

中信证券股份有限公司
关于
哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市之
上市保荐书

保荐人（主承销商）



中信证券股份有限公司
CITIC Securities Company Limited

深圳市福田区中心三路8号卓越时代广场（二期）北座

二零二一年十二月

声 明

中信证券股份有限公司（以下简称“中信证券”、“保荐人”或“保荐机构”）接受哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司（以下简称“敷尔佳”、“发行人”或“公司”）的委托，担任其首次公开发行股票并在创业板上市的保荐人。¹

中信证券股份有限公司及保荐代表人根据《公司法》《证券法》等有关法律、法规、中国证监会及深圳证券交易所的有关规定，诚实守信，勤勉尽责，严格按照依法制订的业务规则、行业执业规范和道德准则出具上市保荐书，并保证所出具文件的真实性、准确性、完整性。若因保荐人为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，保荐人将依法赔偿投资者损失。

¹注：本文件所有简称释义，如无特别说明，均与招股说明书一致

目 录

声 明	1
目 录	2
一、发行人基本情况	3
二、本次发行情况	5
三、保荐代表人、项目协办人及其它项目组成员情况	16
四、保荐人与发行人的关联关系、保荐人及其保荐代表人是否存在可能影响公正履行保荐职责情形的说明	18
五、保荐人对发行人是否就本次证券发行上市履行相关决策程序的说明	19
六、保荐人对发行人是否符合创业板定位的专业判断	19
七、保荐人对公司是否符合上市条件的说明	28
八、保荐人按照有关规定应当承诺的事项	29
九、对发行人持续督导期间的工作安排	30
十、保荐人认为应当说明的其他事项	31
十一、保荐人对本次股票上市的推荐结论	31

一、发行人基本情况

（一）发行人基本情况概览

公司名称:	哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司
英文名称:	Harbin Fuerjia Technology Co., Ltd.
注册资本:	36,000.00万元
法定代表人:	张立国
有限公司成立时间:	2017年11月28日
股份公司成立时间:	2021年3月29日
住所:	哈尔滨市利民开发区宝安路北、沈阳大街西侧
邮政编码:	150070
联系电话:	0451-5977 8888
传真号码:	0451-5977 8888
互联网地址:	http://www.voolga.net/
电子邮箱:	fuerjia@voolga.net
信息披露部门:	证券办公室
信息披露负责人:	沈晓溪
信息披露部门联系电话:	0451-5977 8888

（二）主营业务

敷尔佳是一家具有广泛市场认知度和品牌影响力,从事专业皮肤护理产品的研发、生产和销售的公司。公司以“专业修复、贴心呵护”为经营理念,紧跟消费者需求变化,采用精准营销的策略,借助国货崛起的消费新动力及广泛布局的专业渠道,逐步沉淀品牌力和产品力。

公司在售产品覆盖医疗器械类敷料产品和功能性护肤品,主打敷料和贴、膜类产品,并推出了水、精华及乳液、喷雾、冻干粉等其他形态产品。基于对透明质酸钠及胶原蛋白的研究,公司形成了以适用于轻中度痤疮、促进创面愈合与皮肤修复的 II 类医疗器械类产品为主,多种形式的功能性护肤品为辅的立体化产品体系。公司通过多渠道布局的销售策略、线上线下相结合的营销思路,逐步形成了覆盖医疗机构、美容机构、连锁零售药店、化妆品专营店及大型商超等多元化终端销售矩阵。通过多年的口碑传播和品牌推广,公司已拥有多个年销售额过

亿元的单品。根据弗若斯特沙利文的分析报告，2020 年，公司贴片类产品销售额为贴片类专业皮肤护理产品市场第一，占比 21.3%；其中医疗器械类敷料产品占比 25.9%，市场排名第一；化妆品类产品占比 16.6%，市场排名第二。

（三）核心技术

公司形成了以适用于轻中度痤疮、促进创面愈合与皮肤修复的 II 类医疗器械类产品为主，多种形式的功能性护肤品为辅的立体化产品体系。公司各产品在配方组份、修复效果等方面有所区分，涵盖了保湿、祛痘、美白、舒缓、修护等多种功效，产品剂型涉及贴、膜、精华液、凝胶、乳液等多种形式，满足不同消费者的购买及使用需求，在行业内享有良好的认可度及先发优势。

