沙和上海双平台研发中心，一方面有助于利用御家制造在长沙的地缘优势、工厂优势，开展研发活动；另一方面可以利用长三角丰富的研发人员储备以及深厚的教育科研资源，加强与高校、研究所、原材料供应商的合作，不断吸引和培养一流的中高端研发人才，增强公司整体研发实力。人才是产品研发中最重要的资源，近年来，随着公司的快速发展，公司研发人员数量和素质需要有较大提升。

（2）公司已经具备较为完善的质量检测体系

公司一直视产品质量为生命，并不断加大在质量管理方面的投入。公司已经建立起完整的质量管理体系和人员组织架构，能够为质量管理工作提供保障。公司在长沙总部设立了检验中心，在重要委托加工厂商设立了实验室。

公司目前已经上线了实验室信息管理系统，实现的功能主要集中在质量检验结果的录入与存储。为了更加全面的掌握和控制产品质量，实现以质量管控为核心的产品全生命周期可追溯模式，需要升级现有的实验室信息管理系统。升级后的系统可通过产品质量先期策划、统计分析、过程控制、潜在失效模式与后果分

析等模块，使企业达到国际标准化的质量体系的要求。同时基于云平台的社会化协同模式，使产品质量管理的方案从设计到生产得到有效监控。实现管理规范化、科学化的目的，极大地提高产品研发效率、降低出错风险并提升产品合格率，提高企业的核心竞争力。

4、项目与公司主营业务、核心技术之间的关系

本项目旨在提高公司研发实力和产品质量管理能力，与公司主营业务密切相关，公司一直重视公司产品质量和研发实力，该项目有利于提升自身研发与质控能力，进而提高公司产品核心竞争力。

5、项目建设内容

本项目主要建设内容包括：

（1）购置长沙市岳麓区芯城科技园 9 号栋 11-14 层房产并进行装修；

（2）购置相应研发、质检设备，建立并升级基础研究实验室、产品开发实验室、工艺开发研究室、功效测评室、包材实验室为主的研发中心；

（3）升级实验室信息管理系统；

（4）对委托加工厂商的实验室设备及场所进行软硬件升级；

6、项目投资概算

本项目投资为 10,731.00 万元，主要用于购置仪器设备、房产，对房产进行装修，支付人员和研发经费。

本项目投资概算如下：

序号	项目名称	金额（万元）	比例
1	**固定资产**		
1.1	仪器设备费用	4,998.00	46.58%
1.2	购置房产费用	2,261.00	21.07%
1.3	装修费用	1,412.00	13.16%
2	**费用**		
2.1	人员工资	1,000.00	9.32%

2.2	研发经费	600.00	5.59%
2.3	铺底流动资金	460.00	4.29%
3	**合计**	**10,731.00**	**100.00%**

（1）仪器设备费用

①研发中心仪器设备投入

序号	设备名称	数量	单价（万元）	金额（万元）
1	电子天平	2.00	2.00	4.00
2	分析天平	2.00	3.00	6.00
3	电动搅拌机	3.00	1.00	3.00
4	高速乳化、分散机	2.00	5.00	10.00
5	分散刀头	3.00	5.00	15.00
6	纯水机	1.00	3.00	3.00
7	共焦显微拉曼谱仪	1.00	150.00	150.00
8	光学数码显微镜	1.00	50.00	50.00
9	皮肤弹性测试仪	1.00	50.00	50.00
10	皮肤表面分析系统	1.00	30.00	30.00
11	10L 多功能反应器	1.00	50.00	50.00
12	3D 脸部成像仪	1.00	120.00	120.00
13	3D 打印机	1.00	150.00	150.00
14	SPF 测试仪	1.00	50.00	50.00
15	模拟运输振动台	1.00	70.00	70.00
16	扭力仪	1.00	5.00	5.00
17	电脑控制拉力试验机	1.00	6.00	6.00
18	三丰高精度数显高度尺	1.00	8.00	8.00
19	压爆机	1.00	3.00	3.00
20	数字式粘度计	2.00	5.00	10.00
21	数字成像系统	1.00	40.00	40.00

22	核磁共振	1.00	700.00	700.00
23	IKA 反应器 2L	4.00	7.00	28.00
24	加热制冷循环器	4.00	7.00	28.00
25	皮肤超声波成像仪	1.00	10.00	10.00
26	皮肤粗糙度仪	1.00	6.00	6.00
27	皮肤光泽度仪	1.00	5.00	5.00
28	皮肤黑色素/血红素仪	1.00	8.00	8.00
合计				**1,618.00**

②质量管理检测中心仪器设备投入

序号	设备名称	数量	单价(万元)	金额（万元）
1	气相色谱仪	3.00	90.00	270.00
2	高效液相色谱仪	5.00	80.00	400.00
3	ICP-OES	1.00	100.00	100.00
4	ICP-MS	1.00	400.00	400.00
5	液质联用仪	1.00	400.00	400.00
6	气质联用仪	1.00	300.00	300.00
7	微生物快速检测系统	1.00	100.00	100.00
8	便携式成像分光色差	5.00	10.00	50.00
9	全自动荧光免疫分析仪	1.00	150.00	150.00
10	紫外光谱仪	1.00	50.00	50.00
11	红外光谱仪	3.00	70.00	210.00
12	原子吸收光谱仪	3.00	80.00	240.00
13	生化培养箱	5.00	20.00	100.00
14	灭菌柜	3.00	20.00	60.00
15	超低温冰箱	1.00	20.00	20.00
16	色差仪	1.00	80.00	80.00
17	其它小型实验设备和耗材	1.00	150.00	150.00
18	实验室信息管理系统	1.00	300.00	300.00

合计			**3,380.00**

（2）人员投入

本项目计划引进重点研发人员 20 人，具体职责如下：

人员	主要职责
理化分析工程师 4 人	负责大型分析设备的维护和操作，方法的开发等
微生物师 4 人	负责微生物学分析方法的开发和建立
系统管理员 4 人	负责实验室信息管理系统的维护
项目管理员 4 人	负责项目管理
包材工程师 2 人	负责产品包材的开发
调香师 2 人	负责新品香精的调配与开发

（3）房产购置与装修投入

本项目拟购置位于湖南省长沙市岳麓区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 号栋 11-14 层作为发行人研发与质量管理检测中心建设用地。2015 年 2 月，发行人与长沙高新开发区信息产业园房地产投资有限公司签署《长沙芯城科技园 9 号栋整体购买协议》，约定 5-14 层面积合计 11,651.3 ㎡，总价款为 5,652.62 万元，11-14 层购买价款为 2,261.00 万元。

本项目拟投入 1,412.00 万元对于岳麓区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 号栋 11-14 层进行装修，装修支出包括水、电、温控系统、装修物料、人工费用和环保支出等。

（4）铺底流动资金

本项目投入铺底流动资金为 460.00 万元，具体为：

序号	项目名称	金额（万元）
1	国内展会费用	30.00
2	国外展会费用	100.00

3	行业技术交流费用	80.00
4	教学培训费用	200.00
5	其他	50.00
合计		**460.00**

7、项目时间进度与时间周期

本项目以御家制造为实施主体，计划建设期 12 个月，具体建设进度安排如下：

序号	进度	T1 年			
		Q1	Q2	Q3	Q4
1	图纸设计				
2	装修工程				
3	购买设备与安装调试				

截至本招股说明书签署日，御家制造已完成对于芯城科技园 9 号栋 11-14 层的购买，购买金额 2,261.00 万元。

8、项目环保情况

本项目主要从事化妆品研发与质量管理检测中心建设，建设过程中会有少量污水、垃圾产生，采取相应措施处理后，不会对外部环境产生不利影响。本项目已经获得长沙市高新区城管环保局批复（长高新环评（2017）10 号）。

（二）信息化与移动互联网商城升级改造项目

1、项目概况

为进一步提高公司信息化水平，顺应互联网发展趋势，提高办公效率，建设官方商城，打造自身会员体系和大数据系统，公司计划投入 8,540 万元用于信息化与移动互联网商城升级改造项目，加强信息基础建设投入，升级软件系统与硬件设备，顺应移动互联网发展趋势，提升消费者购物体验。

2、项目建设的必要性

（1）有利于提高公司运营效率

伴随着互联网时代的到来，一个公司运营效率很大程度上取决于公司的信息化水平。随着公司生产规模不断扩大和销售收入的增长，公司需要加强产品从生产源头到发货终端的管控。本项目通过将采购、生产、供应链和销售业务纳入管理体系，实现全面信息化管理，有利于公司及时掌握运营情况，实现资源的优化配置，对于公司提高管理水平、提高运营效率、节约成本具有重要作用。

（2）顺应品牌商自建移动互联网商城的发展趋势

中国互联网络信息中心发布的《2015 年中国网络购物市场研究报告》显示，我国手机网络购物用户规模达到 3.40 亿，增长率为 43.9%，手机购物市场用户规模增速是整体网络购物市场的 3.1 倍，手机网络购物的使用比例由 42.4%提升至 54.8%。移动端将互联网技术、移动终端技术、短距离通信技术等完美结合，能够基于对用户行为分析和数据挖掘而提供个性化服务，基于地理位置提供信息服务，基于第三方支付技术提供便捷安全的移动支付服务，同时有利于打造社交电商模式。

目前移动互联网购物商城主要由平台型电商主导，而随着移动互联网的爆发，大的品牌商都开始自建移动互联网商城，主动获取用户资源。对于有一定知名度的品牌，消费者已经形成了一定的消费粘性，品牌运营商自建官方商城能够为用户提供安全、快捷、确保正品的购物体验，有利于减少交易成本，同时降低品牌运营商对电商平台的依赖性。

（3）有利于打造会员体系，积累用户大数据

本项目通过搭建会员体系，积累用户数据，改变以往依靠第三方平台进行数据管理和分析的状况，真正掌握用户核心数据。信息传递、社交交互、地图导航、在线支付、特色会员服务等功能将成为移动互联网商城的开发重点，移动互联网商城始终将用户体验作为核心，将消费者产生的数据进行分类、聚合、分析、应用，通过强大的算法和数据分析引擎来处理数据，为会员提供精准个性化服务，同时会员数据可对公司产品研发、生产和供应链管理提供参考和指引作用。

3、项目建设的可行性

公司高度重视信息化建设，通过培养和外聘组建 IT 团队，不断增强公司信息技术研发实力，公司现有 IT 团队超过 50 人。企业自主研发的 SMIS 销售管理信息系统，具备日处理单量 100 万的大数据处理能力。

公司自主研发的移动商城——御泥坊 APP，是一个专业的品牌购物移动商城，集成了丰富的支付工具以及完备的购物功能。目前，御泥坊 APP 用户数已经突破 200 万，并且呈持续快速增长趋势。

4、项目与公司主营业务、核心技术之间的关系

本项目的建设目的在于进一步加强公司信息化基础设施建设，提高公司信息化管理水平，扩展销售渠道、建立会员体系和积累用户大数据，提高公司运营效率，与公司主营业务息息相关。同时，公司作为依靠电子商务而快速发展的企业，在互联网电子商务运营方面积累了较强的竞争实力，本项目的建设有利于公司进一步提升信息技术研发实力，增强核心竞争力。

5、项目建设内容

公司信息化建设总体架构如下所示：

（1）软件系统建设

软件系统建设包括战略与决策支持平台建设、产品质量与朔源系统建设、供应链管理系统升级改造、制造执行系统建设、产品生命周期管理系统升级、电商订单与仓储管理系统升级改造、ERP 系统整体升级改造、智慧协同办公平台升级改造等相关项目内容。

①战略与决策支持平台建设：为管理人员提供会员数据分析、销售预测分析、售前售后服务质量、企业经营财务状况等数据报表，从而协助公司及时调整产品、品牌及销售等策略，有利于资源合理分配，提升公司整体效益。

②产品质量与溯源系统建设：通过溯源体系数据仓库建设，可追溯出任意商品、任意批次的成品从原材料采购、生产制造、质检到成品入库、物流环节的所有信息，为提升产品质量提供保障，增强客户信任度。

③供应链管理系统升级改造：该系统通过改善上、下游供应链关系，整合和优化供应链中的信息流、物流、资金流，通过各个部门的实时数据获得有关需求、供给和财务的整体视图，能够提高预测准确率，提高生产计划和调度能力，提高采购流程的标准化和自动化水平，以确保供应链各环节顺畅连接，提高供应效率，降低采购成本。

④制造执行系统建设：该系统包括生产排产、生产现场设备控制、工艺控制、品质控制、制造进度控制、现场库存控制、数据采集分析、物料跟踪造等一整套营运指挥、管控、分析、决策系统。通过建设 MES 制造执行系统，能够优化企业生产制造管理模式，强化过程管理和控制，提高生产数据统计分析的及时性、准确性，提升生产效率。

⑤电商订单与仓储管理系统升级改造：通过升级电商平台订单集中处理系统，实现日订单处理量达 1,000 万级，能充分应对每年快速增长的业务数据、双十一等大促期间的订单处理要求。通过升级仓储管理系统，利用 PDA 射频识别等信息化技术，实现全国各省仓储配送统一管理，提升库存周转率和送达及时率，能有效的降低仓储成本、提高仓储运营效率，提升仓储物流管理能力。

⑥产品生命周期管理系统升级：通过升级产品生命周期管理系统，将产品配方研发与 ERP、供应链管理、客户关系管理系统等无缝集成，完成新产品概念、配方研发、打样、试用、生产、产品退市整个过程管理。

⑦ERP 系统整体升级改造：通过引入国际领先的 ERP 系统，形成以 ERP 为核心，订单处理、仓储管理、经销商管理、供应链管理、售后管理等为周边系统的信息化集群系统。同时将委托加工厂商的生产过程纳入系统管理，实现从源头到终端的系统全覆盖。ERP 改造核心模块涉及销售管理、原材料采购、生产管理、质量管理、财务管理、成本管理等。

⑧智慧协同平台升级改造：实现移动协同办公，并集成人力资源管理、合同管理、费用报销管理、全面预算、知识管理、培训考试系统、流程审批等各个模块。有利于节约成本、提升管理效率，提高公司信息化水平。

（2）信息化基础建设

①展厅升级改造

通过自动化的多媒体演示软件和多样化的互动设备，搭建符合御家汇经营特点的多功能现代化展厅，满足公司宣传、领导关怀和业内交流等需求。

②私有云建设

为了充分利用硬件资源和软件资源，公司通过构建私有云平台，将服务器、网络、存储、桌面等进行虚拟化部署，可提高计算资源的交付能力、计算服务的稳定性、数据安全性以及计算资源的利用率，提高公司 IT 运维能力，降低 IT 总体维护成本。

③IT 运维自动化建设

引入专业的 IT 运维自动化管理平台和监控平台，将重复性的手工执行转为自动化操作，并自动发现运维问题和解决问题，从而减少乃至消除运维中的延迟，实现“零延时”的 IT 运维，提高运维效率。

（3）信息安全建设

①网络安全系统升级改造

A、防火墙系统：采用防火墙系统实现对内部网和广域网进行隔离保护，对内部网络中服务器子网通过单独的防火墙设备进行保护。

B、VPN 系统：对远程办公人员及分支机构提供方便的 IPSecVPN 接入，保护数据传输过程中的安全，实现用户对服务器系统的受控访问。

C、入侵检测系统：采用入侵检测设备，作为防火墙的功能互补，对监控网段攻击进行实时报警和积极响应。

D、网络行为监控系统：对网络内的上网行为进行规范并监控上网行为，过滤网页访问，限制上网聊天行为，阻止不当文件的下载。

E、病毒防护系统：强化病毒防护系统的应用策略和治理策略，增强病毒防护有效性。

F、垃圾邮件过滤系统：过滤邮件，阻止垃圾邮件及病毒邮件的入侵。

G、移动用户治理系统：对内部笔记本电脑在外出后接入内部网进行安全控制，确保笔记本设备安全，有效防止病毒程序被携带进内网。

H、流量控制系统：及时掌控网络实时数据流量情况，控制网络流量使用标准，及时发现网络是否出现异常流量并控制带宽。

②数据安全建设

将事前防御、事中控制、事后审计理念作为数据安全体系建设的原则，加强数据和文档资料管理。采用加密技术控制信息内容扩散，将电子文档传递过程等关键环节纳入数据安全建设体系中；同时利用存储加密技术保障数据安全，避免数据泄漏。

③终端安全建设

保证内网终端相关业务活动符合网络安全方面法律法规，规范和管理内网终端安全状态和用户的行为，建立法律法规符合性审核制度，保证终端系统安全管

理工作的合法有效性。实现内网终端的“全程全网”安全状态可视化，随时掌握安全策略执行情况，便于进行事后的分析和追查。

（4）移动互联网商城升级改造

①移动端营销平台升级改造

以进一步提高顾客购买产品过程中的交互体验为目标，对现有 Android 和 iOS 系统的移动端营销平台和移动版营销平台进行升级改造。同时，增加用户社区功能模块，结合 Face++、会员模块，构建集官方推荐、用户购物、会员互动为一体的多元化生态系统。

②内容管理系统和后台数据处理系统升级改造

对于内容管理系统进行升级改造，以便更加方便、高效地管理平台前端的各类展示信息，如商品的图片、名称、价格、活动页面和其他属性。同时对评论、订单、用户信息进行管理，并与公司的 SMIS 系统打通，实现订单状态等信息的实时交互。考虑到系统未来需要承载千万级的用户同时在线，针对后台数据处理系统进行进一步优化，采用 nginx 做数据分发和负载均衡的系统，未来随着用户量的不断增加，系统能自动灵活水平扩展。

③会员挖掘与数据分析处理系统升级

升级移动互联网商城会员挖掘和数据分析系统，能够有效收集用户的年龄、地域、购物习惯、肌肤类型、面部尺寸等基础数据；同时，通过数据分析程序在后台数据库中对这些数据进行存储、整合、分析，能够对于业务决策提供依据。

6、项目投资概算

本项目总投资为 8,540.00 万元，包括人员投入、软硬件采购与租赁费和 APP 推广费等，本项目建设周期为 2 年，具体包括：

序号	类别	金额（万元）	比例
1	人员投入	2,800.00	32.79%
2	软件采购费用	2,990.00	35.01%

3	硬件采购与租赁费用	1,950.00	22.83%
4	APP 推广费	800.00	9.37%
总计		**8,540.00**	**100.00%**

（1）人员投入：

项目投资包括外购实施、自主开发两种方式，其中自研部分包括电商订单与仓储管理系统升级改造、移动互联网商城升级改造等，总规划研发人员投入 70 人，预计两年总人力投入为 2,800.00 万元。

人员投入如下：

人员规划	平均薪酬（万元）	人数	金额（万元）
订单与仓储管理系统开发团队	20.00	20	800.00
ERP 开发团队	20.00	10	400.00
大数据平台研发团队	20.00	8	320.00
供应链管理系统开发团队	20.00	6	240.00
移动互联网商城开发团队	20.00	20	800.00
运维团队	20.00	6	240.00
总计			**2,800.00**

注：上述金额为两年薪酬金额。

（2）软件采购费用

软件采购投入为 2,990.00 万元，包括 ERP 系统、产品生命周期管理系统等。

软件明细	数量	单价（万元）	金额（万元）
OA 办公平台	1.00	60.00	60.00
E-HR 人力资源管理系统	1.00	40.00	40.00
培训考试系统	1.00	50.00	50.00
全面预算管理系统	1.00	80.00	80.00

固定资产管理系统	1.00	50.00	50.00
SCM 供应链管理系统	1.00	50.00	50.00
MES 制造执行系统	1.00	400.00	400.00
PLM 产品生命周期管理系统	1.00	200.00	200.00
ERP 系统	1.00	500.00	500.00
大数据分析平台	1.00	300.00	300.00
sqlserver 数据库	2.00	10.00	20.00
ORACLE 数据库	5.00	30.00	150.00
渠道管理系统	1.00	100.00	100.00
合同管理系统	1.00	80.00	80.00
用户脸部数据处理系统	1.00	100.00	100.00
终端安全管理软件	1.00	200.00	200.00
运维安全管理软件	1.00	50.00	50.00
自动化运维系统	1.00	50.00	50.00
服务器虚拟化软件	1.00	100.00	100.00
内网数据加密系统	1.00	80.00	80.00
性能管理和故障管理系统	1.00	30.00	30.00
办公软件 licence 费用	1.00	300.00	300.00
合计			**2,990.00**

（3）硬件采购和租赁费用

硬件采购和租赁投入共计 1,950 万，包括各类服务器购置费等。

硬件采购与租赁费用	数量	单价（万元）	金额（万元）
订单处理升级服务器	6.00	10.00	60.00

WMS 改造服务器	4.00	10.00	40.00
培训考试系统服务器	2.00	10.00	20.00
全面预算服务器	4.00	10.00	40.00
朔源体系生产线设备	10.00	30.00	300.00
工厂信息化设备	5.00	50.00	250.00
生产管理服务器	10.00	10.00	100.00
供应商管理系统服务器	4.00	10.00	40.00
产品生命周期管理服务器	6.00	10.00	60.00
整体升级改造扩容	4.00	80.00	320.00
线下经销系统服务器	2.00	10.00	20.00
防火墙	2.00	50.00	100.00
7 层负载设备	2.00	30.00	60.00
虚拟化服务器	14.00	10.00	140.00
存储系统	1.00	100.00	100.00
商城主机服务器租用费	50 台/年*5	1W/年	250.00
会员社区主机服务器租用费	5 台/年*5	1W/年	25.00
商城数据库主机服务器租用费	5 台/年*5	1W/年	25.00
总计			**1,950.00**

（4）APP 推广费

本项目拟投入 800 万元用于御泥坊移动互联网商城的推广工作，公司与滴滴出行、饿了么、优酷、爱奇艺等公司进行合作，利用其下属官方 APP 通过发放赠品、优惠券、体验券都方式帮助御泥坊移动互联网商城引入流量，增加御泥坊 APP 下载量和自有会员数，进而增加销售收入。

7、项目时间进度与时间周期

本项目以御家科技为实施主体，计划建设期 24 个月，具体建设进度安排如下：

序号	进度	T1 年				T2 年			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	项目规划								
2	人员招聘及培训								
3	购买设备与安装调试								
4	系统测试								
5	试运营								

8、项目环保情况

本项目主要从事信息化建设，不会对外部环境产生不利影响。

（三）品牌建设与推广项目

1、项目概况

公司计划投资 46,500.00 万元用于品牌建设与推广项目，通过广告投放、主题活动、新品发布等方式，促进品牌和消费者之间的双向互动和情感传递，提升公司旗下品牌的知名度、美誉度和消费者忠诚度，从而推动公司多品牌战略的持续快速发展。

2、项目建设的必要性

（1）提升品牌知名度的需要

品牌是企业在消费者心目中形成的独特形象，代表着产品的质量、功能利益和情感利益，也代表着企业的价值观和文化。由于护肤品直接与人的肌肤接触，消费者对护肤品品牌的关注度很高，品牌对于护肤品企业非常重要，好的品牌是产品质量的一种保障。

品牌建设与推广，是公司增加消费者品牌忠诚度、赢得市场份额的重要竞争手段。公司需要通过品牌建设与推广，向消费者传递其品牌文化和理念，扩大品牌认知度，形成清晰独特的消费者印象。

（2）顺应网络营销方式变化的需要

品牌推广的方式随着媒介进化也在不断演变中，伴随互联网和移动互联网的快速普及，网络营销成为品牌推广的重要方式之一。消费者在购买商品和接受服务的过程中，希望通过体验、分享、互动以及交流，将自我评价以直观的形式发布出去，并希望得到反馈，获得被尊重感。网络营销具有互动性强、覆盖面广、信息量大、传播迅速、成本相对较低等特点，克服了时空限制，使得消费者个性化的需求得到满足，从而有效提升顾客满意度。

公司旗下拥有御泥坊、花瑶花、师夷家、小迷糊、薇风等多个护肤品品牌，作为依靠互联网电子商务快速发展而迅速成长的公司，公司计划继续坚持网络营销为主、线下推广为辅的品牌建设与推广体系，对目标客户进行精准营销覆盖和品牌曝光，利用互联网的无限扩展性和延续性，进一步塑造品牌形象，提升品牌价值。