其中，医用透明质酸钠修复贴适用于修复轻中度痤疮、促进创面愈合，及辅助治疗痤疮愈后、皮肤过敏与激光光子治疗术后早期色素沉着和减轻瘢痕症状，其上市销售时间较早，市场认可度较高，在多年的市场销售中树立了良好的品牌形象，积累了良好的市场口碑；同时，内含胶原蛋白、虾青素、积雪草等成分的功能性护肤品，有助于使肌肤水润光泽、改善肤色、舒缓修护、补水保湿等，成为年销售额过亿元的单品。

此外，公司在研的医用胶原蛋白敷料为胶原蛋白III类医疗器械产品，将进一步扩充公司产品线。公司产品普遍采用非动物源材料作为原材料，有效避免了动物源可能存在的病毒隐患及致敏性，具有较好的生物相容性。

公司通过换股收购北星药业，完成了产业链的垂直整合，进而确立了研发、生产和销售各环节良性契合的优势。公司核心技术为产品用料配方及配比和生产工艺等，其中生产工艺属行业通用技术，产品用料配方及配比系非专利技术。公司紧跟市场需求变化，应用产品用料配方及配比技术适时上市新产品，以体现公司的技术水平和技术竞争力。

（四）研发水平

公司始终将提升研发实力置于战略发展的核心地位。公司研发团队深耕皮肤护理产品领域，通过长期的研发活动，使公司在配方开发、产品使用效果研究、产品开发和评估技术、包装设计等方面取得了一定成果。

（五）主要经营和财务数据及财务指标

报告期内，发行人主要财务数据及财务指标如下：

项目	2021 年 9 月 30 日/ 2021 年 1-9 月	2020 年 12 月 31 日/ 2020 年度	2019 年 12 月 31 日/ 2019 年度	2018 年 12 月 31 日/ 2018 年度
资产总额（万元）	185,146.58	106,491.70	97,457.99	27,290.94
归属于母公司所有者权益（万元）	171,206.83	55,721.02	75,528.44	20,814.32
资产负债率（合并）	7.53%	47.68%	22.50%	23.73%
资产负债率（母公司）	6.82%	50.09%	33.11%	23.73%
营业收入（万元）	117,778.73	158,501.70	134,246.58	37,348.55
净利润（万元）	58,490.28	64,783.06	66,104.16	19,958.85
归属于母公司所有者的净利润（万元）	58,490.28	64,783.06	66,104.16	19,958.85
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	56,019.39	47,674.61	20,345.24	19,863.24
基本每股收益（元）	1.85	-	-	-
稀释每股收益（元）	1.85	-	-	-
加权平均净资产收益率	45.24%	75.71%	135.74%	188.25%
经营活动产生的现金流量净额（万元）	61,358.59	67,083.69	72,648.94	21,790.90
现金分红（万元）（含税）	-	92,240.92	12,000.00	-
研发投入占营业收入的比例	0.13%	0.09%	0.04%	0.08%

（六）发行人存在的主要风险

1、创新风险及技术风险

（1）营销模式迭代的风险

皮肤护理产品行业内企业的竞争力一定程度上取决于各家公司的销售策略及销售模式。对市场变化的敏感度和对销售模式迭代的警惕性，决定了公司能否持续占据市场领先地位。近年来，市场营销方式处于快速迭代的阶段，天猫、小红书、抖音、微博等新兴媒体流量呈现爆发式增长，原有的平台成交模式也逐步演变成为流量引导/分散化流量汇集的形式进行销售。零售、电商、社交网络等新媒体/新零售业态的普及，均对销售策略的制定及销售模式的调整效率提出了更高的要求。如若未来公司不能及时把握市场营销模式的变化趋势，根据市场偏