3、项目建设的可行性

（1）公司坚持多品牌战略，已具有一定的品牌影响力

公司旗下御泥坊、小迷糊、薇风等品牌在市场中具有一定的影响力。公司旗下每个品牌定位不同，可以满足多层次消费群体的需求。同时，公司产品品种较多，功能齐全，产品包括面膜、水乳膏霜等众多品类，产品功效涵盖清洁、补水、保湿、美白、控油、祛痘、修护调理等。差异化定位的品牌、丰富的产品线为公司的品牌建设与推广奠定了良好的基础。

（2）公司具备丰富的网络品牌宣传与推广经验

公司是一家以自主品牌为核心，依托互联网电子商务快速发展的“互联网+护肤品”企业。与生俱来的互联网属性，使得互联网营销成为公司最主要的营销方式。公司品牌推广活动包含电商平台广告投入、影视剧与综艺节目广告投放、品牌主题活动、事件营销等众多形式，覆盖微信、微博、论坛、达人等多种传播渠道，具有丰富的品牌建设与推广经验。

4、项目与公司主营业务、核心技术之间的关系

本项目旨在通过品牌建设推广投入，增加公司品牌知名度和美誉度，增强消费者品牌忠诚度，从而增加销售收入与利润，与公司主营业务息息相关。

5、项目建设内容

品牌建设与推广项目主要包括广告投放和品牌推广活动。广告投放主要包括电商平台广告投放、影视剧和综艺节目广告投放、新媒体广告投放、平面及户外广告投放；品牌推广主要包括主题活动发布、电商平台互动活动、新品发布会投入。

项目	明细项目	说明
广告投放	电商平台广告投放	各电商平台站内广告与推广活动，包括广告投放、精准营销、跨界合作、渠道代言、推广服务等
	影视剧和综艺节目广告投放	各类电视剧和电影广告植入、综艺节目冠名赞助等
	新媒体广告投放	微博、微信、社交网站、网络红人、自媒体等新媒体渠道宣传
	平面及户外广告投放	高铁灯箱、公交站台灯箱等户外广告发布；杂志、报纸平面广告发布
品牌推广	主题活动	例如年度品牌推广主题活动
	电商平台互动活动	销售平台大促活动等
	新品发布会	新品发布进行系列推广活动

6、项目投资概算

本项目总投资为 46,500.00 万元，主要用于广告投放、品牌推广等，投资概算如下：

单位：万元

项目	明细项目	T1	T2	T3	合计	比例
广告投放	电商平台广告投放	6,000.00	9,000.00	12,000.00	27,000.00	58.06%
	影视剧和综艺节目广告投放	3,000.00	4,000.00	5,000.00	12,000.00	25.81%
	新媒体广告投放	600.00	900.00	1,200.00	2,700.00	5.81%

	平面及户外广告投放	100.00	200.00	300.00	600.00	1.29%
品牌推广	主题活动	400.00	600.00	800.00	1,800.00	3.87%
	电商平台互动活动	400.00	600.00	800.00	1,800.00	3.87%
	新品发布会	100.00	200.00	300.00	600.00	1.29%
合计		**10,600.00**	**15,500.00**	**20,400.00**	**46,500.00**	**100.00%**

7、项目时间进度与时间周期

本项目以御家汇及其下属子公司为实施主体，计划建设期 36 个月，在建设期内按照每期投资概算逐步投入。

8、项目环保情况

本项目主要从事品牌建设与推广，不会对外部环境产生不利影响。

（四）补充流动资金

1、项目概况

公司计划使用募集资金 20,000 万元补充流动资金。该部分资金将全部用于公司的主营业务。该募投项目的实施，将在一定程度上降低公司的流动资金压力，提高公司的偿债能力，增强公司的盈利能力。

2、补充流动资金的必要性

（1）培育朔造新品牌将增加营运资金需求

公司现有品牌中的“御泥坊”等部分品牌已具有了较高的品牌知名度，培育了一大批对公司品牌风格认可度较高、品牌忠诚度也较高的客户群。随着公司多品牌战略的实施，公司未来会继续自我培育新的护肤品品牌，品牌朔造需一定的培育期，培育期内公司需在研发企划、供应链管理、运营、品牌推广等方面投入大量的资金，对营运资金的需求将会显著提升。

报告期内，公司还收购了“薇风”品牌，未来公司还将继续通过外延式收购方式获得新的品牌，相比自我培育，收购品牌速度更快、不确定小。收购品牌同样需要大量资金，对于营运资金的需求较大。

（2）未来公司经营规模扩大，对流动资金的需求亦随之提高

未来随着公司新品类、新品牌和新渠道的逐步增加，报告期内，公司销售规模增长较快，2015-2017 年度，公司主营业务收入年复合增长率为 46.30%，2015-2017 年末，公司应收账款和存货合计年复合增长率为 12.91%。伴随营业收入的高速成长，公司存货、应收账款总规模呈现逐步上升的趋势，对公司流动资金形成了较大的占用，未来持续增长的业务规模将继续增加公司对资金的需求，因此补充流动资金是公司经营形势发展所需。

（3）外部融资渠道有限

目前公司的外部融资渠道主要为对外借款，公司营业收入规模的快速增长导致对流动资金需求大幅增加。同时，公司目前属于轻资产运行，公司固定资产规模相比较低，未来公司通过银行借款方式进行融资的能力受到一定程度的限制。

3、补充流动资金的合理性

结合公司目前的经营模式以及所处行业未来发展特点，经销售收入百分比法测算，公司拟使用 20,000 万元用于补充流动资金是合理的。通过本次募集资金用于补充流动资金，公司将在一定程度上缓解生产经营所需的流动资金压力，同时，有助于降低外部融资财务费用，增加公司经营利润。

4、项目与公司主营业务、核心技术之间的关系

本次以募集资金补充与主营业务相关的流动资金有利于进一步推进公司主营业务的发展，增强公司的营运能力和市场竞争能力，实现公司稳步健康发展，对公司经营将产生积极的影响。

5、流动资金的管理安排

为加强对于本次补充公司营运资金的管理，公司将采取以下措施：

（1）设立专户管理：公司将严格按照深圳交易所有关募集资金管理的相关规定，将该部分资金存储在董事会决定的专门账户。

（2）严格用于公司主营业务：公司将紧紧围绕主营业务进行资金安排，公司将根据业务发展进程，在科学测算和合理调度的基础上，合理安排该部分资金投放的进度和金额，保障募集资金的安全和高效使用，不断提高股东收益。

（3）严控资金支付：公司将严格按照公司财务管理制度和资金审批权限进行相关资金的支付。

三、董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

公司董事会认为，本次发行股票募集资金投资项目围绕公司主营业务展开，符合公司的发展战略，有利于提高公司主营业务盈利能力，增强公司持续发展能力和核心竞争力。因此，本次发行股票募集资金运用具有可行性。

公司本次募集资金数额和投资项目与公司现有经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，具体分析如下：

（一）经营规模

报告期内，公司资产规模和营业收入快速增长，本募集资金投入通过加大研发与质量检测、信息化与移动互联网商城建设、品牌建设与推广，与公司快速增长的经营规模相匹配。

（二）财务状况

公司资产质量良好，经营性现金流量正常，资产负债结构合理，具有持续盈利能力，财务状况良好，有能力支撑本次募集资金投资项目的实施及后续运营。

（三）技术水平

公司始终视研发创新能力为持续发展的主要动力。自成立以来，公司非常重视研发和创新，建立了完善的研发机构和激励机制，鼓励员工技术创新，公司已经形成了较强的研发能力，为本次募集资金投资项目的实施奠定了技术基础。

（四）管理能力

公司管理团队是一支高学历、高素质、高技术的队伍，具有多年化妆品电子商务领域从业经验，并已稳定合作多年。在管理团队的带领下，公司始终稳健、高效运作，经营业绩稳步提升。

公司建立了健全的内部控制体系，形成权责明确、相互制衡、科学规范的决策体系和制度框架，能够支撑本次募集资金投资项目的实施与运营。

四、募集资金运用对财务状况及经营成果的影响

（一）对净资产和每股净资产的影响

本次募集资金到位后，公司的净资产及每股净资产预计将大幅增加。公司净资产的增加将提高公司的抗风险能力，进一步增强公司整体实力和综合竞争力。

（二）对盈利能力和净资产收益率的影响

本次募集资金投资项目，均围绕公司现有核心业务或未来业务发展方向展开。项目实施完成后，公司进一步强化产品研发创新能力、提升信息化管理水平、缓解流动资金压力，盈利能力和市场竞争力均将得到显著提高。

募集资金到位后，公司净资产及每股净资产均大幅度增长，短期内公司的净资产收益率会因净资产的增加而有所降低。从长远看，随着项目陆续实施并产生效益，公司的营业收入和利润水平将有大幅提高，使公司盈利能力不断增强，净资产收益率不断提高。

（三）对资产负债率和资本结构的影响

本次募集资金到位后，公司的资产总额和净资产都将有较大幅度的提高，短期内资产负债率将显著下降，同时，公司资产流动性显著提高，偿债风险大幅降低，财务结构显著改善，防范财务风险的能力将得到进一步的提高。此外，本次

发行完成后，公司将引进社会公众股东，有利于优化投资者结构，完善公司法人治理结构，从而促进公司长远可持续发展。

第十一节 其他重要事项

一、重要合同

截至本招股说明书签署日，本公司正在履行和将要履行的对公司经营有重大影响的合同如下：

（一）借款合同

1、御泥坊与上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行于 2015 年 11 月 16 日签订合同编号为 66152015780007 的《法人按揭借款合同》，本合同为独立信贷合同，借款期限为 2015 年 11 月 18 日起至 2023 年 11 月 18 日止，借款金额为 2,309 万元，戴跃锋、湖南御家汇科技有限公司、长沙高新开发区信息产业园房地产投资有限公司为该长期借款提供保证，保证方式为连带责任保证。

2、御家制造与上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行于 2017 年 6 月 14 日签订合同编号为 66152017780001 的《法人按揭借款合同》，本合同为独立信贷合同，借款期限借款期限为 2017 年 6 月 16 日起至 2025 年 06 月 16 日止，借款金额为 3,900.00 万元，利率为借款发放日人民银行公布的相同期限贷款基准利率上浮 10%，御家汇股份有限公司、长沙高新开发区信息产业园房地产投资有限公司为该长期借款提供保证，保证方式为连带责任保证。

3、香港御家国际科技有限公司与上海浦东发展银行股份有限公司于 2017 年 12 月 7 日签订合同编号为 OSA-CH660020170001 的《离岸流动资金贷款合同》，双方约定贷款金额为叁佰万美元，贷款期限为首次提款之日起 11 个月。2017 年 12 月 11 日，御家汇与上海浦东发展银行股份有限公司签订了《权利质押合同》（编号为 YZBH66151700014501），为上述债权提供担保，质押财产为御家汇 2,200 万浦发银行存单，到期日为 2018 年 11 月 30 日。

（二）采购合同

公司与供应商主要签订年度采购框架合同，再通过具体订单的方式与向供应商采购，并在每次提交的订单中确定款式、数量、价款与交货期限等具体交易条

件。截至本招股说明书签署日，公司与主要供应商签订的尚在执行中的重大采购合同如下：

1、御泥坊、御家制造与诺斯贝尔化妆品股份有限公司（曾用名：诺斯贝尔（中山）无纺日化有限公司）签署了《委托加工协议》（合同编号：YCGWX-20150420-01），双方就委托生产御泥坊品牌化妆品相关事宜达成一致协议，合同有效期自 2015 年 4 月 20 日起至 2018 年 4 月 20 日止。

2、御家制造与上海乐宝日化股份有限公司签署了《委托加工协议》（合同编号：YCGWX-20160310-02），双方就委托加工生产化妆品事宜达成一致协议，合同有效期自 2016 年 3 月 10 日起至 2019 年 3 月 9 日止。

3、御家制造与欧标（广州）化妆品有限公司签署了《委托加工协议》（合同编号：YCGWX-20150315-01），双方就委托生产制造化妆品事宜达成一致协议，合同有效期自 2015 年 3 月 15 日起至 2018 年 3 月 14 日。

4、御家制造与广州永新包装有限公司签署了《委托生产合同（包材类）》（合同编号：YCGS-20180101-01），双方就御家制造系列品牌产品包装制品及配套的生产达成一致协议，合同有效期自 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日。

5、御家制造与广州市李记包装材料有限公司签署了《化妆品包装委托加工合同》（合同编号：YJ2220160816004）,双方就御泥坊系列品牌相关玻璃制品及配套的生产事宜达成一致协议，合同有效期自 2016 年 8 月 16 日至 2018 年 8 月 15 日。

6、御家制造与广州正卓印刷有限公司签署了《委托生产合同（包材类）》（合同编号：YCGCH-20180101-01），双方就御家制造系列品牌产品包装制品及配套的生产达成一致协议，合同有效期自 2018 年 1 月 1 日起至 2020 年 12 月 31 日。

7、御家制造与广州市奥雪化工有限公司签署了《采购合同》，双方就原料采购事宜达成一致协议，合同有效期自 2018 年 1 月 1 日起至 2020 年 12 月 31 日。

8、御家制造与惠州宝柏包装有限公司签署了《化妆品包装委托加工合同》，双方就化妆品包装的生产事宜达成一致协议，合同有效期自 2016 年 5 月 22 日起至 2019 年 5 月 21 日。

9、2016 年 1 月 15 日，御家汇与山星生活科学株式会社丽得姿化妆品部签订《战略性合作协议》，双方建立战略合作关系，御家汇为山星生活科学株式会社丽得姿化妆品的经销商 / 代理，主要从事丽得姿化妆品在线销售业务，并就相关合作事宜达成一致协议。

10、2017 年 1 月 18 日，御家韩美与强生公司签订了电子商务协议，强生公司任命御家韩美为其指定产品的经营和销售的独家电子商务经销商/零售商，双方就相关合作事宜达成一致协议。

（三）销售合同

公司作为电商企业，产品目前主要通过线上渠道销售，截至本招股说明书签署日，公司与主要线上销售渠道或经销商签订的正在履行和将要履行的重大合同如下：

1、与唯品会签订的销售合同

2017 年 10 月 19 日，御泥坊（乙方）与唯品会（中国）有限公司（甲方）签订《商品销售合同》（合同编号：HT-J003380-C1-7145），就乙方供应商品给甲方销售事宜达成一致协议，乙方授权甲方自主开展合同期限内每期商品的售卖活动，甲方与乙方一致同意货款按进度款结算及月结结算方式进行结算，合同期限自 2018 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日。

2、与浙江天猫技术有限公司签订的销售合同

御泥坊（甲方）与浙江天猫技术有限公司（乙方）、浙江天猫网络有限公司（丙方）签订《天猫服务协议》，约定甲方在天猫电子商务平台进行销售，乙方依照不同类目产品收取不同比率的与互联网信息服务相关的以及与积分系统相关的软件服务费，丙方向甲方提供互联网信息服务、二级域名服务等其他服务，暂不收费。服务期限自服务实际开通日起算，至 2018 年 12 月 31 日终止。

3、与京东签订的销售合同

御泥坊（乙方）与北京京东世纪贸易有限公司（甲方）签订了编号为20170003970的合同，就甲方向乙方采购相关产品用于再销售事宜达成一致协议，协议有效期自 2017 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日止。（协议期满后若双方均未提出异议，有效期自动延长 90 天）

4、与北京京东世纪贸易有限公司（POP 合同）签订的销售合同

御泥坊（乙方）与北京京东世纪贸易有限公司（甲方）签订了《“京东 JD.COM”开方平台店铺（商家 ID59158）服务协议》，甲方为乙方开通店铺服务，乙方使用“京东平台”发布商品信息进行销售事宜达成一致协议，协议有效期自 2017 年 4 月 1 日至 2018 年 3 月 31 日。

5、与淘宝中国控股有限公司签订的销售合同

御家韩美与淘宝中国控股有限公司签订了《天猫国际商户服务协议》，就御家韩美使用天猫国际账户在天猫国际网站经营的相关事宜达成一致协议。

6、与浙江淘宝网络有限公司签订的销售合同

御泥坊与浙江淘宝网络有限公司等各淘宝平台经营者签订《淘宝平台服务协议》，御泥坊在淘宝平台上开设店铺并享受淘宝平台提供的相关服务事宜达成一致协议。

（四）物流合同

御泥坊与浙江菜鸟供应链管理有限公司签署了《供应链管理服务协议》，约定御泥坊采用菜鸟提供的供应链管理解决方案，协议有效期自 2017 年 4 月 1 日至 2018 年 3 月 31 日。

御泥坊与嘉里大通物流有限公司湖南分公司签署《国内货物运输服务合同》，合同约定御泥坊委托嘉里大通物流有限公司湖南分公司将御泥坊的货物运至御泥坊指定的国内目的地，并就相关事宜达成一致协议。合同有效期自 2017 年 4 月 1 日至 2018 年 3 月 31 日。

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司无对外担保情况。

三、诉讼或仲裁事项

1、截至本招股说明书签署日，本公司不存在涉及重大诉讼或仲裁的情况。

2、截至本招股说明书签署日，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、高级管理人员和其他核心人员不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

3、最近三年内，本公司控股股东、实际控制人不存在重大违法行为。

四、广告宣传与投诉事宜

1、广告宣传

发行人已制定《关于规范公司对外宣传的管理办法》及《御家汇宣传禁用词库（国家法规明令禁用）》等规章制度，该等制度符合《化妆品卫生监督条例》及其实施细则、《化妆品标识管理规定》、《广告法》、《GB5296.3-2008消费品使用说明化妆品通用标签》的相关规定；发行人制定了严格的产品包装设计、广告用语设计的基本流程，对产品包装内容合规性、广告宣传内容合规性采取了相应的内部控制措施；发行人已组织业务人员、法务人员学习《广告法》、《反不正当竞争法》等相关法律法规，提高相关人员遵守广告宣传法律法规的意识。

发行人主要通过产品包装信息、电商平台广告、影视剧植入、新媒体推广、主题活动等方式进行产品宣传。报告期内，发行人及下属子公司不存在因广告虚假宣传受到行政处罚的情形。

2、投诉

发行人已制定了完善的客服管理制度，配备了完善的客服团队，并建立了完善的客服培训手册及规范的服务流程，通过向消费者提供售前咨询，售后服务等，解决消费者的疑问，并及时、妥善地处理消费者的诉求，减少或避免潜在纠纷。

但由于化妆品行业消费者数量的庞大性、消费者对化妆品产品本身的期待和满意程度具有较大主观性，消费者对商品的感知受网络销售模式的限制，且同时存在第三方运输商可能带来运送延迟、产品损毁等情形，导致行业内企业普遍存在一定数量的消费者投诉或纠纷情形。

报告期内，发行人相关的投诉纠纷未导致发行人与消费者发生重大法律诉讼或行政处罚，报告期内发行人相关投诉纠纷涉及金额较小，不会对发行人的生产经营和财务状况产生重大不利影响。

五、公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉及刑事诉讼的情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在涉及刑事诉讼的情况。

第十二节 有关声明

一、全体董事声明

公司全体董事承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

全体董事签名：

戴跃锋	张虎儿	朱 珊
何广文	陈 喆	陈 楠
陈爱文	杜 晶	胡 硕

御家汇股份有限公司

2018 年 1 月 29 日

二、全体监事声明

公司全体监事承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

全体监事签名：

赵成梁	鲍晓莉	旷毅

御家汇股份有限公司

2018 年 1 月 29 日

三、全体高级管理人员声明

公司全体高级管理人员承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

全体高级管理人员签名：

戴跃锋	张虎儿	朱　珊
何广文	吴小瑾	晏德军

御家汇股份有限公司

2018年 1月 29日

四、保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

项目协办人：

李燕

保荐代表人：

龙伟 金巍锋

总经理：

江禹

董事长、法定代表人（或授权代表）：

江禹

华泰联合证券有限责任公司

2018年 月 29 日

本人已认真阅读御家汇股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：

江禹

保荐机构董事长（或授权代表）：

江禹

华泰联合证券有限责任公司

2018年 1 月 29 日

五、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书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说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明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、完整性、及时性承担相应的法律责任。

经办律师：

朱志怡　　刘中明　　廖　骅

律师事务所负责人：

丁少波

湖南启元律师事务所

2018 年 1 月 29 日

六、会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、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，确认招股说明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、完整性、及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

中国注册会计师 刘智清 430300020016

刘智清

中国注册会计师 周睿 430300020094

周睿

中国注册会计师 孟双 110101504872

孟双

会计师事务所负责人：

邱靖之

邱靖之

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

2018 年 1 月 29 日

七、验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明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、完整性、及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

中国注册会计师 刘智清 430300020016

刘智清

中国注册会计师 周睿 430300020094

周睿

会计师事务所负责人：

邱靖之

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

2018年1月29日

八、资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明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、完整性、及时性承担相应的法律责任。

签字注册资产评估师：

刘继红　　伍智红

评估机构负责人：

徐伟建

沃克森（北京）国际资产评估有限公司

2018年1月29日

九、验资复核机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资复核报告的内容无异议，确认招股说明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、完整性、及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

中国注册会计师 刘智清 430300820071

中国注册会计师 周睿 430800820094

中国注册会计师 孟双 110101504872

刘智清 周睿 孟双

会计师事务所负责人：

邱靖之

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

2018年1月29日

第十三节 附件

一、文件列表

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文书，该等文书同时在中国证监会指定网站巨潮资讯网（http：//www.cninfo.com.cn）披露，具体如下：

（一）发行保荐书（附：发行人成长性专项意见）及发行保荐工作报告；

（二）发行人关于公司设立以来股本演变情况的说明及其董事、监事、高级管理人员的确认意见；

（三）发行人控股股东、实际控制人对招股说明书的确认意见；

（四）财务报表及审计报告；

（五）内部控制鉴证报告；

（六）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

（七）法律意见书及律师工作报告；

（八）公司章程（草案）；

（九）中国证监会核准本次发行的文件；

（十）其他与本次发行有关的重要文件。

二、附件查阅地点、时间

（一）查阅时间

承销期内每周一至周五上午 9：00－11：00，下午 2：30－4：30

（二）查阅地点

1、发行人：御家汇股份有限公司

联系地址：长沙高新开发区岳麓西大道 588 号芯城科技园 9 栋 1 层 101 号

联系人：吴小瑾、欧丹青

电话：0731-85238868

传真：0731-82285158

2、保荐机构（主承销商）：华泰联合证券有限责任公司

联系地址：深圳市福田区深南大道 4011 号香港中旅大厦 26 楼

联系人：徐鹏飞

电话：0755-82492000

传真：0755-82493000

附件一：发行人及其子公司拥有的商标权

序号	权利人	注册商标	商标注册号	类型	有效期至	取得方式
1	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	7118483	30	2020/7/6	继受取得
2	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	7118486	3	2020/7/13	继受取得
3	御家汇	御泥坊	7763547	35	2021/1/20	继受取得
4	御家汇	汇品 HUIPINPAI.COM	8940212	42	2022/2/20	继受取得
5	御家汇	御家汇	8954345	3	2021/12/27	继受取得
6	御家汇	御家汇	8954372	16	2021/12/27	继受取得
7	御家汇	御家汇	8954702	35	2022/2/13	继受取得
8	御家汇	御家汇	8954784	42	2022/2/20	继受取得
9	御家汇	御家汇	8954819	44	2022/1/6	继受取得
10	御家汇	师夷家	8963194	3	2021/12/27	继受取得
11	御家汇	御家明星学院	8963269	16	2021/12/27	继受取得
12	御家汇	薇源	8963365	3	2021/12/27	继受取得
13	御家汇	御泥坊	9018961	1	2022/1/13	继受取得
14	御家汇	御泥坊	9018994	2	2022/1/13	继受取得
15	御家汇	御泥坊	9019137	10	2022/1/13	继受取得
16	御家汇	御泥坊	9019247	25	2022/1/13	继受取得
17	御家汇	御泥坊	9019286	29	2022/4/20	继受取得
18	御家汇	御泥坊	9019321	31	2022/1/13	继受取得
19	御家汇	御泥坊	9019342	32	2022/1/13	继受取得
20	御家汇		9420241	3	2022/5/20	继受取得

序号	权利人	注册商标	商标注册号	类型	有效期至	取得方式
21	御家汇		9420433	16	2022/5/20	继受取得
22	御家汇		9420505	35	2022/5/20	继受取得
23	御家汇		9420603	42	2022/5/20	继受取得
24	御家汇		9420637	44	2022/5/20	继受取得
25	御家汇		9667971	3	2022/8/6	继受取得
26	御家汇	花花草草	9816325	3	2022/10/6	继受取得
27	御家汇	师集家 师集长技以集师	9826891	3	2022/10/6	继受取得
28	御家汇	师集家 师集长技以集师	9826953	16	2023/1/6	继受取得
29	御家汇	师集家 师集长技以集师	9826990	35	2022/10/6	继受取得
30	御家汇	师集家 师集长技以集师	9827031	42	2022/10/6	继受取得
31	御家汇	师集家 师集长技以集师	9827081	44	2022/10/6	继受取得
32	御家汇	花瑶花 1883	9832758	2	2022/10/13	继受取得
33	御家汇	花瑶花 1883	9832845	5	2022/10/13	继受取得
34	御家汇	花瑶花 1883	9832871	16	2022/10/13	继受取得
35	御家汇	花瑶花 1883	9832918	21	2022/10/13	继受取得
36	御家汇	花瑶花 1883	9832954	25	2022/10/13	继受取得
37	御家汇	花瑶花 1883	9832974	32	2022/10/13	继受取得
38	御家汇	花瑶花 1883	9833002	35	2024/2/13	继受取得
39	御家汇	花瑶花 1883	9833039	41	2022/10/13	继受取得
40	御家汇	花瑶花 1883	9833067	42	2022/10/13	继受取得
41	御家汇	花瑶花 1883	9833094	44	2022/10/13	继受取得
42	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9845555	4	2022/10/13	继受取得

序号	权利人	注册商标	商标注册号	类型	有效期至	取得方式
43	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9845608	6	2022/10/20	继受取得
44	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9845657	7	2022/10/13	继受取得
45	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9845695	8	2022/10/13	继受取得
46	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9845731	9	2022/10/13	继受取得
47	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9850682	12	2022/10/13	继受取得
48	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9850705	13	2022/10/13	继受取得
49	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9850738	14	2022/12/13	继受取得
50	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9850762	15	2022/12/13	继受取得
51	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9850801	17	2022/11/6	继受取得
52	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9850830	19	2023/4/13	继受取得
53	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9850920	22	2022/10/20	继受取得
54	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9851096	23	2022/10/20	继受取得
55	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9851129	24	2022/10/20	继受取得
56	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9856019	26	2023/5/6	继受取得
57	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9856045	27	2022/10/20	继受取得
58	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9856127	28	2022/10/20	继受取得
59	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9856186	30	2022/10/20	继受取得
60	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9856225	33	2024/1/6	继受取得
61	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9856264	34	2022/10/20	继受取得
62	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9856311	36	2024/2/27	继受取得
63	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9856362	37	2024/3/13	继受取得
64	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9856407	38	2022/10/20	继受取得
65	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9856527	39	2022/10/20	继受取得
66	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9861681	40	2022/10/20	继受取得

序号	权利人	注册商标	商标注册号	类型	有效期至	取得方式
67	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9861697	41	2022/12/6	继受取得
68	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9861713	43	2024/6/13	继受取得
69	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9861731	45	2022/12/6	继受取得
70	御家汇	Hmeili.com	10411870	3	2023/3/20	继受取得
71	御家汇	Hmeili.com	10411934	38	2023/3/20	继受取得
72	御家汇	Hmeili.com	10411984	42	2024/5/27	继受取得
73	御家汇	御家汇 YUJIAHUI	10416924	5	2023/3/20	继受取得
74	御家汇	御家汇 YUJIAHUI	10417676	11	2023/3/20	继受取得
75	御家汇	御家汇 YUJIAHUI	10421561	16	2023/3/20	继受取得
76	御家汇	御家汇 YUJIAHUI	10427660	18	2023/3/20	继受取得
77	御家汇	御家汇 YUJIAHUI	10427856	20	2023/5/27	继受取得
78	御家汇	御家汇 YUJIAHUI	10427913	21	2023/5/6	继受取得
79	御家汇	御家汇 YUJIAHUI	10432515	38	2023/3/20	继受取得
80	御家汇	御家汇 YUJIAHUI	10437166	42	2023/3/27	继受取得
81	御家汇	御泥坊	10437531	1	2023/3/27	继受取得
82	御家汇	御泥坊	10441543	6	2023/3/27	继受取得
83	御家汇	御泥坊	10441606	7	2023/3/27	继受取得
84	御家汇	御泥坊	10441831	19	2023/3/27	继受取得
85	御家汇	御泥坊	10441886	25	2023/7/6	继受取得
86	御家汇	御泥坊	10441916	28	2023/3/27	继受取得
87	御家汇	御泥坊	10452396	29	2023/3/27	继受取得
88	御家汇	御泥坊	10452397	30	2023/3/27	继受取得
89	御家汇	御泥坊	10452400	37	2023/3/27	继受取得

序号	权利人	注册商标	商标注册号	类型	有效期至	取得方式
90	御家汇	御泥坊	10452406	39	2023/3/27	继受取得
91	御家汇	御泥坊	10452410	40	2023/3/27	继受取得
92	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10452452	1	2023/3/27	继受取得
93	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10452461	4	2023/3/27	继受取得
94	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10452498	6	2023/3/27	继受取得
95	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10452568	7	2023/3/27	继受取得
96	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10454114	8	2023/3/27	继受取得
97	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10454131	9	2023/3/27	继受取得
98	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10454154	10	2023/3/27	继受取得
99	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10454178	11	2023/3/27	继受取得
100	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10454213	12	2023/3/27	继受取得
101	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10454230	13	2023/4/27	继受取得
102	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10454247	14	2023/4/27	继受取得
103	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10454257	15	2023/5/13	继受取得
104	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10454269	16	2023/5/13	继受取得
105	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10454284	17	2023/5/13	继受取得
106	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10456338	18	2023/3/27	继受取得
107	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10456343	19	2023/3/27	继受取得
108	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10456354	20	2023/3/27	继受取得
109	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10456359	21	2023/3/27	继受取得
110	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10456372	22	2023/3/27	继受取得
111	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10456382	23	2023/3/27	继受取得
112	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10456397	24	2023/3/27	继受取得
113	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10456408	25	2023/3/27	继受取得

序号	权利人	注册商标	商标注册号	类型	有效期至	取得方式
114	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10456433	26	2023/3/27	继受取得
115	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10456448	27	2023/3/27	继受取得
116	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10458942	28	2023/3/27	继受取得
117	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10458943	29	2023/3/27	继受取得
118	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10458948	30	2023/3/27	继受取得
119	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10458953	31	2023/3/27	继受取得
120	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10458964	34	2023/3/27	继受取得
121	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10458970	36	2023/3/27	继受取得
122	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10459008	37	2023/3/27	继受取得
123	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10459017	38	2023/3/27	继受取得
124	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10459029	39	2023/3/27	继受取得
125	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10463917	40	2023/3/27	继受取得
126	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10463956	43	2023/3/27	继受取得
127	御家汇	花瑶花 HUAYAOHUA	10463978	45	2023/3/27	继受取得
128	御家汇	御家坊 YUJIAFANG	10802119	3	2023/7/13	继受取得
129	御家汇	御家坊 YUJIAFANG	10802171	35	2023/7/13	继受取得
130	御家汇	御家坊 YUJIAFANG	10802295	38	2023/7/13	继受取得
131	御家汇	御家坊 YUJIAFANG	10802339	42	2023/7/13	继受取得
132	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10818533	1	2023/7/20	继受取得
133	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10818690	2	2023/7/27	继受取得
134	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10818733	3	2023/7/27	继受取得
135	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10818776	4	2023/8/6	继受取得
136	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10818951	5	2023/7/20	继受取得

序号	权利人	注册商标	商标注册号	类型	有效期至	取得方式
137	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10824935	6	2023/8/13	继受取得
138	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10825215	7	2023/7/20	继受取得
139	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10825308	8	2023/7/20	继受取得
140	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10825461	9	2023/7/20	继受取得
141	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10831672	10	2023/7/27	继受取得
142	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10831681	11	2023/7/27	继受取得
143	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10831692	12	2023/7/27	继受取得
144	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10831703	13	2023/7/27	继受取得
145	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10831716	14	2023/7/27	继受取得
146	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10831734	15	2023/7/27	继受取得
147	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10831755	16	2023/7/27	继受取得
148	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10831777	17	2023/7/27	继受取得
149	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10831906	18	2023/7/27	继受取得
150	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10831942	19	2023/7/27	继受取得
151	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10839128	20	2023/7/27	继受取得
152	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10839139	21	2023/7/27	继受取得
153	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10839158	22	2023/7/27	继受取得
154	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10839177	23	2023/7/27	继受取得
155	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10839202	24	2023/7/27	继受取得
156	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10839216	25	2023/7/27	继受取得
157	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10839230	26	2023/7/27	继受取得
158	御家汇	师集家 SHIYIJIA	10839254	27	2023/7/27	继受取得

序号	权利人	注册商标	商标注册号	类型	有效期至	取得方式
159	御家汇	师奕家 SHIYIJIA	10846305	28	2023/7/27	继受取得
160	御家汇	师奕家 SHIYIJIA	10846328	29	2023/7/27	继受取得
161	御家汇	师奕家 SHIYIJIA	10846394	31	2023/7/27	继受取得
162	御家汇	师奕家 SHIYIJIA	10846426	32	2023/7/27	继受取得
163	御家汇	师奕家 SHIYIJIA	10846362	30	2023/7/27	继受取得
164	御家汇	师奕家 SHIYIJIA	10846464	33	2023/7/27	继受取得
165	御家汇	师奕家 SHIYIJIA	10846492	34	2023/7/27	继受取得
166	御家汇	师奕家 SHIYIJIA	10846540	36	2023/7/27	继受取得
167	御家汇	师奕家 SHIYIJIA	10846591	37	2023/7/27	继受取得
168	御家汇	师奕家 SHIYIJIA	10846631	38	2023/7/27	继受取得
169	御家汇	师奕家 SHIYIJIA	10861397	39	2023/8/6	继受取得
170	御家汇	师奕家 SHIYIJIA	10861474	40	2023/8/6	继受取得
171	御家汇	师奕家 SHIYIJIA	10861728	41	2023/8/6	继受取得
172	御家汇	师奕家 SHIYIJIA	10861943	43	2023/8/6	继受取得
173	御家汇	师奕家 SHIYIJIA	10862011	45	2023/8/6	继受取得
174	御家汇	质感男人	11123407	3	2023/11/13	继受取得
175	御家汇	质感男人师奕家	11123431	3	2023/11/13	继受取得
176	御家汇	御泥坊	11366800	37	2024/1/20	继受取得
177	御家汇	御泥坊	11366830	43	2024/7/6	继受取得
178	御家汇	师宜家	11380526	3	2024/1/20	继受取得
179	御家汇	御	11547713	3	2026/4/27	继受取得
180	御家汇	小迷糊	11559690	3	2024/3/6	继受取得

序号	权利人	注册商标	商标注册号	类型	有效期至	取得方式
181	御家汇	古方医	11805064	3	2024/5/6	继受取得
182	御家汇	古方油	11805114	3	2024/6/6	继受取得
183	御家汇		12167744	3	2024/7/27	继受取得
184	御家汇	大 迷 糊	12225955	3	2024/8/13	继受取得
185	御家汇	大 明 湖	12226152	3	2025/3/27	继受取得
186	御家汇	小 迷 胡	12226162	3	2024/8/13	继受取得
187	御家汇	小 迷 湖	12226174	3	2024/8/13	继受取得
188	御家汇	小 迷 蝴	12226184	3	2024/8/13	继受取得
189	御家汇	小迷糊	12278104	3	2024/8/20	继受取得
190	御家汇	御家小蘑菇计划	12328795	36	2024/9/6	继受取得
191	御家汇	御泥坊	12374068	35	2024/9/13	继受取得
192	御家汇	御泥坊	12374102	38	2024/9/13	继受取得
193	御家汇	花瑶花 1883	12736315	3	2024/10/27	继受取得
194	御家汇	花瑶花 1883	12736517	5	2024/10/27	继受取得
195	御家汇	花瑶花 1883	12736694	21	2024/10/27	继受取得
196	御家汇	花瑶花 1883	12737018	44	2024/12/20	继受取得
197	御家汇	花瑶花 1883	12897737	3	2024/12/13	继受取得
198	御家汇	花花草草	12919162	3	2024/12/20	原始取得
199	御家汇	小迷糊	13102084	21	2025/1/6	原始取得
200	御家汇	小迷糊	13102208	44	2025/1/6	原始取得
201	御家汇	御泥坊	13309440	37	2025/6/13	原始取得

序号	权利人	注册商标	商标注册号	类型	有效期至	取得方式
202	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤 矿物养	13309476	7	2025/8/6	原始取得
203	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤 矿物养	13309510	8	2025/7/13	原始取得
204	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤 矿物养	13309535	9	2025/8/6	原始取得
205	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤 矿物养	13309592	12	2025/8/20	原始取得
206	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤 矿物养	13309606	17	2025/8/27	原始取得
207	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤 矿物养	13309676	22	2025/6/13	原始取得
208	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤 矿物养	13309696	24	2025/8/20	原始取得
209	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤 矿物养	13309706	25	2025/7/13	原始取得
210	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤 矿物养	13309718	28	2025/8/20	原始取得
211	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤 矿物养	13309739	30	2025/6/13	原始取得
212	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤 矿物养	13309755	31	2025/6/13	原始取得
213	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤 矿物养	13309774	39	2025/8/27	原始取得
214	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤 矿物养	13309791	40	2025/6/13	原始取得
215	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤 矿物养	13309810	41	2025/6/13	原始取得
216	御家汇	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤 矿物养	13309868	45	2025/6/13	原始取得
217	御家汇	御家汇 Yu Jia Hui	13509369	3	2026/7/27	原始取得
218	御家汇	御家汇 Yu Jia Hui	13509457	16	2026/7/27	原始取得
219	御家汇	御家汇 Yu Jia Hui	13509507	35	2025/6/13	原始取得
220	御家汇	御家汇 Yu Jia Hui	13509613	42	2025/4/6	原始取得

序号	权利人	注册商标	商标注册号	类型	有效期至	取得方式
221	御家汇	御家汇 Yu Jia Hui	13509645	44	2025/4/6	原始取得
222	御家汇	御家古方	13709174	3	2026/11/20	原始取得
223	御家汇	Flograss	14113324	3	2025/4/13	原始取得
224	御家汇	小溪	14192655	3	2026/11/20	原始取得
225	御家汇	小溪	14209735	3	2026/12/13	原始取得
226	御家汇	御家制造+	15897764	3	2026/7/20	原始取得
227	御家汇	美导家	16160487	42	2026/7/27	原始取得
228	御家汇	美导家	16160490	3	2026/3/20	原始取得
229	御家汇	师集家	16674512	3	2026/8/27	原始取得
230	御家汇	美容宝	16684981	9	2026/6/13	继受取得
231	御家汇	美容宝	16685113	35	2026/6/20	继受取得
232	御家汇		16961175	3	2026/7/20	原始取得
233	御家汇	18+	17321705	42	2026/10/27	继受取得
234	御家汇	18+	17322122	35	2026/10/27	继受取得
235	御家汇	18+	17322926	20	2026/11/27	原始取得
236	御家汇	18+	17322958	9	2026/10/13	继受取得
237	御家汇	18+	17322989	3	2026/10/27	继受取得
238	御家汇	18+	17755453	42	2026/10/13	继受取得
239	御家汇	18+	17755454	20	2026/10/13	继受取得
240	御家汇	18+	17755455	35	2026/10/13	继受取得
241	御家汇	御家汇 Yu Jia Hui	13509555	41	2025/8/20	原始取得

序号	权利人	注册商标	商标注册号	类型	有效期至	取得方式
242	御家汇	Hmeili.com	10411895	35	2023/3/20	继受取得
243	御家汇	御泥坊	10441681	9	2023/3/27	继受取得
244	御泥坊	御泥坊	5194375	3	2019/7/6	继受取得
245	御泥坊	灘頭御泥	6629930	3	2020/3/27	继受取得
246	御泥坊	新御泥坊	7763540	3	2021/10/13	继受取得
247	御泥坊	御泥坊 yunifang.com	7763552	42	2021/1/13	继受取得
248	御泥坊	御泥坊	7763556	44	2021/1/20	继受取得
249	御泥坊		7763621	3	2020/11/27	继受取得
250	御泥坊	滩头香粉	8963253	16	2021/12/27	继受取得
251	御泥坊	御泥坊	9019101	5	2022/3/20	继受取得
252	御泥坊	御泥坊	9019175	18	2022/1/13	继受取得
253	御泥坊	御泥坊	9019217	21	2022/1/13	继受取得
254	御泥坊	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9662820	3	2024/3/6	继受取得
255	御泥坊	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9845812	11	2022/10/13	继受取得
256	御泥坊	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	9850866	20	2022/10/13	继受取得
257	御泥坊	於泥坊	10256898	3	2023/2/6	继受取得
258	御泥坊	於泥坊	10256907	16	2023/2/6	继受取得
259	御泥坊	灘頭御泥坊	10304331	3	2023/2/20	继受取得
260	御泥坊	御泥坊	10441525	5	2023/5/13	继受取得
261	御泥坊	御泥坊	10441720	11	2023/3/27	继受取得
262	御泥坊	御泥坊	10441775	16	2025/11/13	继受取得
263	御泥坊	御泥坊	10441860	21	2023/3/27	继受取得

序号	权利人	注册商标	商标注册号	类型	有效期至	取得方式
264	御泥坊	御泥坊	10452414	42	2023/3/27	继受取得
265	御泥坊	御物坊 YUWUFANG	10788388	3	2023/6/27	继受取得
266	御泥坊	御尼坊	10788430	3	2023/6/27	继受取得
267	御泥坊	淤泥坊	10795994	3	2023/7/6	继受取得
268	御泥坊	御芳坊 YUFANGFANG	10801892	3	2023/9/6	继受取得
269	御泥坊	Mineral.E	12225905	3	2026/2/20	原始取得
270	御泥坊	我的御用面膜	12278105	3	2026/7/27	继受取得
271	御泥坊	御泥坊	12373771	3	2024/9/13	继受取得
272	御泥坊	泥坊	12919220	3	2025/8/27	继受取得
273	御泥坊	御泥	12919243	3	2026/7/27	继受取得
274	御泥坊	御泥坊	13273693（欧盟）	3,16,35	2024/9/18	原始取得
275	御泥坊	御泥坊	13309405	3	2026/8/6	继受取得
276	御泥坊	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	13309555	11	2026/10/27	继受取得
277	御泥坊	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	13309628	18	2026/2/20	继受取得
278	御泥坊	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	13309651	20	2026/10/27	继受取得
279	御泥坊	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	13309827	42	2026/5/6	继受取得
280	御泥坊	御泥坊 YUNIFANG.com | 好肌肤矿物养	13309846	44	2026/10/27	继受取得
281	御泥坊	YUNIFANG	15398897	3	2026/2/27	原始取得
282	御家科技	御泥坊	01633691（台湾）	3,35	2024/3/15	原始取得
283	御家科技	YUNIFANG	01633692（台湾）	3,35	2024/3/15	原始取得

序号	权利人	注册商标	商标注册号	类型	有效期至	取得方式
284	御家汇	御泥坊	N/078441（澳门）	3	2021/2/28	原始取得
285	御家汇	御泥坊	N/078442（澳门）	35	2021/2/28	原始取得
286	御家汇	YUNiFANG	N/078443（澳门）	3	2021/2/28	原始取得
287	御家汇	YUNiFANG	N/078444（澳门）	35	2021/2/28	原始取得
288	御家汇	小溪	01675206（台湾）	3	2024/11/15	原始取得
289	御家汇	御泥坊	4491142（美国）	3	2024/3/4	原始取得
290	御家汇	YUNiFANG	4491143（美国）	3	2029/3/4	原始取得
291	御家汇	御泥坊	4650013（美国）	35	2024/12/2	原始取得
292	御家汇	YUNiFANG	4650014（美国）	35	2024/12/2	原始取得
293	御家汇	御泥坊	5440818（日本）	3	2021/9/22	原始取得
294	御家汇	YUNiFANG	302691432（香港）	3,35	2023/7/31	原始取得
295	御家汇	御泥坊	302691513（香港）	35	2023/7/31	原始取得
296	御家汇	御泥坊	302958012（香港）	3	2024/4/9	原始取得
297	花瑶花		12167758	25	2024/7/27	原始取得
298	香港薇风	WELLFON	4229138	3	2018/12/27	继受取得
299	香港薇风	薇风	9115908	3	2022/3/27	继受取得
300	香港薇风	大水滴	14402511	3	2025/6/6	继受取得
301	香港薇风	WELLFONT 薇風	01790519（台湾）	3	2026/9/15	原始取得
302	香港薇风		01799401（台湾）	3、35	2026/10/15	原始取得
303	香港薇风	大水滴	01799400（台湾）	3、35	2026/10/15	原始取得

序号	权利人	注册商标	商标注册号	类型	有效期至	取得方式
304	香港薇风		01686378（台湾）	3	2025/1/15	继受取得
305	香港薇风	WELLFON	01118885（台湾）	3	2024/9/15	原始取得
306	香港薇风	薇 風	01046227（台湾）	3	2023/6/15	继受取得
307	香港薇风	宮廷世家	01042739（台湾）	3	2023/5/15	继受取得
308	香港薇风		303632904（香港）	35	2015/12/16	原始取得
309	香港薇风	WESTFONG 薇風	303632896（香港）	3,35	2015/12/17	原始取得
310	香港薇风		303632913 (香港)	3,35	2015/12/16	原始取得
311	御家汇	YUNIFANG	01757235（台湾）	9	2026/2/28	原始取得
312	御家汇	御泥坊	01757234 (台湾)	9	2026/2/28	原始取得
313	御家汇	tingting	303844134（香港）	3,9,16,21,35	2026/7/19	原始取得
314	御家汇	iJ iJ	303844143 (香港)	3,9,16,21,35	2026/7/19	原始取得
315	御家汇	tingting	N/113811（澳门）	42	2024/1/25	原始取得
316	御家汇	tingting	N/113810（澳门）	35	2024/1/25	原始取得
317	御家汇	tingting	N/113809（澳门）	21	2024/1/25	原始取得
318	御家汇	tingting	N/113808（澳门）	16	2024/1/25	原始取得
319	御家汇	tingting	N/113807（澳门）	9	2024/1/25	原始取得
320	御家汇	iJ iJ	N/113800（澳门）	3	2024/1/25	原始取得
321	御家汇	iJ iJ	N/113801（澳门）	9	2024/1/25	原始取得
322	御家汇	iJ iJ	N/113802（澳门）	16	2024/1/25	原始取得
323	御家汇	iJ iJ	N/113803（澳门）	21	2024/1/25	原始取得
324	御家汇	iJ iJ	N/113804（澳门）	35	2024/1/25	原始取得
325	御家汇	iJ iJ	N/113805（澳门）	42	2024/1/25	原始取得
326	御家汇	tingting	N/113806（澳门）	3	2024/1/25	原始取得

序号	权利人	注册商标	商标注册号	类型	有效期至	取得方式
327	御家汇		01823357（台湾）	3	2027/2/15	原始取得
328	御家汇		01824900（台湾）	35	2027/2/15	原始取得
329	御家汇	tingting	01824899（台湾）	35	2027/2/15	原始取得
330	御泥坊	御泥坊男士	18982104	3	2027/3/6	原始取得
331	御家汇	tingting	01831277（台湾）	9	2027/3/31	原始取得
332	御家汇		01831597（台湾）	16	2027/3/31	原始取得
333	御家汇	tingting	01831596（台湾）	16	2027/3/31	原始取得
334	御家汇		01831278（台湾）	9	2027/3/31	原始取得
335	御家汇	tingting	01833135（台湾）	42	2027/3/31	原始取得
336	御家汇	tingting	01831784（台湾）	21	2027/3/31	原始取得
337	御家汇		01831785（台湾）	21	2027/3/31	原始取得
338	御家汇		01833136（台湾）	42	2027/3/31	原始取得
339	御家汇		401242307（韩国）	3	2027/3/27	原始取得
340	御家汇		401242308（韩国）	9	2027/3/27	原始取得
341	御家汇		401242309（韩国）	16	2027/3/27	原始取得
342	御家汇		401242310（韩国）	21	2027/3/27	原始取得
343	御家汇		410392474（韩国）	35	2027/3/27	原始取得
344	御家汇		410392475（韩国）	42	2027/3/27	原始取得
345	御家汇		5914920（日本）	16	2027/1/20	原始取得
346	御家汇		5914921（日本）	21	2027/1/20	原始取得
347	御家汇		5914919（日本）	9	2027/1/20	原始取得
348	御家汇	tintin	5927984（日本）	3	2027/3/3	原始取得
349	御家汇	tingting	5914918（日本）	9	2027/1/20	原始取得
350	御家汇		5914922（日本）	35	2027/1/20	原始取得