好恰当布局销售渠道，则可能出现公司营销决策失误，进而影响公司经营业绩。

(2) 新产品销售不及预期的风险

公司在推出新产品前需要依靠行业内的经验及市场敏锐度对当前阶段市场特征的变化进行分析及拆解。通过分析消费者的潜在需求后决定后续推出的新产品及销售策略。若由于新产品未能满足消费者的潜在需求、公司未能制定出贴合的销售策略或推广情况不及预期、消费者使用产品后产生不好的体验，则会影响公司新产品的销售，进而对公司的经营活动造成不利影响。

(3) 产品迭代的风险

随着科技的进步和发展，皮肤护理产品可能从原材料、产品形式乃至包装均发生颠覆性改变。结合《中国化妆品》杂志社与中国药科大学联合发布的六个技术趋势：中华文化与中医药方向、特色植物资源方向、高科技功能性新原料方向、生物发酵技术方向、高效的功效性评价体系、绿色安全可持续方向；如果未来前述技术开始应用并实现商业化而推出了迭代性产品，公司未能紧跟科技发展趋势、及时投入研发并推出新的产品，公司产品将会被其他产品替代、淘汰，进而对公司的经营活动造成不利影响。

(4) 核心技术泄密风险

公司核心技术为产品用料配方及配比和生产工艺等专有技术，该等核心技术系公司产品具备市场竞争力的重要因素。如果公司未来对核心技术的保护力度不足，发生核心技术泄密的情况，将会对公司的经营造成不利影响。

(5) 聘请第三方开展临床试验的风险

由于临床试验需要消耗较大的人力进行临床试验期间的数据统计、监查服务、临床研究协调服务以及医院提供的研究者服务等工作，企业通常会寻求委托第三方专业机构开展临床试验。公司与聘用的第三方临床机构共同制定临床试验方案，若该等第三方机构出现未能适当履行合同义务、履行合同未达预期或未能遵守监管规定等情形，公司获得的临床数据在进度或质量上将受到影响，进而导致临床试验的延迟或终止，可能对公司的业务发展产生不利影响。

2、经营风险

（1）行业竞争加剧风险

近年来，我国皮肤护理产品行业已经成为一个国内外品牌竞争激烈、营销手段多元化、品牌概念和定位丰富的行业，在消费者需求、广告营销和产品适应市场需求等多维度都存在着较为激烈的竞争。若未来公司不能进一步提升多渠道布局及多元化营销投入，不能较为准确的掌握消费者需求并推出契合市场需求的产品，公司市场竞争力可能下降，对公司的行业地位产生不利影响。

（2）行业监管政策变化的风险

公司报告期内营业收入来源于医疗器械类敷料产品及功能性护肤品的销售。

2020 年 12 月，国务院修订通过《医疗器械监督管理条例》，该条例自 2021 年 6 月 1 日起施行，对医疗器械的生产、经营及流通等多环节提出了更加严格的要求。2020 年 6 月，国务院通过《化妆品监督管理条例》，该条例自 2021 年 1 月 1 日起施行，2021 年 8 月，国家市场监督管理总局发布《化妆品生产经营监督管理办法》，该办法自 2022 年 1 月 1 日起施行，总体对化妆品公司生产经营的各个环节制定了更为严格的基本行为规范，提高了化妆品行业整体的准入门槛。未来，随着公司所处行业的不断发展和成熟，国家可能出台相关的举措，对生产经营、执业许可、质量标准等方面提出更高的要求。公司如果不能持续满足国家监督管理部门的有关规定和政策要求，则存在被相关部门处罚的风险，可能给公司生产经营带来不利影响。

如果未来公司所处行业的监管法规和监管政策发生变化，公司为了满足合规要求可能需要调整经营方向，或者花费更大成本和代价维系当前业务方向，将对公司的持续盈利能力造成不利影响。

（3）品牌集中的风险

报告期内，公司实现的销售收入均来自于旗下“敷尔佳”品牌及子品牌“敷尔佳 1 美”、“敷尔佳花季”产品的销售。未来，若存在不法厂商生产或销售假冒公司品牌的产品，严重侵犯消费者合法权益；或经销商利用公司产品从事非法销售活动，对品牌运营可能造成重大不利影响，从而导致公司销售收入下滑，对公