序号	权利人	注册商标	商标注册号	类型	有效期至	取得方式
351	御家汇	汀汀	5934557（日本）	42	2027/3/24	原始取得
352	御家汇	汀汀	5925731（日本）	3	2027/2/24	原始取得
353	御家汇	tingting	5934558（日本）	42	2027/3/24	原始取得
354	御家汇	御	016225302（欧盟）	03	2027/1/4	原始取得
355	御家汇	御 UNIFON	016282055（欧盟）	03	2027/1/24	原始取得
356	御家汇	UNIFON	016282089（欧盟）	3	2027/1/24	原始取得
357	香港薇风	闪电大水滴	304023576（香港）	3,35	2027/1/17	原始取得
358	香港薇风	WESFON	304023567（香港）	03	2027/1/17	原始取得
359	御家汇	unihydra	016472847（欧盟）	3	2027/3/16	原始取得
360	御家汇	unihydra	016472821（欧盟）	3	2027/3/16	原始取得
361	香港薇风	WESFON	01832770（台湾）	35	2027/9/6	原始取得
362	御家汇	汀汀	20678296	38	2027/9/6	原始取得
363	御家汇	小迷糊	19584268	9	2027/9/6	原始取得
364	御家汇	小迷糊	19584371	16	2027/9/6	原始取得
365	御家汇	小迷糊	19584703	42	2027/9/6	原始取得
366	御家汇	御家汇	19589430	20	2027/9/6	原始取得
367	御家汇	tingting	20645047	1	2027/9/6	原始取得
368	御家汇	tingting	20645534	4	2027/9/6	原始取得
369	御家汇	tingting	20645840	6	2027/9/6	原始取得
370	御家汇	tingting	20646320	7	2027/9/6	原始取得
371	御家汇	tingting	20647053	11	2027/9/6	原始取得
372	御家汇	tingting	20647266	15	2027/9/6	原始取得
373	御家汇	tingting	20650239	19	2027/9/6	原始取得
374	御家汇	tingting	20650320	20	2027/9/6	原始取得

序号	权利人	注册商标	商标注册号	类型	有效期至	取得方式
375	御家汇	tingting	20650518	21	2027/9/6	原始取得
376	御家汇	tingting	20650572	23	2027/9/6	原始取得
377	御家汇	tingting	20650855	24	2027/9/6	原始取得
378	御家汇	tingting	20650861	26	2027/9/6	原始取得
379	御家汇	tingting	20657391	27	2027/9/6	原始取得
380	御家汇	tingting	20657730	28	2027/9/6	原始取得
381	御家汇	tingting	20657810	29	2027/9/6	原始取得
382	御家汇	tingting	20658186	31	2027/9/6	原始取得
383	御家汇	tingting	20658277	32	2027/9/6	原始取得
384	御家汇	tingting	20658416	34	2027/9/6	原始取得
385	御家汇	tingting	20658729	38	2027/9/6	原始取得
386	御家汇	tingting	20658882	39	2027/9/6	原始取得
387	御家汇	tingting	20659017	40	2027/9/6	原始取得
388	御家汇	tingting	20659183	42	2027/9/6	原始取得
389	御家汇	tingting	20659274	43	2027/9/6	原始取得
390	御家汇	tingting	20659343	44	2027/9/6	原始取得
391	御家汇	tingting	20659374	45	2027/9/6	原始取得
392	御家汇	iJ iJ	20659965	1	2027/9/6	原始取得
393	御家汇	iJ iJ	20660251	2	2027/9/6	原始取得
394	御家汇	iJ iJ	20660404	3	2027/9/6	原始取得
395	御家汇	iJ iJ	20660558	4	2027/9/6	原始取得
396	御家汇	iJ iJ	20661423	5	2027/9/6	原始取得
397	御家汇	iJ iJ	20661660	6	2027/9/6	原始取得
398	御家汇	iJ iJ	20662005	7	2027/9/6	原始取得

序号	权利人	注册商标	商标注册号	类型	有效期至	取得方式
399	御家汇	汀汀	20662138	8	2027/9/6	原始取得
400	御家汇	汀汀	20677202	30	2027/9/6	原始取得
401	御泥坊	御泥坊	19567039	3	2027/9/13	原始取得
402	香港薇风	WESFON	20731735	42	2027/9/13	原始取得
403	香港薇风	薇風	20731732	16	2027/9/13	原始取得
404	香港薇风	WESFON	20731736	21	2027/9/20	原始取得
405	御泥坊	御泥坊男士	19964748	3	2027/9/13	原始取得
406	香港薇风	薇風	20731734	21	2027/9/13	原始取得
407	御家汇	汀汀	20674430	10	2027/10/20	原始取得
408	香港薇风	大水滴	19153367	35	2027/9/27	原始取得
409	御家汇	花花草草 i Flograss	20859407	20	2027/9/27	原始取得
410	御家汇	师集家	20861071	21	2027/10/6	原始取得
411	御家汇	花瑶花 1883	20950906	3	2027/10/6	原始取得
412	御家汇	小迷糊	20950685	3	2027/9/27	原始取得
413	御家汇	师集家	20860857	3	2027/10/6	原始取得
414	御泥坊	御泥坊	20950982	3	2027/9/13	原始取得
415	御家汇	tingting	20658332	33	2027/10/13	原始取得
416	御家汇	美导家	16160488	35	2027/9/13	原始取得
417	御家汇	汀汀	20674485	9	2027/9/13	原始取得
418	御家汇	汀汀	20674499	11	2027/9/13	原始取得
419	御家汇	汀汀	20674514	13	2027/9/13	原始取得
420	御家汇	汀汀	20674629	12	2027/9/13	原始取得
421	御家汇	汀汀	20674718	16	2027/9/13	原始取得

序号	权利人	注册商标	商标注册号	类型	有效期至	取得方式
422	御家汇	汀汀	20674830	15	2027/9/13	原始取得
423	御家汇	汀汀	20674980	17	2027/9/13	原始取得
424	御家汇	汀汀	20675590	23	2027/9/13	原始取得
425	御家汇	汀汀	20676301	26	2027/9/13	原始取得
426	御家汇	汀汀	20676468	27	2027/9/13	原始取得
427	御家汇	汀汀	20676874	28	2027/9/13	原始取得
428	御家汇	汀汀	20677138	29	2027/9/13	原始取得
429	御家汇	汀汀	20677496	32	2027/9/13	原始取得
430	御家汇	汀汀	20677693	34	2027/9/13	原始取得
431	御家汇	汀汀	20677973	36	2027/9/13	原始取得
432	御家汇	汀汀	20678566	39	2027/9/13	原始取得
433	御家汇	汀汀	20678744	40	2027/9/13	原始取得
434	御家汇	汀汀 TINGTING	20681638	3	2027/9/13	原始取得
435	御家汇	汀汀 TINGTING	20681857	9	2027/9/27	原始取得
436	御泥坊	御泥坊男士	20910051	3	2027/11/20	原始取得
437	香港薇风	薇風	20731733	42	2027/11/13	原始取得
438	香港薇风	WEISFONG	20731737	16	2027/11/13	原始取得
439	香港薇风	WEISFONG	20731738	9	2027/11/13	原始取得
440	香港薇风	薇風	20731745	9	2026/12/16	原始取得
441	御家汇	UNIFON	303995731（香港）	3	2027/1/4	原始取得
442	御家汇	御	304011597（香港）	3	2027/1/25	原始取得
443	御家汇	御 御泥坊	304031973（香港）	3	2027/1/25	原始取得
444	御家汇	UNIFON	304031982（香港）	3	2027/1/25	原始取得

序号	权利人	注册商标	商标注册号	类型	有效期至	取得方式
445	御家汇	御 UNIFON 御泥坊	304031991（香港）	3	2027/1/25	原始取得
446	御家汇	UNIFON 御泥坊	304032008（香港）	3	2027/1/25	原始取得
447	御家汇	御 UNIFON	304032017（香港）	3	2027/1/25	原始取得
448	御家汇	御泥坊	304032026（香港）	3	2027/3/16	原始取得
449	御家汇	unihydra	304079854（香港）	3	2027/1/17	原始取得
450	御家汇	uniHydra	304079872（香港）	3	2027/1/17	原始取得
451	香港薇风	小水滴	304023585（香港）	3	2024/7/11	原始取得
452	香港薇风	大水滴	304023594（香港）	3	2024/7/21	原始取得
453	御家汇	UNIFON	N/118915(澳门)	3	2027/8/31	原始取得
454	御家汇	御	N/119467(澳门)	3	2027/8/31	原始取得
455	御家汇	uniHydra	01863534（台湾）	3	2027/10/31	原始取得
456	御家汇	unihydra	01863535（台湾）	3	2027/11/15	原始取得
457	香港薇风	小水滴	01877929（台湾）	35	2027/11/15	原始取得
458	御家汇	御泥坊	01878939（台湾）	3	2027/11/15	原始取得
459	御家汇	UNIFON 御泥坊	01878940（台湾）	3	2027/8/15	原始取得
460	御家汇	UNIFON	01878941（台湾）	3	2027/7/15	原始取得
461	香港薇风	WEISFONG	01859989（台湾）	3	2027/8/15	原始取得
462	御家汇	UNIFON	01853124（台湾）	3	2027/8/15	原始取得
463	香港薇风	闪电大水滴	01863242（台湾）	3	2027/5/31	原始取得
464	香港薇风	大水滴	01863241（台湾）	3	2027/7/7	原始取得
465	御家汇	tintin	01842888（台湾）	3	2027/7/28	原始取得
466	御家汇	御	5962564（日本）	3	2027/8/18	原始取得
467	御家汇	UNIFON	5968291（日本）	3	2027/9/22	原始取得
468	御家汇	御 UNIFON	5968292（日本）	3	2027/9/22	原始取得

序号	权利人	注册商标	商标注册号	类型	有效期至	取得方式
469	御家汇	tingting	5972908（日本）	35	2027/1/6	原始取得
470	御家汇	unihydra	5982974（日本）	3	2027/3/14	原始取得
471	御家汇	uniHydra	5982975（日本）	3	2027/3/13	原始取得
472	御家汇	御	634667（俄罗斯）	3	2027/3/13	原始取得
473	御家汇	御泥坊	635559（俄罗斯）	3	2027/3/13	原始取得
474	御家汇	御泥坊	016465718（欧盟）	3	2027/3/13	原始取得
475	御家汇	御 御泥坊	016465726（欧盟）	3	2027/7/13	原始取得
476	御家汇	UNIFON 御泥坊	016465734（欧盟）	3	2027/7/13	原始取得
477	御家汇	御 UNIFON 御泥坊	016465759（欧盟）	3	2027/7/13	原始取得
478	御家汇	tingting	41-0400028（韩国）	42	2027/7/13	原始取得
479	御家汇	tintin	40-1268935（韩国）	3	2027/11/6	原始取得
480	御家汇	tingting	40-1268934（韩国）	21	2027/11/6	原始取得
481	御家汇	tingting	40-1268933（韩国）	16	2027/11/20	原始取得
482	御家汇	18+	17755456	9	2027/11/20	受让取得
483	御家汇	18+	17755457	3	2027/11/20	受让取得
484	御家汇	花花草草 i Flograss	20859657	21	2027/11/20	原始取得
485	御家汇	汀汀	20675467	22	2027/11/20	原始取得
486	御家汇	汀汀	20677330	31	2020/7/6	原始取得
487	御家汇	汀汀	20678897	41	2020/7/13	原始取得
488	御家汇	汀汀 TINGTING	20682142	35	2021/1/20	原始取得
489	御家汇	花花草草 i Flograss	20859189	16	2027/12/27	原始取得
490	御家汇	汀汀 TINGTING	20682032	18	2027/11/06	原始取得
491	御家汇	汀汀	20681471	45	2027/11/06	原始取得
492	御家汇	汀汀	20681344	43	2027/11/06	原始取得

序号	权利人	注册商标	商标注册号	类型	有效期至	取得方式
493	御家汇	汀汀	20678998	42	2027/11/06	原始取得
494	御家汇	汀汀	20677915	35	2027/11/06	原始取得
495	御家汇	汀汀	20675055	18	2027/11/06	原始取得
496	御家汇	tingting	20659111	41	2027/11/20	原始取得
497	御家汇	tingting	20658619	37	2027/11/06	原始取得
498	御家汇	tingting	20658454	36	2027/11/06	原始取得
499	御家汇	tingting	20657961	30	2027/11/06	原始取得
500	御家汇	tingting	20650611	22	2027/11/20	原始取得
501	御家汇	tingting	20650062	17	2027/11/06	原始取得
502	御家汇	tingting	20649986	16	2027/12/06	原始取得
503	御家汇	tingting	20647235	13	2027/11/06	原始取得
504	御家汇	tingting	20647196	12	2027/11/06	原始取得
505	御家汇	tingting	20646806	10	2027/11/06	原始取得
506	御家汇	tingting	20646730	9	2027/11/06	原始取得
507	御家汇	tingting	20645652	5	2027/11/06	原始取得
508	御家汇	tingting	20645422	3	2027/11/06	原始取得
509	御家汇	花花草草 i Flograss	19831183	21	2027/06/20	原始取得
510	御家汇	御家汇	19589585	42	2027/05/27	原始取得
511	御家汇	御家汇	19589490	21	2027/05/27	原始取得
512	御家汇	御家汇	19589355	16	2027/05/27	原始取得
513	御家汇	花瑶花	19589159	21	2027/05/27	原始取得
514	御家汇	花瑶花	19587355	3	2027/05/27	原始取得
515	御家汇	师集家 师集长技以集师	19586991	21	2027/05/27	原始取得
516	御家汇	小迷糊	19585029	21	2027/05/27	原始取得

序号	权利人	注册商标	商标注册号	类型	有效期至	取得方式
517	御家汇	小迷糊	19585003	3	2027/05/27	原始取得
518	御家汇	tingting	20645167	2	2027/11/06	原始取得
519	御家汇	师集家 师集长技以集师	19586177	3	2027/05/27	原始取得

附件二：国产非特殊用途化妆品备案

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
1	御泥坊 红石榴矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2017001165	御家制造	2017/6/30
2	御泥坊 红石榴矿物养肤水	湘 G 妆网备字 2017001164	御家制造	2017/6/30
3	御泥坊 红石榴矿物养肤乳液	湘 G 妆网备字 2017001163	御家制造	2017/6/30
4	御泥坊 红石榴鲜活矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017001162	御家制造	2017/6/30
5	御泥坊 红石榴矿物面霜	湘 G 妆网备字 2017001161	御家制造	2017/6/30
6	御泥坊 玫瑰滋养矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2017001160	御家制造	2017/6/30
7	御泥坊 玫瑰滋养矿物润肤乳	湘 G 妆网备字 2017001159	御家制造	2017/6/30
8	御泥坊 玫瑰滋养矿物润肤水	湘 G 妆网备字 2017001158	御家制造	2017/6/30
9	御泥坊 玫瑰滋养矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017001157	御家制造	2017/6/30
10	御泥坊 清爽平衡矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2017001156	御家制造	2017/6/30
11	御泥坊 清爽平衡矿物爽肤乳	湘 G 妆网备字 2017001155	御家制造	2017/6/30
12	御泥坊 清爽平衡矿物爽肤水	湘 G 妆网备字 2017001154	御家制造	2017/6/30
13	御泥坊 清爽平衡矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017001153	御家制造	2017/6/30
14	御泥坊 葡萄籽鲜活亮肤矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2017001152	御家制造	2017/6/30
15	御泥坊 葡萄籽鲜活亮肤矿物柔肤乳液	湘 G 妆网备字 2017001151	御家制造	2017/6/30
16	御泥坊 葡萄籽鲜活亮肤矿物柔肤水	湘 G 妆网备字 2017001150	御家制造	2017/6/30
17	御泥坊 法国孚日山活泉澎湃水能润肤水	湘 G 妆网备字 2017001149	御家制造	2017/6/30
18	御泥坊 法国孚日山活泉澎湃水能润肤乳	湘 G 妆网备字 2017001148	御家制造	2017/6/30
19	御泥坊 法国孚日山活泉澎湃水能洁面乳	湘 G 妆网备字 2017001147	御家制造	2017/6/30
20	花瑶花 法国玫瑰自然水嫩睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017001136	御家制造	2017/6/29

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
21	师夷家 海藻芦荟晒后修护凝胶	湘 G 妆网备字 2017001127	御家制造	2017/6/29
22	小迷糊 酵母鲜活青春面膜	湘 G 妆网备字 2017001123	御家制造	2017/6/27
23	小迷糊 杏仁酸净澈焕肤面膜	湘 G 妆网备字 2017001122	御家制造	2017/6/27
24	御泥坊嫩肌酵素黑膜礼盒-倍清爽轻蔬酵素黑面膜	湘 G 妆网备字 2017001099	御家制造	2017/6/23
25	御泥坊嫩肌酵素黑膜礼盒-聚补水鲜果酵素黑面膜	湘 G 妆网备字 2017001098	御家制造	2017/6/23
26	御泥坊嫩肌酵素黑膜礼盒-深提亮谷物酵素黑面膜	湘 G 妆网备字 2017001097	御家制造	2017/6/23
27	御泥坊 黑珍珠盈润亮采黑面膜	湘 G 妆网备字 2017001096	御家制造	2017/6/23
28	小迷糊 麦卢卡蜂蜜黑面膜	湘 G 妆网备字 2017001095	御家制造	2017/6/23
29	御泥坊 海洋弹性蛋白矿物精华眼霜	湘 G 妆网备字 2017001042	御家制造	2017/6/19
30	花瑶花金银花舒缓净妍保湿喷雾	湘 G 妆网备字 2017001034	御家制造	2017/6/12
31	御泥坊 清透平衡矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017001016	御家制造	2017/6/12
32	御泥坊男士舒爽清透矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2017001009	御家制造	2017/6/12
33	御泥坊晶亮红石榴面膜	湘 G 妆网备字 2017001005	御家制造	2017/6/12
34	御泥坊玫瑰滋养面膜	湘 G 妆网备字 2017001003	御家制造	2017/6/12
35	御泥坊男士火山岩净透控油爽肤露	湘 G 妆网备字 2017000997	御家制造	2017/6/12
36	御泥坊 黑玫瑰璀璨亮颜矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000982	御家制造	2017/6/12
37	御泥坊男士竹炭净肤黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000972	御家制造	2017/6/5
38	花瑶花金银花舒缓净妍洁面粉	湘 G 妆网备字 2017000971	御家制造	2017/6/5
39	御泥坊清爽平衡矿物泥浆面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017000898	御家制造	2017/5/18
40	御泥坊黑茶修护新生矿物眼膜贴（出口）	湘 G 妆网备字 2017000897	御家制造	2017/5/18
41	御泥坊黑玫瑰矿物蚕丝面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017000896	御家制造	2017/5/18
42	御泥坊红石榴矿物蚕丝面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017000895	御家制造	2017/5/18

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
43	御泥坊清爽净透矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000844	御家制造	2017/5/17
44	师夷家 男士海洋驰爽补水蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000836	御家制造	2017/5/12
45	御泥坊黑玫瑰光感丝羽矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000835	御家制造	2017/5/12
46	御泥坊 茶树净痘爽肤矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000834	御家制造	2017/5/11
47	小迷糊水漾无瑕气垫粉凝霜	湘 G 妆网备字 2017000833	御家制造	2017/5/11
48	小迷糊复合玻尿酸补水竹炭面膜(出口）	湘 G 妆网备字 2017000832	御家制造	2017/5/11
49	御泥坊清爽平衡矿物蚕丝面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017000831	御家制造	2017/5/11
50	御泥坊 水光微精华矿物面膜	湘 G 妆网备字 2017000829	御家制造	2017/5/11
51	御泥坊水光微精华面膜	湘 G 妆网备字 2017000821	御家制造	2017/5/8
52	御泥坊男士珊瑚清痘控油洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000816	御家制造	2017/5/8
53	御泥坊 玫瑰水漾矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000815	御家制造	2017/5/3
54	御泥坊 玫瑰滋养矿物润肤乳	湘 G 妆网备字 2017000806	御家制造	2017/5/8
55	花瑶花 亮颜新肌色彩修容霜	湘 G 妆网备字 2017000802	御家制造	2017/5/3
56	花瑶花 繁花甜蜜润手霜【樱花】	湘 G 妆网备字 2017000801	御家制造	2017/5/3
57	御泥坊 黑茶修护矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000800	御家制造	2017/5/3
58	花瑶花 繁花水润护手霜【鸢尾花】	湘 G 妆网备字 2017000799	御家制造	2017/5/3
59	花瑶花 繁花鲜润护手霜【橙花】	湘 G 妆网备字 2017000798	御家制造	2017/5/3
60	师夷家 男士劲爽控油矿物洗颜泥	湘 G 妆网备字 2017000797	御家制造	2017/5/3
61	师夷家男士黑白双效面膜组合装-男士白芨水润保湿白膜	湘 G 妆网备字 2017000795	御家制造	2017/5/3
62	御泥坊 蜗牛原液活力修护矿物面膜	湘 G 妆网备字 2017000794	御家制造	2017/5/3
63	御泥坊 蜗牛原液细致护肤水凝面膜	湘 G 妆网备字 2017000793	御家制造	2017/5/2

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
64	御泥坊 蜂胶润透晶亮水凝面膜	湘 G 妆网备字 2017000792	御家制造	2017/5/2
65	御泥坊 鱼子酱紧致嫩弹水凝面膜	湘 G 妆网备字 2017000791	御家制造	2017/5/3
66	师夷家男士黑白双效面膜组合装-男士黑柳树皮清肌净颜黑膜	湘 G 妆网备字 2017000790	御家制造	2017/5/3
67	御泥坊蜂胶深润亮颜水凝面膜	湘 G 妆网备字 2017000789	御家制造	2017/5/3
68	花瑶花金银花舒缓润妍爽肤水	湘 G 妆网备字 2017000788	御家制造	2017/5/3
69	花瑶花金银花舒缓润妍乳液	湘 G 妆网备字 2017000787	御家制造	2017/5/3
70	花瑶花 金银花舒缓润妍洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000786	御家制造	2017/5/3
71	花瑶花金银花舒缓润妍精华凝露	湘 G 妆网备字 2017000785	御家制造	2017/5/3
72	花瑶花黑米亲润亮肤面膜	湘 G 妆网备字 2017000780	御家制造	2017/5/3
73	御泥坊鱼子酱细致幼滑水凝面膜	湘 G 妆网备字 2017000779	御家制造	2017/5/3
74	小迷糊 黑珍珠玲珑透亮黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000773	御家制造	2017/5/2
75	御泥坊 男士黑茶净爽沐浴露	湘 G 妆网备字 2017000772	御家制造	2017/5/2
76	花瑶花 水光新肌气垫霜	湘 G 妆网备字 2017000767	御家制造	2017/5/2
77	师夷家清透控油爽肤水	湘 G 妆网备字 2017000766	御家制造	2017/5/2
78	花瑶花法国玫瑰自然水嫩洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000765	御家制造	2017/5/2
79	小迷糊牛奶丝滑雪肌蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000764	御家制造	2017/5/2
80	小迷糊谷物胚芽焕活黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000763	御家制造	2017/5/2
81	御泥坊绿茶矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000762	御家制造	2017/5/2
82	御泥坊 亮颜光感矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000756	御家制造	2017/4/28
83	师夷家祛痘平衡精华乳	湘 G 妆网备字 2017000741	御家制造	2017/4/28
84	师夷家祛痘平衡精华水	湘 G 妆网备字 2017000740	御家制造	2017/4/28
85	师夷家清透控油洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000739	御家制造	2017/4/28
86	花瑶花 雪绒花纯净特安洁	湘 G 妆网备字 2017000737	御家制造	2017/4/28

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
	面霜			
87	花瑶花 雪绒花纯净特安精华水	湘 G 妆网备字 2017000736	御家制造	2017/4/28
88	花瑶花 繁花炭黑绿洲面膜【仙人掌花】	湘 G 妆网备字 2017000734	御家制造	2017/4/28
89	小迷糊橄榄水滢嫩滑蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000716	御家制造	2017/4/28
90	御泥坊玉润雪肌黑白膜盒-双弹润胶原蛋白面膜	湘 G 妆网备字 2017000708	御家制造	2017/4/27
91	御泥坊芦荟矿物净痘膏	湘 G 妆网备字 2017000707	御家制造	2017/4/27
92	御泥坊男士黑茶清爽矿物面膜	湘 G 妆网备字 2017000705	御家制造	2017/4/27
93	御泥坊玉润雪肌黑白膜盒-高保湿玻尿酸黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000703	御家制造	2017/6/12
94	御泥坊紧致臻颜娇宠矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000702	御家制造	2017/4/27
95	御泥坊 男士火山泥清洁控油泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000701	御家制造	2017/4/27
96	小迷糊蜂蜜锁水润肤蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000700	御家制造	2017/4/27
97	御泥坊黑茶修护新生矿物眼膜贴	湘 G 妆网备字 2017000699	御家制造	2017/4/27
98	御泥坊 净透清爽矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000698	御家制造	2017/4/27
99	御泥坊紧致明眸水润眼膜贴	湘 G 妆网备字 2017000697	御家制造	2017/4/27
100	师夷家海藻芦荟晒后修护凝胶	湘 G 妆网备字 2017000696	御家制造	2017/4/27
101	师夷家亮肤净颜洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000695	御家制造	2017/4/27
102	师夷家亮肤净颜精华乳	湘 G 妆网备字 2017000694	御家制造	2017/4/27
103	师夷家亮肤净颜精华水	湘 G 妆网备字 2017000693	御家制造	2017/4/26
104	师夷家 男士巴拉圭茶控油洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000692	御家制造	2017/4/27
105	师夷家黑茶补水控油睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000691	御家制造	2017/4/27
106	师夷家男士活泉净痘面膜贴	湘 G 妆网备字 2017000690	御家制造	2017/4/27
107	师夷家男士紧致活肤面膜贴	湘 G 妆网备字 2017000689	御家制造	2017/4/27
108	师夷家 男士劲爽控油面膜贴	湘 G 妆网备字 2017000688	御家制造	2017/4/27

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
109	师夷家男士控油净肤竹炭面膜	湘 G 妆网备字 2017000687	御家制造	2017/4/27
110	师夷家 男士矿物泥控油洗面奶	湘 G 妆网备字 2017000686	御家制造	2017/4/27
111	师夷家男士毛孔细致面膜贴	湘 G 妆网备字 2017000685	御家制造	2017/4/27
112	师夷家男士清畅净透矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000684	御家制造	2017/4/27
113	御泥坊 多糖肌润赋活生物纤维面膜	湘 G 妆网备字 2017000683	御家制造	2017/4/27
114	御泥坊 多肽紧致赋活生物纤维面膜	湘 G 妆网备字 2017000682	御家制造	2017/4/27
115	御泥坊 排浊补水睡莲矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000680	御家制造	2017/4/27
116	小迷糊 牛油果倍润滋养护手霜	湘 G 妆网备字 2017000660	御家制造	2017/4/26
117	小迷糊 红石榴充盈弹润机能乳液	湘 G 妆网备字 2017000650	御家制造	2017/4/26
118	小迷糊红石榴充盈弹润机能水	湘 G 妆网备字 2017000649	御家制造	2017/4/26
119	小迷糊红石榴充盈弹润睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000648	御家制造	2017/4/26
120	花瑶花 百合水润滋养洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000647	御家制造	2017/4/25
121	小迷糊 牛奶柔滑亮肤睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000646	御家制造	2017/4/26
122	小迷糊清润舒活泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000645	御家制造	2017/4/26
123	小迷糊清润舒活爽肤水	湘 G 妆网备字 2017000644	御家制造	2017/4/26
124	小迷糊 洋甘菊睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000643	御家制造	2017/4/26
125	花瑶花白茶水油均衡精华液	湘 G 妆网备字 2017000641	御家制造	2017/4/25
126	花瑶花百合水润滋养精华液	湘 G 妆网备字 2017000640	御家制造	2017/4/25
127	花瑶花金银花舒缓润妍精油睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000639	御家制造	2017/4/25
128	小迷糊芦荟泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000638	御家制造	2017/4/25
129	御泥坊蓝莓弹润紧肤矿物面膜	湘 G 妆网备字 2017000637	御家制造	2017/4/25
130	花瑶花白茶清爽净彻卸妆水	湘 G 妆网备字 2017000636	御家制造	2017/4/25
131	御泥坊紧致臻颜娇宠矿物热能面膜	湘 G 妆网备字 2017000635	御家制造	2017/4/24

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
132	御泥坊自然绿豆泥面膜	湘 G 妆网备字 2017000634	御家制造	2017/4/24
133	御泥坊 法国珍珠藻清透亮颜面膜	湘 G 妆网备字 2017000633	御家制造	2017/4/24
134	御泥坊 男士火山泥清洁控油洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000632	御家制造	2017/4/24
135	御泥坊 光感璀璨皙妍睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000631	御家制造	2017/4/24
136	御泥坊矿物养肤霜（清爽型）	湘 G 妆网备字 2017000630	御家制造	2017/4/24
137	御泥坊蜂蜜水莹甜润矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000628	御家制造	2017/4/24
138	御泥坊 埃及洛神花紧致焕采面膜	湘 G 妆网备字 2017000627	御家制造	2017/4/24
139	御泥坊 光感璀璨皙妍洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000626	御家制造	2017/4/24
140	御泥坊 光感璀璨皙妍面膜	湘 G 妆网备字 2017000625	御家制造	2017/4/24
141	御泥坊澳洲茶树祛痘净肤泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000624	御家制造	2017/4/24
142	御泥坊 光感璀璨皙妍嫩肤乳	湘 G 妆网备字 2017000623	御家制造	2017/4/24
143	御泥坊 光感璀璨皙妍嫩肤水	湘 G 妆网备字 2017000622	御家制造	2017/4/24
144	御泥坊红石榴鲜活矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000617	御家制造	2017/4/24
145	御泥坊海洋水漾透润面膜	湘 G 妆网备字 2017000616	御家制造	2017/4/24
146	御泥坊 男士珊瑚清透控油面膜	湘 G 妆网备字 2017000615	御家制造	2017/4/24
147	御泥坊黑玫瑰晶亮幼滑黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000614	御家制造	2017/4/24
148	御泥坊 红参蜗牛特润修护精华洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000613	御家制造	2017/4/24
149	御泥坊清爽平衡矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000612	御家制造	2017/4/24
150	御泥坊 红参蜗牛特润修护精华面膜	湘 G 妆网备字 2017000611	御家制造	2017/4/24
151	御泥坊 红参蜗牛特润修护精华眼霜	湘 G 妆网备字 2017000609	御家制造	2017/4/24
152	御泥坊 水光新肌矿物面膜	湘 G 妆网备字 2017000603	御家制造	2017/4/24
153	小迷糊清润舒活爽肤乳液	湘 G 妆网备字 2017000602	御家制造	2017/4/24

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
154	小迷糊玫瑰鲜萃凝润柔肤乳液	湘 G 妆网备字 2017000601	御家制造	2017/4/24
155	小迷糊 玫瑰鲜萃凝润睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000600	御家制造	2017/4/24
156	御泥坊 红参蜗牛特润修护精华养肤乳	湘 G 妆网备字 2017000599	御家制造	2017/4/24
157	御泥坊 红参蜗牛特润修护精华养肤水	湘 G 妆网备字 2017000598	御家制造	2017/4/24
158	御泥坊紧致娇容矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000597	御家制造	2017/4/24
159	御泥坊绿豆原浆泥面膜	湘 G 妆网备字 2017000596	御家制造	2017/4/24
160	御泥坊玫瑰水漾矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000595	御家制造	2017/4/24
161	御泥坊 深层清洁矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000594	御家制造	2017/4/24
162	御泥坊 水光轻灵焕采面膜	湘 G 妆网备字 2017000593	御家制造	2017/4/24
163	花瑶花百合水润滋养精华水	湘 G 妆网备字 2017000584	御家制造	2017/4/21
164	御泥坊红参蜗牛特润修护精华睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000583	御家制造	2017/4/21
165	御泥坊玫瑰鲜润矿物面膜	湘 G 妆网备字 2017000582	御家制造	2017/4/21
166	御泥坊 水光微精华酵素面膜	湘 G 妆网备字 2017000579	御家制造	2017/4/21
167	御泥坊瞬采润肌微囊补水面膜	湘 G 妆网备字 2017000577	御家制造	2017/4/21
168	花瑶花百合水润滋养精华霜	湘 G 妆网备字 2017000576	御家制造	2017/4/21
169	花瑶花百合水润滋养精华乳	湘 G 妆网备字 2017000575	御家制造	2017/4/21
170	御泥坊芦荟补水保湿凝胶	湘 G 妆网备字 2017000574	御家制造	2017/4/21
171	御泥坊瞬采亮肌微囊提亮面膜	湘 G 妆网备字 2017000571	御家制造	2017/4/21
172	御泥坊 瞬采微囊水活面膜	湘 G 妆网备字 2017000570	御家制造	2017/4/21
173	御泥坊 瞬采微囊透亮面膜	湘 G 妆网备字 2017000569	御家制造	2017/4/21
174	御泥坊薰衣草自然矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000568	御家制造	2017/4/21
175	御泥坊 竹萃爽肤矿物面膜	湘 G 妆网备字 2017000566	御家制造	2017/4/21
176	花瑶花白茶水油均衡乳液	湘 G 妆网备字 2017000565	御家制造	2017/4/21
177	师夷家 男士瑞士黑燕麦深	湘 G 妆网备字 2017000564	御家制造	2017/4/21

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
	透保湿洁面乳			
178	御泥坊透亮红酒酵力面膜	湘 G 妆网备字 2017000563	御家制造	2017/4/21
179	师夷家男士劲爽控油矿物爽肤水	湘 G 妆网备字 2017000562	御家制造	2017/4/21
180	师夷家男士劲爽控油矿物爽肤乳	湘 G 妆网备字 2017000561	御家制造	2017/4/21
181	御泥坊 银杏亮采矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000534	御家制造	2017/4/21
182	御泥坊男士劲能亮采矿物面膜	湘 G 妆网备字 2017000533	御家制造	2017/4/21
183	御泥坊海洋弹性蛋白矿物精华眼霜	湘 G 妆网备字 2017000532	御家制造	2017/4/21
184	御泥坊 男士白茶控油面膜	湘 G 妆网备字 2017000528	御家制造	2017/4/21
185	御泥坊 男士净畅黑头泥浆鼻膜	湘 G 妆网备字 2017000527	御家制造	2017/4/21
186	御泥坊男士黑茶清爽控油矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000526	御家制造	2017/4/21
187	御泥坊 男士茶树清痘净爽泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000525	御家制造	2017/4/21
188	御泥坊 男士炫活亮肤洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000524	御家制造	2017/4/21
189	御泥坊男士补水活力矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000523	御家制造	2017/4/21
190	御泥坊男士竹炭清爽控油矿物面膜	湘 G 妆网备字 2017000522	御家制造	2017/4/21
191	御泥坊男士酷爽净痘矿物面膜	湘 G 妆网备字 2017000521	御家制造	2017/4/21
192	御泥坊男士冰川深润补水面膜	湘 G 妆网备字 2017000520	御家制造	2017/4/21
193	御泥坊男士橄榄石畅透亮肤黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000519	御家制造	2017/4/21
194	御泥坊男士海盐炫活亮肤面膜	湘 G 妆网备字 2017000518	御家制造	2017/4/21
195	御泥坊男士海藻补水面膜	湘 G 妆网备字 2017000517	御家制造	2017/4/21
196	御泥坊 男士红盐活力爽肤面膜	湘 G 妆网备字 2017000516	御家制造	2017/4/21
197	御泥坊男士深海水动力面膜	湘 G 妆网备字 2017000515	御家制造	2017/4/21
198	御泥坊 男士火山岩净透控油黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000514	御家制造	2017/4/21

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
199	御泥坊男士炫活亮肤晶露	湘 G 妆网备字 2017000513	御家制造	2017/4/21
200	御泥坊男士炫活亮肤凝乳	湘 G 妆网备字 2017000512	御家制造	2017/4/21
201	花瑶花金银花舒缓净透卸妆油	湘 G 妆网备字 2017000507	御家制造	2017/4/14
202	御泥坊薰衣草泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000506	御家制造	2017/4/14
203	御泥坊光感皙妍矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000505	御家制造	2017/4/14
204	御泥坊光感皙妍矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000504	御家制造	2017/4/14
205	御泥坊银杏亮采矿物柔肤乳液	湘 G 妆网备字 2017000503	御家制造	2017/4/14
206	御泥坊蜂蜜矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000502	御家制造	2017/4/14
207	御泥坊蜂蜜矿物润肤水	湘 G 妆网备字 2017000501	御家制造	2017/4/14
208	御泥坊氨基酸温和净透洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000500	御家制造	2017/4/14
209	御泥坊 绿茶泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000499	御家制造	2017/4/14
210	御泥坊红酒透亮矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000498	御家制造	2017/4/14
211	御泥坊红酒透亮矿物养肤乳液	湘 G 妆网备字 2017000497	御家制造	2017/4/14
212	御泥坊 薰衣草矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000494	御家制造	2017/4/13
213	御泥坊蜂蜜泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000493	御家制造	2017/4/13
214	御泥坊红豆薏米面膜	湘 G 妆网备字 2017000492	御家制造	2017/4/13
215	御泥坊胶原蛋白弹润矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000491	御家制造	2017/4/13
216	御泥坊 人参矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000490	御家制造	2017/4/13
217	御泥坊丝滑莹润矿物护手霜	湘 G 妆网备字 2017000489	御家制造	2017/4/13
218	御泥坊燕麦酸奶面膜	湘 G 妆网备字 2017000488	御家制造	2017/4/13
219	御泥坊芦荟矿物洁面膏	湘 G 妆网备字 2017000487	御家制造	2017/4/13
220	御泥坊薰衣草矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000486	御家制造	2017/4/13
221	御泥坊黑玫瑰矿物精华液	湘 G 妆网备字 2017000485	御家制造	2017/4/13
222	御泥坊黑玫瑰矿物柔肤乳液	湘 G 妆网备字 2017000484	御家制造	2017/4/13
223	御泥坊 黑玫瑰矿物柔肤水	湘 G 妆网备字 2017000483	御家制造	2017/4/13

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
224	花瑶花法国玫瑰自然水嫩柔肤乳	湘 G 妆网备字 2017000482	御家制造	2017/4/13
225	小迷糊大米自然理肤蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000481	御家制造	2017/4/13
226	小迷糊胡萝卜红润活力面膜	湘 G 妆网备字 2017000480	御家制造	2017/4/13
227	小迷糊青瓜清透补水蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000479	御家制造	2017/4/13
228	小迷糊 豌豆清透柔肤面膜	湘 G 妆网备字 2017000462	御家制造	2017/4/11
229	御泥坊银杏亮采矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000459	御家制造	2017/4/11
230	小迷糊海藻补水润肤蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000458	御家制造	2017/4/11
231	御泥坊红酒透亮矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000457	御家制造	2017/4/11
232	御泥坊银杏亮采矿物柔肤水	湘 G 妆网备字 2017000456	御家制造	2017/4/11
233	花瑶花法国玫瑰自然水嫩纯露	湘 G 妆网备字 2017000455	御家制造	2017/4/27
234	御泥坊薰衣草矿物柔肤乳液	湘 G 妆网备字 2017000454	御家制造	2017/4/11
235	御泥坊光感皙妍矿物柔肤水	湘 G 妆网备字 2017000453	御家制造	2017/4/11
236	小迷糊黑珍珠莹润亮颜肌密黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000452	御家制造	2017/4/11
237	小迷糊黑茶清透平衡肌密黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000451	御家制造	2017/4/11
238	御泥坊男士黑茶控油矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000449	御家制造	2017/4/11
239	御泥坊 男士深海水动力爽肤水	湘 G 妆网备字 2017000448	御家制造	2017/4/11
240	御泥坊 男士深海水动力爽肤乳	湘 G 妆网备字 2017000447	御家制造	2017/4/27
241	御泥坊光感皙妍矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000446	御家制造	2017/4/11
242	御泥坊光感皙妍矿物柔肤乳液	湘 G 妆网备字 2017000445	御家制造	2017/4/11
243	御泥坊黑玫瑰矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000444	御家制造	2017/4/11
244	御泥坊紧致臻颜娇宠矿物柔肤水	湘 G 妆网备字 2017000443	御家制造	2017/4/11
245	御泥坊紧致臻颜娇宠矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000442	御家制造	2017/4/11
246	花瑶花白茶水油均衡爽肤水	湘 G 妆网备字 2017000441	御家制造	2017/4/27

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
247	御泥坊男士火山岩净畅黑头鼻膜贴	湘 G 妆网备字 2017000440	御家制造	2017/4/11
248	小迷糊墨藻深透水润肌密黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000437	御家制造	2017/4/11
249	小迷糊番茄剔透亮采面膜	湘 G 妆网备字 2017000436	御家制造	2017/4/11
250	御泥坊 玫瑰精油水润花瓣面膜	湘 G 妆网备字 2017000435	御家制造	2017/4/11
251	御泥坊 红石榴矿物眼霜	湘 G 妆网备字 2017000432	御家制造	2017/4/11
252	师夷家 男士劲爽香氛	湘 G 妆网备字 2017000431	御家制造	2017/4/11
253	御泥坊红酒透亮矿物养肤水	湘 G 妆网备字 2017000430	御家制造	2017/4/11
254	御泥坊黑加仑鲜嫩亮采黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000429	御家制造	2017/4/10
255	御泥坊 红石榴矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000428	御家制造	2017/4/10
256	御泥坊男士深海水动力洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000427	御家制造	2017/4/10
257	御泥坊清爽平衡矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000426	御家制造	2017/4/10
258	御泥坊薰衣草矿物柔肤水	湘 G 妆网备字 2017000425	御家制造	2017/4/10
259	御泥坊海洋冰川洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000424	御家制造	2017/4/6
260	御泥坊海洋冰川沁肌乳	湘 G 妆网备字 2017000423	御家制造	2017/4/5
261	御泥坊海洋冰川沁肌水	湘 G 妆网备字 2017000422	御家制造	2017/4/5
262	师夷家男士瑞士黑燕麦深透保湿须后水	湘 G 妆网备字 2017000421	御家制造	2017/4/5
263	小迷糊氨基酸温润净颜洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000420	御家制造	2017/4/5
264	御泥坊 美国莳萝弹润细肤活力面膜	湘 G 妆网备字 2017000419	御家制造	2017/4/5
265	御泥坊法国嫩芽赋活亲肤补水面膜	湘 G 妆网备字 2017000417	御家制造	2017/4/5
266	小迷糊玫瑰鲜萃凝润柔肤水	湘 G 妆网备字 2017000416	御家制造	2017/4/5
267	小迷糊牛奶柔滑亮肤精华乳液	湘 G 妆网备字 2017000413	御家制造	2017/4/5
268	小迷糊牛奶柔滑亮肤精华水	湘 G 妆网备字 2017000412	御家制造	2017/4/5
269	御泥坊 红酒透亮矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000411	御家制造	2017/4/5
270	御泥坊盈透美肌黑膜套装-葡	湘 G 妆网备字 2017000410	御家制造	2017/4/5

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
	萄籽晶亮弹嫩黑面膜			
271	御泥坊盈透美肌黑膜套装-黑茶水感透润黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000409	御家制造	2017/4/5
272	御泥坊矿物精华乳液	湘 G 妆网备字 2017000407	御家制造	2017/4/5
273	御泥坊盈透美肌黑膜套装-清爽平衡矿物黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000402	御家制造	2017/4/5
274	御泥坊葡萄籽鲜活亮肤矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000380	御家制造	2017/4/5
275	御泥坊 葡萄籽鲜活亮肤矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000379	御家制造	2017/4/5
276	御泥坊葡萄籽鲜活亮肤矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000376	御家制造	2017/4/5
277	御泥坊男士玉石紧致细肤水凝面膜	湘 G 妆网备字 2017000375	御家制造	2017/4/5
278	御泥坊 男士碧玺滋养修护水凝面膜	湘 G 妆网备字 2017000374	御家制造	2017/4/5
279	师夷家男士瑞士黑燕麦深透保湿蓝露	湘 G 妆网备字 2017000373	御家制造	2017/4/5
280	御泥坊 玻尿酸水润矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000363	御家制造	2017/4/5
281	御泥坊玫瑰水漾矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000362	御家制造	2017/4/5
282	御泥坊黑玫瑰璀璨亮颜矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000361	御家制造	2017/4/5
283	御泥坊金桂花矿物眼膜贴	湘 G 妆网备字 2017000333	御家制造	2017/3/31
284	御泥坊玫瑰滋养矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000332	御家制造	2017/3/31
285	御泥坊睡莲水润净透矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000331	御家制造	2017/3/31
286	御泥坊法国孚日山活泉澎湃水能洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000330	御家制造	2017/3/31
287	御泥坊黑茶水滢净润黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000329	御家制造	2017/3/31
288	小迷糊 复合玻尿酸补水竹炭面膜	湘 G 妆网备字 2017000328	御家制造	2017/3/31
289	御泥坊竹炭净透矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000327	御家制造	2017/3/31
290	御泥坊黑糖清透净颜黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000314	御家制造	2017/3/28
291	御泥坊 葡萄籽鲜活亮肤矿物柔肤乳液	湘 G 妆网备字 2017000313	御家制造	2017/3/28

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
292	小迷糊辅酶 Q10 细致俏脸面膜	湘 G 妆网备字 2017000312	御家制造	2017/3/28
293	小迷糊 VC 光泽透亮面膜	湘 G 妆网备字 2017000305	御家制造	2017/3/27
294	小迷糊蜜桃补水清润蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000304	御家制造	2017/3/27
295	小迷糊西柚清新保湿蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000303	御家制造	2017/3/27
296	御泥坊嫩肌酵素黑膜礼盒-深提亮谷物酵素黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000301	御家制造	2017/3/27
297	御泥坊嫩肌酵素黑膜礼盒-聚补水鲜果酵素黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000300	御家制造	2017/3/27
298	师夷家祛痘净颜笔	湘 G 妆网备字 2017000299	御家制造	2017/3/27
299	御泥坊葡萄籽鲜活亮肤矿物柔肤水	湘 G 妆网备字 2017000298	御家制造	2017/3/27
300	御泥坊男士黑茶控油矿物保湿露	湘 G 妆网备字 2017000297	御家制造	2017/3/27
301	小迷糊 氨基酸注水补湿面膜	湘 G 妆网备字 2017000295	御家制造	2017/3/27
302	御泥坊嫩肌酵素黑膜礼盒-倍清爽轻蔬酵素黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000294	御家制造	2017/3/27
303	御泥坊紧致臻颜娇宠矿物面霜	湘 G 妆网备字 2017000280	御家制造	2017/3/24
304	御泥坊光感璀璨皙妍精华霜	湘 G 妆网备字 2017000279	御家制造	2017/3/24
305	御泥坊光感璀璨皙妍精华眼霜	湘 G 妆网备字 2017000278	御家制造	2017/3/24
306	小迷糊谷米晶亮眼膜贴	湘 G 妆网备字 2017000277	御家制造	2017/3/24
307	御泥坊法国火山紧致绿泥面膜	湘 G 妆网备字 2017000276	御家制造	2017/3/24
308	御泥坊法国孚日山活泉澎湃水能润肤乳	湘 G 妆网备字 2017000275	御家制造	2017/3/24
309	御泥坊甜橙晶透亮颜矿物面膜	湘 G 妆网备字 2017000274	御家制造	2017/3/24
310	御泥坊黑玫瑰矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000273	御家制造	2017/3/24
311	御泥坊睡莲水润净透矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000272	御家制造	2017/3/24
312	御泥坊 银杏亮采矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000271	御家制造	2017/6/12
313	御泥坊玫瑰滋养矿物润肤乳	湘 G 妆网备字 2017000270	御家制造	2017/3/24