司经营业绩产生不利影响。

(4) 经销商管理风险

公司设立之初深耕线下经销渠道，早期通过经销商快速打通营销网络及经销渠道。报告期各期，公司线下经销收入分别为 32,924.01 万元、103,282.13 万元、112,413.84 万元和 **79,785.38** 万元，占当期营业收入的比重分别为 88.15%、76.93%、70.92%和 **67.74%**。如果经销商在未来经营活动中未能按照合同约定进行销售、宣传，做出有损公司品牌形象的行为，或发生不符合公司合规经营管理体系或相关法律法规的行为，可能对公司市场推广和产品销售产生不利影响，进而对经营业绩造成不利影响。

随着对线下经销商的优化管理，公司拟对部分具有渠道优势、客户资源优势的客户授予信用期，公司应收账款规模预期增长，应收账款周转率存在下降风险。

(5) 线上直销渠道收入集中的风险

随着发行人运营经验和品牌知名度的不断提升，发行人线上平台的销售收入在持续增加，其中天猫平台直营店铺销售增长迅速。报告期内，天猫平台直营店铺销售金额占线上销售金额比例为 19.25%、67.73%、82.07%、81.23%，如果未来天猫平台受其他销售业态冲击导致公司天猫平台直营店铺经营不善，或者天猫平台销售政策、收费标准等发生重大不利变化，可能会对公司业绩造成不利影响。

(6) 品牌运维和防范假冒伪劣风险

公司目前采取的注册商标、申请专利、开设官方旗舰店、给产品加设防伪贴和防伪包材等防御手段，不能完全杜绝市场上仿冒公司品牌和产品的事件发生。若公司未能及时发现商标盗用、假冒产品等影响公司品牌形象的事件，或未能及时采取有效防御或维权措施，则公司存在品牌形象受损的风险。公司持续开展打击假冒仿冒产品的维权行动需要投入较多的时间人力成本和维权成本，可能对公司的盈利产生不利影响。

(7) 产品质量控制的风险

公司经营的产品为医疗器械类敷料产品及功能性护肤品，如果公司未来在采购、生产过程中未做到有效的质量控制，导致消费者最终使用公司产品产生不良反应，可能会引起消费者投诉，甚至可能受到监管部门行政处罚，进而对公司的企业形象和经营业绩产生不利影响。

(8) 客户流失的风险

由于皮肤护理产品市场需求不断变化，产品更新换代速度较快，如果公司未来不能通过研发投入不断创新并适时推出新产品以满足不同消费者的多样化需求，或新品牌在推广过程中市场认可度较低，可能导致新客户转化率较低、现有老客户流失，进而对公司经营业绩造成不利影响。

(9) 募集资金投资项目实施及对短期业绩造成冲击的风险

1) 募投建设进展不及预期的风险

公司本次募集资金拟投资于生产基地建设项目、研发及质量检测中心建设项目、品牌营销推广项目等，上述募集资金投资项目均经过审慎论证，充分考虑了公司现有生产条件、未来发展规划以及皮肤护理产品行业的未来发展趋势、市场竞争环境、国内外宏观经济形势等综合因素。但由于从募集资金投资项目论证完成到募集资金到位、项目实施完毕的周期较长，在此期间内，上述各项因素均有可能发生较大变化而导致项目无法顺利实施或无法实现预定的研发或市场目标。

2) 净资产收益率下滑的风险

本次发行募集资金到位后，公司的净资产将会增加，公司净资产收益率将被摊薄。此外，公司计划实施的募集资金投资项目在投产初期对公司的经营业绩贡献仍存在不确定性。因此，在短期内，公司因募集资金到位导致净资产增加将造成公司净资产收益率出现下降趋势，股东即期回报存在被摊薄的风险。

(10) 线上直销渠道产品单价及毛利率持续下降的风险

报告期内，发行人主营业务产品在线上直销渠道的每盒单价分别为 98.69 元、86.56 元、70.44 元及 69.89 元，整体呈下降趋势。随着线上电子商务平台