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
314	御泥坊黑珍珠盈润亮采黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000269	御家制造	2017/3/24
315	花瑶花白茶深层清洁卸妆油	湘 G 妆网备字 2017000268	御家制造	2017/3/24
316	御泥坊红石榴矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000256	御家制造	2017/3/17
317	小迷糊皙嫩雪肌洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000255	御家制造	2017/3/20
318	小迷糊玻尿酸深层清洁保湿洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000247	御家制造	2017/3/17
319	小迷糊玻尿酸深透补水精华水	湘 G 妆网备字 2017000246	御家制造	2017/3/17
320	小迷糊玻尿酸深透补水精华乳	湘 G 妆网备字 2017000236	御家制造	2017/3/17
321	小迷糊玻尿酸深透补水爆水霜	湘 G 妆网备字 2017000235	御家制造	2017/3/17
322	御泥坊红石榴矿物面霜	湘 G 妆网备字 2017000234	御家制造	2017/3/17
323	御泥坊清爽平衡矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000233	御家制造	2017/3/17
324	御泥坊清爽平衡矿物爽肤水	湘 G 妆网备字 2017000232	御家制造	2017/3/17
325	御泥坊蜂蜜水莹甜润矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000231	御家制造	2017/3/17
326	御泥坊矿物泥浆鼻膜	湘 G 妆网备字 2017000230	御家制造	2017/3/17
327	御泥坊黑玫瑰泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000215	御家制造	2017/3/17
328	御泥坊 奇异果清爽净透面膜	湘 G 妆网备字 2017000214	御家制造	2017/3/17
329	御泥坊清爽平衡矿物爽肤乳	湘 G 妆网备字 2017000213	御家制造	2017/3/17
330	花瑶花金银花舒缓净透卸妆水	湘 G 妆网备字 2017000212	御家制造	2017/3/17
331	御泥坊睡莲水润净透矿物养肤乳液	湘 G 妆网备字 2017000211	御家制造	2017/3/17
332	御泥坊 覆盆子柔润亮采面膜	湘 G 妆网备字 2017000210	御家制造	2017/3/17
333	御泥坊玫瑰滋养矿物润肤水	湘 G 妆网备字 2017000209	御家制造	2017/3/17
334	御泥坊矿物精华水	湘 G 妆网备字 2017000208	御家制造	2017/3/17
335	御泥坊牛油果水润亲肤黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000207	御家制造	2017/3/17
336	御泥坊蜂蜜矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000206	御家制造	2017/3/17
337	御泥坊瑞士欧锦葵深补水修	湘 G 妆网备字 2017000205	御家制造	2017/3/18

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
	护面膜			
338	御泥坊黑玫瑰矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2017000203	御家制造	2017/3/17
339	御泥坊睡莲水润净透矿物保湿水	湘 G 妆网备字 2017000202	御家制造	2017/3/17
340	御泥坊水蜜桃鲜嫩水漾面膜	湘 G 妆网备字 2017000201	御家制造	2017/3/17
341	御泥坊芦荟泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000200	御家制造	2017/3/17
342	御泥坊芦荟矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000199	御家制造	2017/3/17
343	御泥坊 玫瑰滋养矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000198	御家制造	2017/3/13
344	御泥坊 红石榴矿物养肤水	湘 G 妆网备字 2017000197	御家制造	2017/3/13
345	御泥坊 红石榴矿物养肤乳液	湘 G 妆网备字 2017000196	御家制造	2017/3/13
346	御泥坊黑玫瑰璀璨亮颜矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000195	御家制造	2017/3/13
347	御泥坊精华水分光感气垫霜	湘 G 妆网备字 2017000194	御家制造	2017/3/13
348	御泥坊 清透平衡矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000193	御家制造	2017/3/17
349	御泥坊竹萃清爽矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000180	御家制造	2017/3/13
350	御泥坊矿物养肤霜（滋润型）	湘 G 妆网备字 2017000169	御家制造	2017/3/10
351	御泥坊玫瑰滋养矿物身体乳（滋润型）	湘 G 妆网备字 2017000168	御家制造	2017/3/10
352	御泥坊光感璀璨皙妍精华液	湘 G 妆网备字 2017000167	御家制造	2017/3/10
353	御泥坊樱桃鲜润补水矿物面膜	湘 G 妆网备字 2017000164	御家制造	2017/3/10
354	御泥坊 葡萄籽琉璃亮颜黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000157	御家制造	2017/3/3
355	御泥坊柠檬鲜萃净颜矿物面膜	湘 G 妆网备字 2017000156	御家制造	2017/3/3
356	御泥坊法国孚日山活泉澎湃水能润肤水	湘 G 妆网备字 2017000155	御家制造	2017/3/3
357	小迷糊 樱桃柔嫩亮颜蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000154	御家制造	2017/3/3
358	御泥坊茶树净痘矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000153	御家制造	2017/3/3
359	御泥坊银杏亮采矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000147	御家制造	2017/3/3

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
360	御泥坊 矿物养肤霜（清爽型）	湘 G 妆网备字 2017000146	御家制造	2017/3/3
361	小迷糊麦卢卡蜂蜜黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000137	御家制造	2017/2/23
362	御泥坊清爽平衡矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000113	御家制造	2017/2/23
363	御泥坊光感皙妍矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000112	御家制造	2017/2/23
364	御泥坊 蜂蜜矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000111	御家制造	2017/2/23
365	御泥坊人参矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000110	御家制造	2017/2/23
366	御泥坊薰衣草矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000109	御家制造	2017/2/23
367	御泥坊 清爽净透矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000084	御家制造	2017/2/6
368	御泥坊玫瑰水漾矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000049	御家制造	2017/1/18
369	御泥坊 黑玫瑰璀璨亮颜矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000048	御家制造	2017/1/18
370	御泥坊 黑玫瑰璀璨亮颜矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017000047	御家制造	2017/1/18
371	御泥坊清透平衡矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000043	御家制造	2017/1/18
372	御泥坊 茶树净痘矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017000035	御家制造	2017/1/18
373	御泥坊盈透美肌黑膜套装-清爽平衡矿物黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000034	御家制造	2017/1/18
374	御泥坊盈透美肌黑膜套装-葡萄籽晶亮弹嫩黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000033	御家制造	2017/1/18
375	御泥坊盈透美肌黑膜套装-黑茶水感透润黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000032	御家制造	2017/1/18
376	御泥坊嫩肌酵素黑膜礼盒-深提亮谷物酵素黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000031	御家制造	2017/1/18
377	御泥坊嫩肌酵素黑膜礼盒-聚补水鲜果酵素黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000030	御家制造	2017/1/18
378	御泥坊嫩肌酵素黑膜礼盒-倍清爽轻蔬酵素黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000029	御家制造	2017/1/18
379	师夷家 海藻芦荟晒后修护凝胶	湘 G 妆网备字 2017000028	御家制造	2017/1/18
380	御泥坊樱桃鲜润补水矿物面膜	湘 G 妆网备字 2017000021	御家制造	2017/1/11
381	御泥坊 黑加仑鲜嫩亮采黑面膜	湘 G 妆网备字 2017000018	御家制造	2017/1/11

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
382	御泥坊甜橙晶透亮颜矿物面膜	湘 G 妆网备字 2017000017	御家制造	2017/1/11
383	御泥坊 蓝莓弹润紧肤矿物面膜	湘 G 妆网备字 2017000016	御家制造	2017/1/11
384	御泥坊男士火山岩净畅黑头鼻膜贴	湘 G 妆网备字 2016001238	御家制造	2016/12/30
385	御泥坊黑糖清透净颜黑面膜	湘 G 妆网备字 2016001195	御家制造	2016/12/13
386	御泥坊黑珍珠盈润亮采黑面膜	湘 G 妆网备字 2016001194	御家制造	2016/12/13
387	御泥坊牛油果水润亲肤黑面膜	湘 G 妆网备字 2016001193	御家制造	2016/12/13
388	御泥坊红石榴矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016001188	御家制造	2016/12/08
389	御泥坊百合补水凝润矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016001187	御家制造	2016/12/08
390	御泥坊亮颜光感矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016001186	御家制造	2016/12/08
391	御泥坊薰衣草矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016001185	御家制造	2016/12/08
392	御泥坊葡萄籽鲜活亮肤矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016001184	御家制造	2016/12/08
393	御泥坊胶原蛋白弹润矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016001183	御家制造	2016/12/08
394	御泥坊玻尿酸水润矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016001182	御家制造	2016/12/08
395	御泥坊玫瑰滋养矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016001181	御家制造	2016/12/08
396	御泥坊多糖肌润赋活生物纤维面膜	湘 G 妆网备字 2016001178	御家制造	2016/12/06
397	御泥坊多肽紧致赋活生物纤维面膜	湘 G 妆网备字 2016001177	御家制造	2016/12/06
398	御泥坊男士玉石紧致细肤水凝面膜	湘 G 妆网备字 2016001176	御家制造	2016/12/06
399	御泥坊男士碧玺滋养修护水凝面膜	湘 G 妆网备字 2016001175	御家制造	2016/12/05
400	小迷糊复合玻尿酸补水竹炭面膜	湘 G 妆网备字 2016001174	御家制造	2016/11/30
401	小迷糊玻尿酸深透补水爆水霜	湘 G 妆网备字 2016001171	御家制造	2016/11/30
402	师夷家男士黑白膜组合装-男士白芨水润保湿白膜	湘 G 妆网备字 2016001163	御家制造	2016/11/25
403	师夷家男士黑白膜组合装-男	湘 G 妆网备字 2016001162	御家制造	2016/11/25

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
	士黑柳树皮清肌净颜黑膜			
404	御泥坊紧致娇容矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016001145	御家制造	2016/11/17
405	御泥坊水光新肌矿物面膜	湘 G 妆网备字 2016001144	御家制造	2016/11/17
406	御泥坊瞬采微囊水活面膜	湘 G 妆网备字 2016001133	御家制造	2016/11/16
407	御泥坊瞬采微囊透亮面膜	湘 G 妆网备字 2016001132	御家制造	2016/11/16
408	花瑶花水光新肌气垫霜	湘 G 妆网备字 2016001131	御家制造	2016/11/16
409	御泥坊男士海藻补水面膜	湘 G 妆网备字 2016001130	御家制造	2016/11/16
410	师夷家男士活泉净痘矿物洗颜泥	湘 G 妆网备字 2016001129	御家制造	2016/11/16
411	师夷家男士活泉净痘矿物柔肤乳	湘 G 妆网备字 2016001128	御家制造	2016/11/16
412	师夷家男士活泉净痘矿物柔肤水	湘 G 妆网备字 2016001127	御家制造	2016/11/16
413	师夷家男士动能炫活矿物爽肤水	湘 G 妆网备字 2016001126	御家制造	2016/11/16
414	御泥坊清爽平衡矿物精华液	湘 G 妆网备字 2016001124	御家制造	2016/11/16
415	小迷糊黑巧克力冰凝舒缓蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016001123	御家制造	2016/11/16
416	御泥坊蜗牛原液细致护肤水凝面膜	湘 G 妆网备字 2016001122	御家制造	2016/11/16
417	御泥坊蜂胶润透晶亮水凝面膜	湘 G 妆网备字 2016001121	御家制造	2016/11/16
418	御泥坊鱼子酱紧致嫩弹水凝面膜	湘 G 妆网备字 2016001120	御家制造	2016/11/16
419	御泥坊丝滑莹润矿物护手霜	湘 G 妆网备字 2016001111	御家制造	2016/11/08
420	御泥坊玫瑰鲜润矿物面膜	湘 G 妆网备字 2016001110	御家制造	2016/11/07
421	御泥坊法国火山紧致绿泥面膜	湘 G 妆网备字 2016001109	御家制造	2016/11/07
422	御泥坊葡萄籽琉璃亮颜黑面膜	湘 G 妆网备字 2016001108	御家制造	2016/11/07
423	花瑶花法国玫瑰自然水嫩蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016001107	御家制造	2016/11/07
424	御泥坊精华水分光感气垫霜	湘 G 妆网备字 2016001105	御家制造	2016/11/02
425	御泥坊海洋冰川矿物水喷雾	湘 G 妆网备字 2016001091	御家制造	2016/10/26
426	御泥坊深层清洁矿物泥浆面	湘 G 妆网备字 2016001090	御家制造	2016/10/19

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
	膜			
427	师夷家男士清爽润肤矿物保湿水	湘 G 妆网备字 2016001089	御家制造	2016/10/19
428	花瑶花繁花炭黑绿洲面膜【仙人掌花】	湘 G 妆网备字 2016001088	御家制造	2016/10/19
429	花瑶花繁花炭黑月光面膜【月见草花】	湘 G 妆网备字 2016001087	御家制造	2016/10/19
430	花瑶花繁花鲜润焕亮面膜【橙花】	湘 G 妆网备字 2016001086	御家制造	2016/10/19
431	小迷糊银杏润滑无暇蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016001085	御家制造	2016/10/19
432	花瑶花繁花鲜润水养面膜【栀子花】	湘 G 妆网备字 2016001084	御家制造	2016/10/19
433	御泥坊黑茶水滢净润黑面膜	湘 G 妆网备字 2016001083	御家制造	2016/10/19
434	御泥坊牛油果水润亲肤黑面膜	湘 G 妆网备字 2016001082	御家制造	2016/10/19
435	小迷糊牛油果滋润保湿面膜	湘 G 妆网备字 2016001081	御家制造	2016/10/19
436	小迷糊番茄剔透亮采面膜	湘 G 妆网备字 2016001080	御家制造	2016/10/19
437	御泥坊清爽平衡矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016001076	御家制造	2016/10/19
438	御泥坊男士黑茶清爽矿物面膜	湘 G 妆网备字 2016001072	御家制造	2016/10/18
439	御泥坊玫瑰滋养矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016001071	御家制造	2016/10/18
440	师夷家男士劲爽控油面膜贴	湘 G 妆网备字 2016001069	御家制造	2016/10/13
441	御泥坊男士冰川深润补水面膜	湘 G 妆网备字 2016001068	御家制造	2016/10/13
442	御泥坊红石榴矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016001067	御家制造	2016/10/13
443	师夷家男士毛孔细致面膜贴	湘 G 妆网备字 2016001058	御家制造	2016/10/12
444	御泥坊洋甘菊矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2016001057	御家制造	2016/10/12
445	师夷家男士活泉净痘面膜贴	湘 G 妆网备字 2016001056	御家制造	2016/10/12
446	御泥坊黑玫瑰璀璨亮颜矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016001055	御家制造	2016/10/09
447	御泥坊玫瑰水漾矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016001054	御家制造	2016/10/09
448	御泥坊蓝莓弹润紧肤矿物面膜	湘 G 妆网备字 2016001053	御家制造	2016/10/09

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
449	御泥坊薰衣草自然矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016001052	御家制造	2016/10/09
450	御泥坊蜂蜜水莹甜润矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016001051	御家制造	2016/10/09
451	小迷糊氨基酸温润净颜洁面乳	湘 G 妆网备字 2016001050	御家制造	2016/10/09
452	御泥坊柠檬鲜萃净颜矿物面膜	湘 G 妆网备字 2016001047	御家制造	2016/10/09
453	御泥坊甜橙晶透亮颜矿物面膜	湘 G 妆网备字 2016001046	御家制造	2016/10/09
454	御泥坊海洋水漾透润面膜	湘 G 妆网备字 2016001045	御家制造	2016/10/09
455	御泥坊樱桃鲜润补水矿物面膜	湘 G 妆网备字 2016001044	御家制造	2016/10/09
456	御泥坊水光微精华矿物面膜	湘 G 妆网备字 2016001043	御家制造	2016/10/09
457	御泥坊芦荟矿物净痘膏	湘 G 妆网备字 2016001042	御家制造	2016/10/09
458	御泥坊竹萃爽肤矿物面膜	湘 G 妆网备字 2016001041	御家制造	2016/10/09
459	小迷糊复合玻尿酸补水竹炭面膜	湘 G 妆网备字 2016001040	御家制造	2016/10/09
460	御泥坊男士补水活力矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016001038	御家制造	2016/10/09
461	师夷家男士动能炫活矿物爽肤乳	湘 G 妆网备字 2016001030	御家制造	2016/09/29
462	御泥坊水光轻灵焕采面膜	湘 G 妆网备字 2016001029	御家制造	2016/09/28
463	花瑶花雪绒花纯净特安精华乳	湘 G 妆网备字 2016001028	御家制造	2016/09/28
464	花瑶花雪绒花纯净特安洁面霜	湘 G 妆网备字 2016001027	御家制造	2016/09/28
465	花瑶花雪绒花纯净特安精华水	湘 G 妆网备字 2016001026	御家制造	2016/09/28
466	御泥坊红石榴矿物面霜	湘 G 妆网备字 2016001025	御家制造	2016/09/21
467	御泥坊男士黑茶控油矿物爽肤水	湘 G 妆网备字 2016001023	御家制造	2016/09/21
468	御泥坊男士黑茶净爽沐浴露	湘 G 妆网备字 2016001022	御家制造	2016/09/21
469	御泥坊红石榴矿物眼霜	湘 G 妆网备字 2016001018	御家制造	2016/09/20
470	小迷糊牛奶丝滑雪肌蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016000987	御家制造	2016/09/14
471	花瑶花金银花舒缓润妍喷雾	湘 G 妆网备字 2016000985	御家制造	2016/09/12

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
472	师夷家男士瑞士黑燕麦深透保湿洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000983	御家制造	2016/09/12
473	花瑶花百合水润滋养面膜	湘 G 妆网备字 2016000982	御家制造	2016/09/12
474	御泥坊光感璀璨皙妍精华霜	湘 G 妆网备字 2016000981	御家制造	2016/09/07
475	御泥坊光感璀璨皙妍面膜	湘 G 妆网备字 2016000980	御家制造	2016/09/07
476	御泥坊光感璀璨皙妍精华液	湘 G 妆网备字 2016000979	御家制造	2016/09/07
477	御泥坊光感璀璨皙妍精华眼霜	湘 G 妆网备字 2016000978	御家制造	2016/09/07
478	师夷家男士瑞士黑燕麦深透保湿蓝露	湘 G 妆网备字 2016000976	御家制造	2016/09/07
479	师夷家男士瑞士黑燕麦深透保湿须后水	湘 G 妆网备字 2016000975	御家制造	2016/09/07
480	小迷糊玻尿酸深透补水精华水	湘 G 妆网备字 2016000973	御家制造	2016/09/07
481	御泥坊海洋冰川洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000972	御家制造	2016/09/07
482	小迷糊玻尿酸深透补水精华乳	湘 G 妆网备字 2016000965	御家制造	2016/09/07
483	小迷糊玻尿酸深层清洁保湿洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000964	御家制造	2016/09/07
484	御泥坊法国孚日山活泉澎湃水能洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000963	御家制造	2016/09/07
485	御泥坊茶树净痘爽肤矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2016000962	御家制造	2016/09/07
486	师夷家男士黑白膜组合装-男士白芨水润保湿白膜	湘 G 妆网备字 2016000961	御家制造	2016/09/07
487	师夷家男士黑白膜组合装-男士黑柳树皮清肌净颜黑膜	湘 G 妆网备字 2016000960	御家制造	2016/09/07
488	御泥坊法国孚日山活泉澎湃水能润肤水	湘 G 妆网备字 2016000959	御家制造	2016/09/07
489	御泥坊法国孚日山活泉澎湃水能润肤乳	湘 G 妆网备字 2016000958	御家制造	2016/09/07
490	御泥坊海洋冰川沁肌乳	湘 G 妆网备字 2016000957	御家制造	2016/09/07
491	御泥坊海洋冰川沁肌水	湘 G 妆网备字 2016000956	御家制造	2016/09/07
492	师夷家男士清畅净透矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2016000955	御家制造	2016/09/07
493	花瑶花繁花水润护手霜【鸢尾花】	湘 G 妆网备字 2016000954	御家制造	2016/09/07
494	花瑶花繁花鲜润护手霜【橙	湘 G 妆网备字 2016000953	御家制造	2016/09/07

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
	花】			
495	花瑶花繁花甜蜜润手霜【樱花】	湘 G 妆网备字 2016000952	御家制造	2016/09/07
496	小迷糊柔皙焕彩睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2016000951	御家制造	2016/09/07
497	小迷糊蜜桃补水清润蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016000950	御家制造	2016/09/07
498	小迷糊大米自然理肤蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016000949	御家制造	2016/09/07
499	小迷糊蜂蜜锁水润肤蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016000948	御家制造	2016/09/07
500	小迷糊柔皙焕彩润肤水	湘 G 妆网备字 2016000946	御家制造	2016/09/07
501	花瑶花亮颜新肌色彩修容霜	湘 G 妆网备字 2016000941	御家制造	2016/09/07
502	小迷糊柔皙焕彩润肤乳	湘 G 妆网备字 2016000940	御家制造	2016/09/07
503	花瑶花法国玫瑰自然水嫩睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2016000936	御家制造	2016/09/01
504	御泥坊薰衣草矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016000934	御家制造	2016/09/01
505	花瑶花金银花舒缓净妍洁面粉	湘 G 妆网备字 2016000895	御家制造	2016/08/15
506	御泥坊燕窝紧致弹力矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016000894	御家制造	2016/08/15
507	御泥坊蜂胶深润亮颜水凝面膜	湘 G 妆网备字 2016000893	御家制造	2016/08/15
508	御泥坊鱼子酱细致幼滑水凝面膜	湘 G 妆网备字 2016000892	御家制造	2016/08/15
509	御泥坊男士海盐炫活亮肤面膜	湘 G 妆网备字 2016000883	御家制造	2016/08/09
510	御泥坊男士珊瑚清透控油面膜	湘 G 妆网备字 2016000878	御家制造	2016/08/05
511	小迷糊橄榄水盈嫩滑蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016000877	御家制造	2016/08/05
512	小迷糊海藻补水润肤蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016000874	御家制造	2016/08/04
513	御泥坊男士火山岩净透控油黑面膜	湘 G 妆网备字 2016000873	御家制造	2016/08/04
514	御泥坊男士白茶控油面膜	湘 G 妆网备字 2016000872	御家制造	2016/08/04
515	御泥坊男士橄榄石畅透亮肤黑面膜	湘 G 妆网备字 2016000871	御家制造	2016/08/04
516	御泥坊男士红盐活力爽肤面	湘 G 妆网备字 2016000870	御家制造	2016/08/04

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
	膜			
517	小迷糊辅酶 Q10 细致俏脸面膜	湘 G 妆网备字 2016000868	御家制造	2016/08/04
518	小迷糊芦荟泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2016000864	御家制造	2016/08/04
519	小迷糊洋甘菊睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2016000863	御家制造	2016/08/04
520	御泥坊男士火山泥清洁控油泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2016000860	御家制造	2016/08/01
521	师夷家男士巴拉圭茶控油洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000859	御家制造	2016/08/01
522	御泥坊男士火山泥清洁控油洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000858	御家制造	2016/08/01
523	御泥坊水光微精华酵素面膜	湘 G 妆网备字 2016000857	御家制造	2016/08/01
524	师夷家男士清爽润肤矿物保湿乳	湘 G 妆网备字 2016000856	御家制造	2016/08/01
525	师夷家男士清爽润肤矿物洗颜泥	湘 G 妆网备字 2016000855	御家制造	2016/08/01
526	御泥坊瞬采亮肌微囊提亮面膜	湘 G 妆网备字 2016000840	御家制造	2016/07/27
527	花瑶花金银花舒缓润妍精华凝露	湘 G 妆网备字 2016000834	御家制造	2016/07/25
528	花瑶花白茶水油均衡爽肤水	湘 G 妆网备字 2016000833	御家制造	2016/07/25
529	花瑶花白茶水油均衡乳液	湘 G 妆网备字 2016000832	御家制造	2016/07/25
530	花瑶花白茶水油均衡精华液	湘 G 妆网备字 2016000831	御家制造	2016/07/25
531	花瑶花法国玫瑰自然水嫩纯露	湘 G 妆网备字 2016000830	御家制造	2016/07/25
532	花瑶花法国玫瑰自然水嫩柔肤乳	湘 G 妆网备字 2016000829	御家制造	2016/07/25
533	花瑶花金银花舒缓润妍爽肤水	湘 G 妆网备字 2016000828	御家制造	2016/07/25
534	花瑶花金银花舒缓润妍乳液	湘 G 妆网备字 2016000827	御家制造	2016/07/25
535	花瑶花百合水润滋养精华乳	湘 G 妆网备字 2016000826	御家制造	2016/07/25
536	花瑶花百合水润滋养精华液	湘 G 妆网备字 2016000825	御家制造	2016/07/25
537	花瑶花百合水润滋养精华水	湘 G 妆网备字 2016000824	御家制造	2016/07/25
538	御泥坊黑玫瑰光感丝羽矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2016000816	御家制造	2016/07/21
539	师夷家亮肤净颜精华乳	湘 G 妆网备字 2016000798	御家制造	2016/07/21

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
540	师夷家亮肤净颜精华水	湘 G 妆网备字 2016000797	御家制造	2016/07/21
541	御泥坊男士炫活亮肤晶露	湘 G 妆网备字 2016000780	御家制造	2016/07/21
542	御泥坊男士炫活亮肤凝乳	湘 G 妆网备字 2016000776	御家制造	2016/07/21
543	小迷糊西柚清新保湿蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016000775	御家制造	2016/07/20
544	小迷糊青瓜清透补水蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016000774	御家制造	2016/07/20
545	师夷家祛痘平衡精华水	湘 G 妆网备字 2016000752	御家制造	2016/07/11
546	御泥坊雪耳剔透盈亮矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016000716	御家制造	2016/07/07
547	小迷糊黑米润肤亮颜黑面膜	湘 G 妆网备字 2016000704	御家制造	2016/07/07
548	花瑶花金银花舒缓润妍洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000688	御家制造	2016/07/06
549	御泥坊瞬采润肌微囊补水面膜	湘 G 妆网备字 2016000684	御家制造	2016/07/06
550	御泥坊男士炫活亮肤洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000659	御家制造	2016/06/27
551	师夷家祛痘平衡精华乳	湘 G 妆网备字 2016000657	御家制造	2016/06/27
552	御泥坊光感璀璨皙妍睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2016000650	御家制造	2016/06/23
553	御泥坊光感璀璨皙妍嫩肤水	湘 G 妆网备字 2016000649	御家制造	2016/06/23
554	御泥坊光感璀璨皙妍洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000648	御家制造	2016/06/23
555	御泥坊男士劲能亮采矿物面膜	湘 G 妆网备字 2016000645	御家制造	2016/06/23
556	御泥坊光感璀璨皙妍嫩肤乳	湘 G 妆网备字 2016000643	御家制造	2016/06/17
557	御泥坊光感皙妍矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016000630	御家制造	2016/06/06
558	小迷糊谷物胚芽焕活黑面膜	湘 G 妆网备字 2016000623	御家制造	2016/06/06
559	御泥坊男士竹炭清爽控油矿物面膜	湘 G 妆网备字 2016000620	御家制造	2016/06/06
560	御泥坊男士酷爽净痘矿物面膜	湘 G 妆网备字 2016000619	御家制造	2016/06/06
561	御泥坊排浊补水睡莲矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2016000618	御家制造	2016/06/06
562	小迷糊清润舒活爽肤乳液	湘 G 妆网备字 2016000616	御家制造	2016/06/02
563	小迷糊牛奶柔滑亮肤精华乳液	湘 G 妆网备字 2016000588	御家制造	2016/06/02

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
564	小迷糊清润舒活爽肤水	湘 G 妆网备字 2016000586	御家制造	2016/06/02
565	小迷糊清润舒活泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2016000585	御家制造	2016/06/02
566	小迷糊红石榴充盈弹润机能乳液	湘 G 妆网备字 2016000584	御家制造	2016/06/02
567	小迷糊红石榴充盈弹润睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2016000583	御家制造	2016/06/02
568	小迷糊红石榴充盈弹润机能水	湘 G 妆网备字 2016000582	御家制造	2016/06/02
569	小迷糊玫瑰鲜萃凝润睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2016000581	御家制造	2016/06/02
570	小迷糊玫瑰鲜萃凝润柔肤乳液	湘 G 妆网备字 2016000580	御家制造	2016/06/02
571	小迷糊玫瑰鲜萃凝润柔肤水	湘 G 妆网备字 2016000579	御家制造	2016/06/02
572	师夷家男士控油净肤竹炭面膜	湘 G 妆网备字 2016000563	御家制造	2016/05/26
573	小迷糊牛奶柔滑亮肤精华水	湘 G 妆网备字 2016000557	御家制造	2016/05/26
574	御泥坊芦荟矿物洁面膏	湘 G 妆网备字 2016000484	御家制造	2016/05/18
575	小迷糊杏仁酸净澈焕肤面膜	湘 G 妆网备字 2016000481	御家制造	2016/05/18
576	小迷糊氨基酸注水补湿面膜	湘 G 妆网备字 2016000480	御家制造	2016/05/18
577	小迷糊 VC 光泽透亮面膜	湘 G 妆网备字 2016000479	御家制造	2016/05/18
578	小迷糊酵母鲜活青春面膜	湘 G 妆网备字 2016000478	御家制造	2016/05/18
579	御泥坊男士净畅黑头泥浆鼻膜	湘 G 妆网备字 2016000476	御家制造	2016/05/18
580	御泥坊男士茶树清痘净爽泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2016000474	御家制造	2016/05/18
581	御泥坊水光肌微精华矿物面膜	湘 G 妆网备字 2016000459	御家制造	2016/05/13
582	御泥坊法国珍珠藻清透亮颜面膜	湘 G 妆网备字 2016000446	御家制造	2016/05/09
583	御泥坊瑞士欧锦葵深补水修护面膜	湘 G 妆网备字 2016000445	御家制造	2016/05/09
584	御泥坊埃及洛神花紧致焕采面膜	湘 G 妆网备字 2016000444	御家制造	2016/05/09
585	御泥坊男士深海水动力面膜	湘 G 妆网备字 2016000443	御家制造	2016/05/09
586	御泥坊芦荟补水保湿凝胶	湘 G 妆网备字 2016000442	御家制造	2016/05/09
587	御泥坊燕麦酸奶面膜	湘 G 妆网备字 2016000441	御家制造	2016/05/09

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
588	师夷家黑茶补水控油睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2016000438	御家制造	2016/05/04
589	师夷家清透控油爽肤水	湘 G 妆网备字 2016000433	御家制造	2016/05/04
590	师夷家清透控油爽肤乳	湘 G 妆网备字 2016000432	御家制造	2016/05/04
591	小迷糊牛奶柔滑亮肤睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2016000431	御家制造	2016/05/04
592	御泥坊红豆薏米面膜	湘 G 妆网备字 2016000430	御家制造	2016/05/04
593	御泥坊玫瑰滋养矿物身体乳（滋润型）	湘 G 妆网备字 2016000429	御家制造	2016/05/04
594	御泥坊清爽平衡矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000419	御家制造	2016/05/03
595	御泥坊矿物养肤霜（滋润型）	湘 G 妆网备字 2016000417	御家制造	2016/05/03
596	御泥坊绿茶泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2016000416	御家制造	2016/05/03
597	御泥坊男士深海水动力洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000413	御家制造	2016/05/03
598	御泥坊男士深海水动力爽肤水	湘 G 妆网备字 2016000397	御家制造	2016/05/03
599	御泥坊男士深海水动力爽肤乳	湘 G 妆网备字 2016000396	御家制造	2016/05/03
600	小迷糊豌豆清透柔肤面膜	湘 G 妆网备字 2016000395	御家制造	2016/05/03
601	小迷糊胡萝卜红润活力面膜	湘 G 妆网备字 2016000392	御家制造	2016/05/03
602	花瑶花繁花鲜润净透黑冻膜【莲花】	湘 G 妆网备字 2016000391	御家制造	2016/05/03
603	御泥坊男士黑茶控油矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000390	御家制造	2016/05/03
604	花瑶花谷米丝透亮颜面膜	湘 G 妆网备字 2016000389	御家制造	2016/05/03
605	花瑶花黑米亲润亮肤面膜	湘 G 妆网备字 2016000388	御家制造	2016/05/03
606	御泥坊光感皙妍矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000368	御家制造	2016/04/25
607	御泥坊光感皙妍矿物柔肤乳液	湘 G 妆网备字 2016000366	御家制造	2016/04/25
608	御泥坊清爽平衡矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2016000362	御家制造	2016/04/18
609	花瑶花金银花舒缓净妍保湿喷雾	湘 G 妆网备字 2016000361	御家制造	2016/04/18
610	御泥坊红酒透亮矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016000360	御家制造	2016/04/18
611	御泥坊银杏亮采矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000359	御家制造	2016/04/18

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
612	花瑶花白茶深层清洁卸妆油	湘 G 妆网备字 2016000358	御家制造	2016/04/18
613	花瑶花金银花舒缓净透卸妆油	湘 G 妆网备字 2016000354	御家制造	2016/04/18
614	师夷家男士控油净肤黑炭面膜	湘 G 妆网备字 2016000353	御家制造	2016/04/18
615	御泥坊睡莲水润净透矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2016000350	御家制造	2016/04/18
616	花瑶花金银花舒缓润妍精油睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2016000345	御家制造	2016/04/13
617	御泥坊睡莲水润净透矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000344	御家制造	2016/04/12
618	御泥坊睡莲水润净透矿物保湿水	湘 G 妆网备字 2016000343	御家制造	2016/04/12
619	御泥坊黑糖清透净颜黑面膜	湘 G 妆网备字 2016000335	御家制造	2016/04/11
620	御泥坊睡莲水润净透矿物养肤乳液	湘 G 妆网备字 2016000332	御家制造	2016/04/11
621	御泥坊男士舒爽清透矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000331	御家制造	2016/04/11
622	御泥坊葡萄籽鲜活亮肤矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2016000330	御家制造	2016/04/11
623	御泥坊薰衣草矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000329	御家制造	2016/04/11
624	御泥坊葡萄籽鲜活亮肤矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000328	御家制造	2016/04/11
625	御泥坊蜂蜜矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016000326	御家制造	2016/04/11
626	御泥坊黑玫瑰矿物柔肤乳液	湘 G 妆网备字 2016000325	御家制造	2016/04/11
627	御泥坊黑玫瑰矿物柔肤水	湘 G 妆网备字 2016000324	御家制造	2016/04/11
628	御泥坊薰衣草矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2016000323	御家制造	2016/04/11
629	御泥坊人参矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2016000322	御家制造	2016/04/11
630	御泥坊矿物精华乳液	湘 G 妆网备字 2016000321	御家制造	2016/04/11
631	御泥坊矿物精华水	湘 G 妆网备字 2016000320	御家制造	2016/04/11
632	御泥坊清爽平衡矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2016000319	御家制造	2016/04/11
633	御泥坊黑玫瑰晶亮幼滑黑面膜	湘 G 妆网备字 2016000318	御家制造	2016/04/11
634	御泥坊黑玫瑰矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016000317	御家制造	2016/04/11
635	御泥坊蜂蜜矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000316	御家制造	2016/04/11

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
636	御泥坊玫瑰水嫩矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016000314	御家制造	2016/04/11
637	御泥坊光感皙妍矿物柔肤水	湘 G 妆网备字 2016000312	御家制造	2016/04/11
638	御泥坊蜂蜜矿物润肤乳液	湘 G 妆网备字 2016000311	御家制造	2016/04/11
639	御泥坊玫瑰精油水润花瓣面膜	湘 G 妆网备字 2016000310	御家制造	2016/04/11
640	御泥坊净透清爽矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2016000309	御家制造	2016/04/11
641	御泥坊光感皙妍矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2016000308	御家制造	2016/04/11
642	御泥坊蜂蜜矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2016000307	御家制造	2016/04/11
643	御泥坊黑茶修护矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2016000306	御家制造	2016/04/11
644	御泥坊男士黑茶清爽控油矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2016000305	御家制造	2016/04/11
645	御泥坊玻尿酸水润矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016000304	御家制造	2016/04/08
646	御泥坊葡萄籽鲜活亮肤矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016000303	御家制造	2016/04/08
647	花瑶花法国玫瑰自然水嫩洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000300	御家制造	2016/04/06
648	御泥坊玫瑰滋养矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2016000299	御家制造	2016/04/06
649	御泥坊银杏亮采矿物柔肤乳液	湘 G 妆网备字 2016000298	御家制造	2016/04/06
650	御泥坊银杏亮采矿物柔肤水	湘 G 妆网备字 2016000297	御家制造	2016/04/05
651	御泥坊清爽平衡矿物爽肤水	湘 G 妆网备字 2016000293	御家制造	2016/04/01
652	花瑶花金银花舒缓净透卸妆水	湘 G 妆网备字 2016000292	御家制造	2016/04/01
653	御泥坊澳洲茶树祛痘净肤泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2016000291	御家制造	2016/04/01
654	御泥坊清爽平衡矿物爽肤乳	湘 G 妆网备字 2016000289	御家制造	2016/04/01
655	御泥坊竹萃清爽矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016000286	御家制造	2016/04/01
656	御泥坊人参矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016000262	御家制造	2016/03/28
657	御泥坊百合补水凝润矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016000261	御家制造	2016/03/28
658	御泥坊亮颜光感矿物蚕丝面	湘 G 妆网备字 2016000260	御家制造	2016/03/28

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
	膜			
659	御泥坊胶原蛋白弹润矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016000258	御家制造	2016/03/28
660	御泥坊竹炭净透矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2016000256	御家制造	2016/03/28
661	御泥坊玫瑰滋养矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000255	御家制造	2016/03/28
662	花瑶花百合水润滋养精华霜	湘 G 妆网备字 2016000253	御家制造	2016/03/24
663	御泥坊黑玫瑰矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2016000252	御家制造	2016/03/24
664	花瑶花白茶清爽净彻卸妆水	湘 G 妆网备字 2016000250	御家制造	2016/03/23
665	御泥坊黑珍珠盈润亮采黑面膜	湘 G 妆网备字 2016000249	御家制造	2016/03/23
666	御泥坊玫瑰水漾矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2016000248	御家制造	2016/03/21
667	御泥坊红参蜗牛特润修护精华养肤水	湘 G 妆网备字 2016000242	御家制造	2016/03/21
668	御泥坊自然绿豆泥面膜	湘 G 妆网备字 2016000240	御家制造	2016/03/21
669	御泥坊紧致臻颜娇宠矿物热能面膜	湘 G 妆网备字 2016000239	御家制造	2016/03/21
670	御泥坊绿豆原浆泥面膜	湘 G 妆网备字 2016000237	御家制造	2016/03/21
671	御泥坊玫瑰滋养矿物润肤乳	湘 G 妆网备字 2016000236	御家制造	2016/03/21
672	御泥坊海洋弹性蛋白矿物精华眼霜	湘 G 妆网备字 2016000228	御家制造	2016/03/17
673	御泥坊芦荟泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2016000227	御家制造	2016/03/17
674	御泥坊奇异果清爽净透面膜	湘 G 妆网备字 2016000226	御家制造	2016/03/17
675	御泥坊蜂蜜矿物润肤水	湘 G 妆网备字 2016000225	御家制造	2016/03/17
676	御泥坊红石榴鲜活矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2016000224	御家制造	2016/03/17
677	御泥坊覆盆子柔润亮采面膜	湘 G 妆网备字 2016000223	御家制造	2016/03/17
678	御泥坊光感皙妍矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2016000222	御家制造	2016/03/17
679	御泥坊葡萄籽鲜活亮肤矿物柔肤乳液	湘 G 妆网备字 2016000221	御家制造	2016/03/17
680	御泥坊蜂蜜泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2016000220	御家制造	2016/03/17
681	御泥坊葡萄籽鲜活亮肤矿物柔肤水	湘 G 妆网备字 2016000219	御家制造	2016/03/17

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
682	御泥坊金桂花矿物眼膜贴	湘 G 妆网备字 2016000218	御家制造	2016/03/17
683	御泥坊玫瑰滋养矿物润肤水	湘 G 妆网备字 2016000217	御家制造	2016/03/17
684	御泥坊红石榴矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000216	御家制造	2016/03/17
685	御泥坊矿物泥浆鼻膜	湘 G 妆网备字 2016000215	御家制造	2016/03/17
686	御泥坊芦荟矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2016000214	御家制造	2016/03/17
687	御泥坊红石榴矿物养肤水	湘 G 妆网备字 2016000213	御家制造	2016/03/17
688	御泥坊紧致臻颜娇宠矿物面霜	湘 G 妆网备字 2016000210	御家制造	2016/03/17
689	御泥坊紧致臻颜娇宠矿物柔肤水	湘 G 妆网备字 2016000209	御家制造	2016/03/17
690	御泥坊红石榴矿物养肤乳液	湘 G 妆网备字 2016000208	御家制造	2016/03/17
691	御泥坊紧致臻颜娇宠矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016000206	御家制造	2016/03/17
692	御泥坊紧致臻颜娇宠矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000205	御家制造	2016/03/17
693	御泥坊男士黑茶控油矿物保湿露	湘 G 妆网备字 2016000204	御家制造	2016/03/17
694	御泥坊氨基酸温和净透洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000203	御家制造	2016/03/17
695	花瑶花繁花鲜润净透面膜【莲花】	湘 G 妆网备字 2016000201	御家制造	2016/03/17
696	花瑶花繁花鲜润滋养面膜【向日葵】	湘 G 妆网备字 2016000200	御家制造	2016/03/17
697	御泥坊法国嫩芽赋活亲肤补水面膜	湘 G 妆网备字 2016000197	御家制造	2016/03/17
698	御泥坊美国莳萝弹润细肤活力面膜	湘 G 妆网备字 2016000196	御家制造	2016/03/17
699	御泥坊黑玫瑰泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2016000195	御家制造	2016/03/17
700	御泥坊薰衣草泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2016000194	御家制造	2016/03/17
701	小迷糊黑珍珠玲珑透亮黑面膜	湘 G 妆网备字 2016000193	御家制造	2016/03/17
702	御泥坊黑茶修护新生矿物眼膜贴	湘 G 妆网备字 2016000191	御家制造	2016/03/17
703	御泥坊红参蜗牛特润修护精华睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2016000190	御家制造	2016/03/17
704	花瑶花百合水润滋养洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000189	御家制造	2016/03/17

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
705	御泥坊红参蜗牛特润修护精华眼霜	湘 G 妆网备字 2016000188	御家制造	2016/03/17
706	御泥坊红参蜗牛特润修护精华养肤乳	湘 G 妆网备字 2016000187	御家制造	2016/03/17
707	御泥坊红参蜗牛特润修护精华洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000186	御家制造	2016/03/17
708	御泥坊清透平衡矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2016000184	御家制造	2016/03/17
709	御泥坊黑玫瑰矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000179	御家制造	2016/03/14
710	御泥坊水蜜桃鲜嫩水漾面膜	湘 G 妆网备字 2016000171	御家制造	2016/03/10
711	师夷家男士矿物泥控油洗面奶	湘 G 妆网备字 2016000170	御家制造	2016/03/10
712	御泥坊黑玫瑰矿物精华液	湘 G 妆网备字 2016000165	御家制造	2016/03/03
713	小迷糊谷米晶亮眼膜贴	湘 G 妆网备字 2016000159	御家制造	2016/02/22
714	师夷家男士焕肤透亮蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2016000157	御家制造	2016/02/22
715	御泥坊黑加仑鲜嫩亮采黑面膜	湘 G 妆网备字 2016000145	御家制造	2016/02/04
716	御泥坊薰衣草矿物柔肤乳液	湘 G 妆网备字 2016000109	御家制造	2016/02/02
717	御泥坊红参蜗牛特润修护精华面膜	湘 G 妆网备字 2016000106	御家制造	2016/02/02
718	御泥坊薰衣草矿物柔肤水	湘 G 妆网备字 2016000104	御家制造	2016/02/02
719	御泥坊红酒透亮矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2016000103	御家制造	2016/02/02
720	花瑶花白茶水油均衡面膜	湘 G 妆网备字 2016000064	御家制造	2016/01/13
721	花瑶花金银花舒缓润妍面膜	湘 G 妆网备字 2016000062	御家制造	2016/01/13
722	师夷家祛痘平衡洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000060	御家制造	2016/01/13
723	御泥坊紧致明眸水润眼膜贴	湘 G 妆网备字 2016000055	御家制造	2016/01/13
724	御泥坊红酒透亮矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000033	御家制造	2016/01/11
725	御泥坊红酒透亮矿物养肤乳液	湘 G 妆网备字 2016000032	御家制造	2016/01/11
726	师夷家亮肤净颜洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000031	御家制造	2016/01/11
727	御泥坊红酒透亮矿物养肤水	湘 G 妆网备字 2016000030	御家制造	2016/01/11
728	师夷家清透控油洁面乳	湘 G 妆网备字 2016000029	御家制造	2016/01/11

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
729	御泥坊蜗牛原液活力修护矿物面膜	湘 G 妆网备字 2016000002	御家制造	2016/01/04
730	御泥坊芦荟净痘膏	湘 G 妆网备字 2015001442	御家制造	2015/12/24
731	御泥坊玫瑰水润矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2015001383	御家制造	2015/12/11
732	小迷糊牛油果倍润滋养护手霜	湘 G 妆网备字 2015001306	御家制造	2015/11/09
733	御泥坊矿物养肤霜（清爽型）	湘 G 妆网备字 2015001291	御家制造	2015/11/09
734	御泥坊银杏亮采矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2015001273	御家制造	2015/10/27
735	花瑶花人参臻粹紧致水凝面膜	湘 G 妆网备字 2015001189	御家制造	2015/09/17
736	花瑶花樱桃李珍萃透亮水凝面膜	湘 G 妆网备字 2015001188	御家制造	2015/09/17
737	花瑶花金钮扣幼滑焕颜水凝面膜	湘 G 妆网备字 2015001187	御家制造	2015/09/17
738	师夷家男士劲爽唤肤沐浴露	湘 G 妆网备字 2015001159	御家制造	2015/09/14
739	师夷家劲爽控油矿物爽肤乳	湘 G 妆网备字 2015001151	御家制造	2015/09/14
740	师夷家净透黑头鼻膜	湘 G 妆网备字 2015001111	御家制造	2015/08/18
741	师夷家黑头净透贴膜	湘 G 妆网备字 2015001110	御家制造	2015/08/18
742	师夷家细润毛孔鼻膜	湘 G 妆网备字 2015001109	御家制造	2015/08/18
743	师夷家男士劲爽香氛	湘 G 妆网备字 2015001046	御家制造	2015/08/10
744	御泥坊银杏亮采矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2015001020	御家制造	2015/08/03
745	御泥坊黑玫瑰璀璨亮颜矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2015000931	御家制造	2015/07/20
746	御泥坊薰衣草自然矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2015000928	御家制造	2015/07/15
747	御泥坊薰衣草自然矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2015000927	御家制造	2015/07/15
748	御泥坊蜂蜜水莹甜润矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2015000924	御家制造	2015/07/15
749	御泥坊黑玫瑰璀璨亮颜矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2015000923	御家制造	2015/07/15
750	御泥坊茶树净痘矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2015000922	御家制造	2015/07/15
751	御泥坊蜂蜜水莹甜润矿物睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2015000921	御家制造	2015/07/15