流量不断集中，同类产品竞争程度有所加剧，发行人为了更好提高品牌知名度、提升产品市场占有率而加大促销力度，从而存在线上直销价格下滑的风险，对公司业绩造成一定程度的不利影响。

报告期内，公司在线上直销渠道的毛利率分别为 90.29%、88.43%、82.82% 及 85.10%。随着线上电子商务平台流量不断集中，发行人不断推出多种化妆品类产品，可能导致线上直销渠道中化妆品类产品收入比重进一步加大，因化妆品类产品毛利率普遍低于医疗器械类产品，公司存在线上直销渠道毛利率持续下降的风险。

3、内控与管理风险

(1) 实际控制人控制失当的风险

本次发行前，公司实际控制人张立国直接控制公司 93.81%的股份。本次发行后，张立国持有公司股份的比例将有所下降，但仍存在通过行使股东大会表决权，对公司发展战略、经营决策、人事安排、利润分配和对外投资等重大事项施加不当影响的可能性，从而可能导致损害公司公众股东利益的风险。

(2) 规模快速扩张可能引致的管理风险

报告期内，发行人业务快速发展，营业收入呈迅速增长趋势，对公司战略管理、技术研发、财务管控、市场营销、人力资源管理等方面的要求也大幅提高，对各类人才的需求相应增加。若发行人不能继续加强管理、培养引进高素质人才、保证相应的治理水平，将难以匹配、适应公司的业务发展节奏，进而影响发行人的长期经营和持续发展。

4、财务风险

(1) 经营业绩增速放缓甚至下滑的风险

报告期内，公司所处行业不断出现新的竞争对手抢占市场份额，各类创新的商业模式、产品研发呈现快速变化趋势，消费者对皮肤护理产品性能的需求和消费体验标准不断提高，企业获客成本和获客难度持续增加，发行人所处行业的竞争格局呈不断加剧的趋势。例如，报告期内，随着皮肤护理产品企业的研发能力

增强，以及消费者不同护肤需求的增加，产品种类在近年来不断丰富，祛斑、美白、防晒、敏感肌修复等类型的皮肤护理产品相继推出，同时也逐渐形成了产品同质化的市场格局。同时，报告期内，同行业公司积极致力于研发更适合中国消费者的皮肤护理产品，各大品牌及厂商之间的竞争也将愈发激烈，同时一定程度上出现了技术水平趋同的风险。持续加剧和不断变化的市场竞争格局对发行人整体营销能力、产品研发能力和获客能力均提出了更高要求，若公司不能通过有效的销售管理体系促进收入增长，销售费用转化成收入的效率降低，或产品研发速度、产品差异度和性能无法满足市场及消费者的需求，或不能采取有效措施持续提高自身的技术创新水平及品牌营销能力，则存在经营业绩增速放缓甚至下滑的风险。

（2）商誉减值的风险

截至 2021 年 9 月 30 日，公司合并资产负债表中商誉的账面价值为 56,564.47 万元，系公司 2021 年 2 月换股收购北星药业形成。北星药业主营业务为医疗器械类敷料产品和功能性护肤品的研发及生产，与发行人主营业务形成同一产业链互补。如果未来宏观经济、医疗器械及化妆品产业政策或行业发展状况等外部因素发生重大不利变化，北星药业未能及时调整发展方向，则可能对北星药业的持续经营产生不利影响，进而发行人账面商誉面临减值的风险。

（3）销售费用增加的风险

报告期内，公司销售费用分别为 2,137.03 万元、11,540.50 万元、26,543.97 万元和 17,046.00 万元，销售费用率分别为 5.72%、8.60%、16.75%及 14.47%，销售费用金额增长较快。由于目前公司仍处于市场开拓阶段，市场推广投入持续增加，尤其是广告宣传推广费用投入增长较快，未来公司销售费用可能持续增长，若上述销售费用投入无法取得预期效果，则可能使公司盈利能力下滑。