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
752	师夷家祛痘净颜笔	湘 G 妆网备字 2015000904	御家制造	2015/07/15
753	小迷糊清爽均衡矿物洁面乳	湘 G 妆网备字 2015000810	御家制造	2015/06/23
754	御泥坊黑玫瑰光感丝羽矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2015000660	御家制造	2015/05/29
755	御泥坊清爽净透矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2015000659	御家制造	2015/05/29
756	小迷糊氨基酸温润净颜洁面乳	湘 G 妆网备字 2015000752	御泥坊	2015/06/04
757	小迷糊樱桃柔嫩亮颜蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2015000647	御泥坊	2015/05/29
758	师夷家男士劲爽控油矿物爽肤水	湘 G 妆网备字 2015000733	师夷家	2015/06/04
759	师夷家海洋驰爽补水蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2015000603	师夷家	2015/05/25
760	师夷家男士紧致活肤面膜贴	湘 G 妆网备字 2015000348	师夷家	2015/04/02
761	花花草草绿豆菁萃泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2015001342	花花草草	2015/12/01
762	花花草草清爽冰川矿物泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2015001169	花花草草	2015/09/14
763	花花草草焕颜皙肤黑面膜	湘 G 妆网备字 2015001017	花花草草	2015/07/31
764	花花草草玫瑰滋养睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2015000801	花花草草	2015/06/18
765	花花草草玫瑰滋养面膜贴	湘 G 妆网备字 2014000235	花花草草	2014/11/13
766	花花草草百合水润面膜贴	湘 G 妆网备字 2014000169	花花草草	2014/10/10
767	花花草草百合水润睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2014000168	花花草草	2014/10/10
768	花瑶花 百合水润滋养精华乳	湘 G 妆网备字 2017001183	御家制造	2017/07/07
769	花瑶花 百合水润滋养精华液	湘 G 妆网备字 2017001193	御家制造	2017/7/12
770	御泥坊 男士珊瑚清痘控油水凝露	湘 G 妆网备字 2017001246	御家制造	2017/7/18
771	御泥坊 V7 伪妆素颜霜	湘 G 妆网备字 2017001295	御家制造	2017/7/25
772	小迷糊 银杏润滑无瑕蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017001337	御家制造	2017/7/27
773	御泥坊 红石榴矿物眼霜	湘 G 妆网备字 2017001338	御家制造	2017/7/27
774	御泥坊 金桂花矿物眼膜贴	湘 G 妆网备字 2017001348	御家制造	2017/7/31
775	御泥坊 黑茶修护新生矿物眼膜贴	湘 G 妆网备字 2017001365	御家制造	2017/7/31
776	御泥坊 海洋弹性蛋白矿物精华眼	湘 G 妆网备字 2017001347	御家制造	2017/7/31

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
777	小迷糊谷米晶亮眼膜贴	湘 G 妆网备字 2017001345	御家制造	2017/7/31
778	御泥坊亮采金桂花眼膜贴	湘 G 妆网备字 2017001457	御家制造	2017/8/10
779	御泥坊 玫瑰滋养面膜	湘 G 妆网备字 2017001504	御家制造	2017/8/18
780	御泥坊光感璀璨皙妍精华眼霜	湘 G 妆网备字 2017001344	御家制造	2017/7/31
781	御泥坊 聚补水鲜果酵素黑面膜	湘 G 妆网备字 2017001505	御家制造	2017/8/18
782	御泥坊 紧致明眸水润眼膜贴	湘 G 妆网备字 2017001349	御家制造	2017/7/31
783	御泥坊亮颜葡萄籽面膜	湘 G 妆网备字 2017001520	御家制造	2017/8/21
784	御泥坊男士冰川深润补水面霜	湘 G 妆网备字 2017001535	御家制造	2017/8/23
785	御泥坊浸润冰川水幼芽面膜	湘 G 妆网备字 2017001534	御家制造	2017/8/23
786	御泥坊安瓶黑面膜礼盒-盈润安瓶黑面膜	湘 G 妆网备字 2017001530	御家制造	2017/8/23
787	御泥坊弹润莳萝精粹面膜	湘 G 妆网备字 2017001533	御家制造	2017/8/23
788	御泥坊安瓶黑面膜礼盒-柔嫩安瓶黑面膜	湘 G 妆网备字 2017001529	御家制造	2017/8/23
789	御泥坊亮颜小金瓶精油黑面膜	湘 G 妆网备字 2017001532	御家制造	2017/8/23
790	御泥坊安瓶黑面膜礼盒-亮采安瓶黑面膜	湘 G 妆网备字 2017001528	御家制造	2017/8/23
791	御泥坊红参蜗牛特润修护精华眼霜	湘 G 妆网备字 2017001343	御家制造	2017/7/31
792	御泥坊亮颜葡萄籽黑面膜	湘 G 妆网备字 2017001552	御家制造	2017/8/25
793	御泥坊 水漾冰川面膜	湘 G 妆网备字 2017001459	御家制造	2017/8/10
794	御泥坊 水润茶萃微囊黑面膜	湘 G 妆网备字 2017001471	御家制造	2017/8/10
795	御泥坊海洋冰川矿物水喷雾	湘 G 妆网备字 2017001428	御家制造	2017/8/9
796	御泥坊水润茶萃微囊滋养乳	湘 G 妆网备字 2017001652	御家制造	2017/9/11
797	御泥坊水润茶萃微囊洁面乳	湘 G 妆网备字 2017001654	御家制造	2017/9/11
798	御泥坊水润茶萃微囊滋养霜	湘 G 妆网备字 2017001653	御家制造	2017/9/11
799	御泥坊双重补水莹亮面膜套装-雪耳剔透盈亮矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000714	御家制造	2017/4/28
800	御泥坊水润茶萃微囊滋养水	湘 G 妆网备字 2017001655	御家制造	2017/9/11
801	御泥坊水润茶萃微囊精华液	湘 G 妆网备字 2017001650	御家制造	2017/9/11

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
802	御泥坊水润茶萃微囊睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017001651	御家制造	2017/9/11
803	御泥坊水润茶萃微囊眼霜	湘 G 妆网备字 2017001649	御家制造	2017/9/11
804	御泥坊清爽平衡矿物洁面乳（出口）	湘 G 妆网备字 2017001690	御家制造	2017/9/12
805	御泥坊鱼子酱紧致安瓶精华液	湘 G 妆网备字 2017001692	御家制造	2017/9/12
806	御泥坊清爽平衡矿物爽肤乳（出口）	湘 G 妆网备字 2017001694	御家制造	2017/9/12
807	御泥坊鱼子酱紧致安瓶面膜	湘 G 妆网备字 2017001691	御家制造	2017/9/12
808	御泥坊清爽平衡矿物爽肤水（出口）	湘 G 妆网备字 2017001693	御家制造	2017/9/12
809	御泥坊双重补水莹亮面膜套装-玫瑰水润矿物蚕丝面膜	湘 G 妆网备字 2017000715	御家制造	2017/4/28
810	小迷糊芦荟泥浆面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017001704	御家制造	2017/9/15
811	御泥坊矿物养肤霜（清爽型）（出口）	湘 G 妆网备字 2017001719	御家制造	2017/9/15
812	御泥坊玫瑰滋养矿物润肤水（出口）	湘 G 妆网备字 2017001732	御家制造	2017/9/15
813	御泥坊黑玫瑰矿物睡眠面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017001731	御家制造	2017/9/15
814	御泥坊芦荟泥浆面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017001711	御家制造	2017/9/15
815	御泥坊芦荟矿物睡眠面膜（出口)	湘 G 妆网备字 2017001710	御家制造	2017/9/15
816	御泥坊竹炭净透矿物泥浆面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017001707	御家制造	2017/9/15
817	御泥坊金桂花矿物眼膜贴（出口）	湘 G 妆网备字 2017001703	御家制造	2017/9/15
818	御泥坊玫瑰滋养矿物洁面乳（出口）	湘 G 妆网备字 2017001724	御家制造	2017/9/15
819	御泥坊蜂蜜矿物睡眠面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017001708	御家制造	2017/9/15
820	御泥坊蜂蜜矿物洁面乳（出口）	湘 G 妆网备字 2017001712	御家制造	2017/9/15
821	御泥坊水润茶萃微囊黑面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017001729	御家制造	2017/9/15
822	御泥坊黑玫瑰泥浆面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017001705	御家制造	2017/9/15
823	御泥坊清爽平衡矿物蚕丝面膜（ 出口 ）	湘 G 妆网备字 2017001722	御家制造	2017/9/15

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
824	御泥坊红石榴矿物养肤水（出口）	湘 G 妆网备字 2017001699	御家制造	2017/9/15
825	御泥坊蜂蜜矿物蚕丝面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017001696	御家制造	2017/9/15
826	御泥坊双弹润胶原蛋白面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017001726	御家制造	2017/9/15
827	御泥坊人参矿物蚕丝面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017001725	御家制造	2017/9/15
828	御泥坊矿物泥浆鼻膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017001715	御家制造	2017/9/15
829	御泥坊黑茶修护矿物睡眠面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017001706	御家制造	2017/9/15
830	御泥坊红石榴矿物养肤乳液（出口）	湘 G 妆网备字 2017001697	御家制造	2017/9/15
831	御泥坊红石榴矿物洁面乳（出口）	湘 G 妆网备字 2017001698	御家制造	2017/9/15
832	御泥坊玫瑰滋养矿物身体乳（滋润型）（出口）	湘 G 妆网备字 2017001718	御家制造	2017/9/15
833	御泥坊男士黑茶控油矿物洁面乳（出口）	湘 G 妆网备字 2017001717	御家制造	2017/9/15
834	御泥坊芦荟补水保湿凝胶（出口）	湘 G 妆网备字 2017001730	御家制造	2017/9/15
835	御泥坊玫瑰滋养矿物蚕丝面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017001723	御家制造	2017/9/15
836	御泥坊燕窝紧致弹力矿物蚕丝面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017001721	御家制造	2017/9/15
837	花瑶花白茶深层清洁卸妆油（出口）	湘 G 妆网备字 2017001720	御家制造	2017/9/15
838	御泥坊黑玫瑰矿物洁面乳（出口）	湘 G 妆网备字 2017001728	御家制造	2017/9/15
839	御泥坊高保湿玻尿酸黑面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017001727	御家制造	2017/9/15
840	师夷家男士控油净肤竹炭面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017001714	御家制造	2017/9/15
841	御泥坊矿物养肤霜（滋润型）（出口）	湘 G 妆网备字 2017001716	御家制造	2017/9/15
842	御泥坊男士补水活力矿物蚕丝面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017001713	御家制造	2017/9/15
843	御泥坊澎润法国孚日山水能面膜	湘 G 妆网备字 2017001598	御家制造	2017/9/4
844	御泥坊光感柔亮月光石面膜	湘 G 妆网备字 2017001818	御家制造	2017/9/19
845	御泥坊滢亮葡萄籽黑面膜	湘 G 妆网备字 2017001812	御家制造	2017/9/19

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
	（出口）			
846	御泥坊玫瑰滋养矿物睡眠面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017001804	御家制造	2017/9/19
847	御泥坊净润黑茶黑面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017001810	御家制造	2017/9/19
848	御泥坊红石榴鲜活矿物睡眠面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017001795	御家制造	2017/9/19
849	御泥坊滢亮双生玫瑰睡眠面膜	湘 G 妆网备字 2017001793	御家制造	2017/9/19
850	御泥坊聚水润鲜果酵素黑面膜	湘 G 妆网备字 2017001823	御家制造	2017/9/20
851	御泥坊嫩颜小金瓶玫瑰精油黑面膜	湘 G 妆网备字 2017001468	御家制造	2017/8/10
852	御泥坊 水亮黑莓面膜	湘 G 妆网备字 2017001472	御家制造	2017/8/10
853	御泥坊 水润野草莓面膜	湘 G 妆网备字 2017001473	御家制造	2017/8/10
854	御泥坊 亮采黑珍珠黑面膜	湘 G 妆网备字 2017001475	御家制造	2017/8/10
855	御泥坊水光肌微精华矿物面膜	湘 G 妆网备字 2017001831	御家制造	2017/9/21
856	御泥坊水漾玫瑰面膜	湘 G 妆网备字 2017001483	御家制造	2017/8/10
857	御泥坊 净透竹萃面膜	湘 G 妆网备字 2017001478	御家制造	2017/8/10
858	御泥坊水润牛油果黑面膜	湘 G 妆网备字 2017001476	御家制造	2017/8/10
859	御泥坊一吻定情咬唇膏暖洋红	湘 G 妆网备字 2017001834	御家制造	2017/9/25
860	御泥坊一吻定情咬唇膏南瓜橙	湘 G 妆网备字 2017001835	御家制造	2017/9/25
861	御泥坊一吻定情咬唇膏蜜桃粉	湘 G 妆网备字 2017001836	御家制造	2017/9/25
862	御泥坊 水嫩巴西莓面膜	湘 G 妆网备字 2017001467	御家制造	2017/8/10
863	御泥坊 晶亮红石榴面膜	湘 G 妆网备字 2017001480	御家制造	2017/8/10
864	御泥坊 细倍净亚马逊白泥面膜	湘 G 妆网备字 2017001861	御家制造	2017/9/30
865	御泥坊水润玫瑰面膜	湘 G 妆网备字 2017001595	御家制造	2017/9/4
866	御泥坊莹亮雪耳黑面膜	湘 G 妆网备字 2017001588	御家制造	2017/9/4
867	御泥坊 清爽平衡黑面膜	湘 G 妆网备字 2017001477	御家制造	2017/8/10
868	花瑶花 白茶水油均衡乳液	湘 G 妆网备字 2017001921	御家制造	2017/10/16
869	花瑶花 白茶水油均衡精华液	湘 G 妆网备字 2017001922	御家制造	2017/10/16

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
870	御泥坊 透亮红酒酵力面膜	湘 G 妆网备字 2017001462	御家制造	2017/8/10
871	御泥坊深提亮谷物酵素黑面膜	湘 G 妆网备字 2017001460	御家制造	2017/8/10
872	御泥坊红宝盒无瑕气垫霜 21 象牙白	湘 G 妆网备字 2017001924	御家制造	2017/10/16
873	御泥坊 细嫩黑糖黑面膜	湘 G 妆网备字 2017001474	御家制造	2017/8/10
874	御泥坊红宝盒无瑕气垫霜 23 自然白	湘 G 妆网备字 2017001923	御家制造	2017/10/16
875	御泥坊 净润黑茶黑面膜	湘 G 妆网备字 2017001485	御家制造	2017/8/10
876	御泥坊男士火山岩净透控油爽肤露	湘 G 妆网备字 2017001930	御家制造	2017/10/16
877	御泥坊 滢亮葡萄籽黑面膜	湘 G 妆网备字 2017001484	御家制造	2017/8/10
878	御泥坊高保湿维他命果冻面膜	湘 G 妆网备字 2017001914	御家制造	2017/10/16
879	小迷糊复合玻尿酸补水竹炭面膜	湘 G 妆网备字 2017001863	御家制造	2017/9/30
880	御泥坊清爽平衡卸妆露	湘 G 妆网备字 2017001980	御家制造	2017/10/20
881	御泥坊挚爱红天然唇膏 09 治愈裸粉	湘 G 妆网备字 2017001992	御家制造	2017/10/20
882	御泥坊挚爱红天然唇膏 02 波尔多酒红	湘 G 妆网备字 2017001984	御家制造	2017/10/20
883	御泥坊挚爱红天然唇膏 06 夏日西柚	湘 G 妆网备字 2017001988	御家制造	2017/10/20
884	御泥坊挚爱红天然唇膏 05 烟薰玫瑰	湘 G 妆网备字 2017001987	御家制造	2017/10/20
885	御泥坊挚爱红天然唇膏 04 西西里	湘 G 妆网备字 2017001986	御家制造	2017/10/20
886	御泥坊净润海藻泥浆面膜	湘 G 妆网备字 2017001998	御家制造	2017/10/20
887	御泥坊挚爱红天然唇膏 01 傲骄红	湘 G 妆网备字 2017001983	御家制造	2017/10/20
888	御泥坊挚爱红天然唇膏 03 斩男粉	湘 G 妆网备字 2017001985	御家制造	2017/10/20
889	御泥坊挚爱红天然唇膏 10 温柔豆沙	湘 G 妆网备字 2017001991	御家制造	2017/10/20
890	御泥坊挚爱红天然唇膏 08 秋意浓	湘 G 妆网备字 2017001990	御家制造	2017/10/20
891	花瑶花 金银花舒缓润妍精华凝露	湘 G 妆网备字 2017002008	御家制造	2017/10/23
892	花瑶花 金银花舒缓润妍爽肤水	湘 G 妆网备字 2017002007	御家制造	2017/10/23

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
893	花瑶花 白茶水油均衡爽肤水	湘 G 妆网备字 2017002049	御家制造	2017/10/30
894	御泥坊舒颜小金瓶洋甘菊精油黑面膜	湘 G 妆网备字 2017002041	御家制造	2017/10/30
895	御泥坊 亮颜小金瓶橙花精油黑面膜	湘 G 妆网备字 2017002040	御家制造	2017/10/30
896	御泥坊 倍清爽轻蔬酵素黑面膜	湘 G 妆网备字 2017001503	御家制造	2017/8/18
897	御泥坊 深度保湿复合玻尿酸面膜	湘 G 妆网备字 2017002047	御家制造	2017/10/30
898	花瑶花 金银花舒缓润妍乳液	湘 G 妆网备字 2017002039	御家制造	2017/10/30
899	花瑶花 金银花舒缓润妍面膜	湘 G 妆网备字 2017000738	御家制造	2017/4/28
900	花瑶花 白茶水油均衡面膜	湘 G 妆网备字 2017000752	御家制造	2017/4/28
901	御泥坊修护人参面膜	湘 G 妆网备字 2017001695	御家制造	2017/9/12
902	花瑶花 百合水润滋养面膜	湘 G 妆网备字 2017000749	御家制造	2017/4/28
903	御泥坊清爽平衡黑面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017001811	御家制造	2017/9/19
904	御泥坊水润茶萃微囊滋养乳（出口）	湘 G 妆网备字 2017002085	御家制造	2017/11/13
905	御泥坊细倍净亚马逊白泥鼻膜	湘 G 妆网备字 2017002104	御家制造	2017/11/13
906	御泥坊水亮黑莓面膜（出口)	湘 G 妆网备字 2017002102	御家制造	2017/11/13
907	御泥坊水润茶萃微囊滋养霜（出口）	湘 G 妆网备字 2017002088	御家制造	2017/11/13
908	御泥坊水漾冰川面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017002098	御家制造	2017/11/13
909	御泥坊水润茶萃微囊眼霜（出口）	湘 G 妆网备字 2017002087	御家制造	2017/11/13
910	御泥坊聚水润鲜果酵素黑面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017002095	御家制造	2017/11/13
911	御泥坊亮采安瓶黑面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017002090	御家制造	2017/11/13
912	御泥坊亮采黑珍珠黑面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017002096	御家制造	2017/11/13
913	御泥坊水嫩巴西莓（出口）	湘 G 妆网备字 2017002100	御家制造	2017/11/13
914	御泥坊倍清爽轻蔬酵素黑面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017002094	御家制造	2017/11/13
915	御泥坊深提亮谷物酵素黑面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017002093	御家制造	2017/11/13

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
916	御泥坊盈润安瓶黑面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017002092	御家制造	2017/11/13
917	御泥坊晶亮红石榴面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017002082	御家制造	2017/11/13
918	御泥坊柔嫩安瓶黑面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017002091	御家制造	2017/11/13
919	御泥坊水润茶萃微囊洁面乳（出口）	湘 G 妆网备字 2017002084	御家制造	2017/11/13
920	御泥坊水润牛油果黑面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017002097	御家制造	2017/11/13
921	御泥坊水润茶萃微囊精华液（出口）	湘 G 妆网备字 2017002083	御家制造	2017/11/13
922	御泥坊玫瑰滋养面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017002101	御家制造	2017/11/13
923	御泥坊水润野草莓面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017002081	御家制造	2017/11/13
924	御泥坊水润茶萃微囊滋养水（出口）	湘 G 妆网备字 2017002086	御家制造	2017/11/13
925	御泥坊水润茶萃微囊睡眠面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017002089	御家制造	2017/11/13
926	御泥坊细嫩黑糖黑面膜（出口）	湘 G 妆网备字 2017002099	御家制造	2017/11/13
927	御泥坊马卡龙变色润唇膏 03 香芋紫	湘 G 妆网备字 2017002154	御家制造	2017/11/15
928	御泥坊马卡龙变色润唇膏 05 耀黑	湘 G 妆网备字 2017002156	御家制造	2017/11/15
929	御泥坊马卡龙变色润唇膏 01 樱粉	湘 G 妆网备字 2017002152	御家制造	2017/11/15
930	御泥坊马卡龙变色润唇膏 04 冷紫	湘 G 妆网备字 2017002155	御家制造	2017/11/15
931	御泥坊马卡龙变色润唇膏 02 橙橘	湘 G 妆网备字 2017002153	御家制造	2017/11/15
932	御泥坊挚爱红天然唇膏 07 麻豆橘	湘 G 妆网备字 2017002262	御家制造	2017/12/1
933	花瑶花 金银花舒缓润妍喷雾	湘 G 妆网备字 2017000963	御家制造	2017/6/5
934	御泥坊细嫩黑糖黑面膜	湘 G 妆网备字 2017001205	御家制造	2017/7/13
935	御泥坊 玻尿酸安瓶精华液	湘 G 妆网备字 2017002300	御家制造	2017/12/13
936	小迷糊海洋精粹鲜润补水保湿霜	湘 G 妆网备字 2017002344	御家制造	2017/12/20
937	小迷糊海洋精粹丝滑净透洁面乳	湘 G 妆网备字 2017002343	御家制造	2017/12/20

序号	产品名称	备案编号	生产企业	备案日期
938	小迷糊海洋精粹鲜润补水柔肤水	湘 G 妆网备字 2017002342	御家制造	2017/12/20
939	小迷糊海洋精粹鲜润补水柔肤乳液	湘 G 妆网备字 2017002341	御家制造	2017/12/20
940	小迷糊樱花甜润补水嫩手霜	湘 G 妆网备字 2017002340	御家制造	2017/12/20
941	小迷糊乳木果滋养修护润手霜	湘 G 妆网备字 2017002339	御家制造	2017/12/20
942	小迷糊橙花舒缓焕亮美手霜	湘 G 妆网备字 2017002338	御家制造	2017/12/20
943	御泥坊温润大米面膜	湘 G 妆网备字 2017002376	御家制造	2017/12/28

附件三：进口非特殊用途化妆品备案凭证

序号	产品名称	生产企业	批准文号	生产国（地区）	批件有效期
1	薇风水光肌柔润精华面膜	香港薇风	国妆备进字J20172429	香港	至2021/03/19
2	薇风闪亮亮红酒粉润焕肤面膜	香港薇风	国妆备进字J20172430	香港	至2021/03/19
3	薇风舒柔柔洋甘菊调理面膜	香港薇风	国妆备进字J20172431	香港	至2021/03/19
4	薇风滑溜溜鱼子酱呵护养肤面膜	香港薇风	国妆备进字J20172436	香港	至2021/03/19
5	薇风水汪汪海洋多糖补水面膜	香港薇风	国妆备进字J20172437	香港	至2021/03/19
6	薇风清爽爽艾草舒痘面膜	香港薇风	国妆备进字J20172438	香港	至2021/03/19
7	薇风水润肌活面膜	香港薇风	国妆备进字J20172450	香港	至2021/03/19
8	薇风亮颜净肤黑珍珠面膜	香港薇风	国妆备进字J20172453	香港	至2021/03/19
9	薇风鲜亮亮初乳活力修护面膜	香港薇风	国妆备进字J20172454	香港	至2021/03/19
10	薇风弹力修护面膜	香港薇风	国妆备进字J20172455	香港	至2021/03/19
11	薇风水当当豆乳保湿面膜	香港薇风	国妆备进字J20172456	香港	至2021/03/19
12	薇风补水精华凝乳面膜	香港薇风	国妆备进字J20172457	香港	至2021/03/19
13	薇风水灵灵复合玻尿酸亮采眼膜	香港薇风	国妆备进字J20172494	香港	至2021/03/19
14	薇风清莹莹杏仁酸净肤面膜	香港薇风	国妆备进字J20175493	香港	至2021/06/01
15	薇风滢润美白面膜	香港薇风	国妆特进字J20170603	香港	至2021/06/15
16	薇风亮晶晶嫩白面膜	香港薇风	国妆特进字J20170621	香港	至2021/06/15
17	薇风晶钻焕白精华面膜	香港薇风	国妆特进字J20170604	香港	至2021/06/15
18	薇风亮弹弹Q10紧致明眸眼膜	香港薇风	国妆备进字J20177098	香港	至2027/07/09
19	薇风弹嫩嫩苦橙花紧致俏脸面膜	香港薇风	国妆备进字J20177099	香港	至2027/07/09