（4）存货损失的风险

报告期内，为提高物流配送时效性，公司存在将部分产成品委托存放和保管于第三方物流仓库，并由其代发行人进行产品拣选、配送和管理的情形。随着公司的销售规模持续扩大，报告期各期末，公司存放于第三方物流仓库的存货账面

价值分别为 0、1,473.94 万元、859.57 万元和 **645.98 万元**，占公司各期存货账面价值的比例分别为 0、34.82%、12.19%和 **9.88%**。如果第三方物流仓库管理不当，公司委托存放和保管的存货存在盘亏、遗失甚至损毁等损失风险。

(5) 无法持续保持较高毛利率水平的风险

报告期内，发行人综合毛利率分别为 77.88%、76.97%、76.47%及 80.37%，均保持在较高水平。随着行业竞争的不断加剧、部分潜在竞争者的进入，发行人为了维持整体业绩规模和抢占主要产品市场占有率，存在降低产品销售价格的可能，从而存在无法持续保持较高毛利率水平的风险。

5、法律风险

(1) 业务资质无法按时办理续期风险

公司所处行业监管日趋严格，主营业务开展需取得国家或省级行业监管部门的批准，需取得化妆品生产许可证、医疗器械生产许可证、医疗器械经营备案凭证等业务资质，生产和经营的相关产品也需取得有关注册或备案。公司已取得的化妆品生产许可证、医疗器械生产许可证的有效期分别至 2023 年 3 月 5 日、2025 年 11 月 16 日，若因为任何客观或非客观的原因，导致公司及子公司未来未能如期取得相关业务资质，或相关业务资质到期后无法及时续展，将导致公司及子公司未来不能继续生产或经营相关产品，对公司未来的持续经营会造成不利影响。

(2) 营销信息发布风险

化妆品和医疗器械的营销推广须严格遵守《中华人民共和国广告法》《化妆品卫生监督管理条例》《化妆品广告管理办法》《化妆品标识管理规定》《医疗器械说明书、标签和包装标识管理规定》等法律法规的规定。2021 年 4 月 9 日，国家药品监督管理局发布《化妆品功效宣称评价规范》，该规范于 2021 年 5 月 1 日起施行，总体对化妆品产品功效宣传提出了更为严格的要求，包括要求宣称特定功能的化妆品应当按照强制性国家标准、技术规范的要求开展人体功效评价试验等。如果公司或公司的相关人员对最新法规、监管要求、产品性能及产品功效等理解不够精准，可能导致公司发布的广告内容不准确或具有误导性，亦可能导致公司发布的营销信息不符合合规要求，出现因夸大或者虚假广告宣传引发的纠

纷或诉讼情况，或收到有关部门的行政处罚或采取监管措施，从而导致被消费者索赔、被主管机关处罚的风险。

(3) 租赁房产瑕疵风险

截至本上市保荐书签署日，公司及子公司的生产场地、仓库及部分办公用地为租赁取得，公司及子公司租赁仓库的不动产权证（房产证）仍在办理之中。如仓库出租方最终无法取得仓库的不动产权证（房产证），或任何第三方主张对租赁仓库的所有权或占有处分权，或任何租赁物业的出租方在租赁期限内单方提出终止租赁协议，则公司可能将无法续租，可能会对公司业务经营造成不利影响。

(4) 主要股东可能从事相同或相似业务的风险

2021年2月，哈三联以其持有的北星药业100%股权对敷尔佳进行增资，增资完成后，哈三联持有敷尔佳5.00%股权，不再持有北星药业股权。未来哈三联若从事相同或相似业务，将与敷尔佳构成业务竞争关系，可能对公司经营产生不利影响。

6、不可抗力风险

若发行人在其正常经营中发生不能预见、不能避免并不能克服的客观情况，包括但不限于自然灾害、传染疾病、台风、地震、洪水、战争等情形，则对发行人的日常经营活动和持续经营能力造成不利影响。

2020年以来，国内爆发新冠肺炎疫情，对发行人整体管理经营和业绩表现造成不利影响。若发行人主要生产经营所在地新冠肺炎疫情反弹，可能会对发行人的正常生产经营造成不利影响。

7、发行失败风险

公司本次申请首次公开发行股票并在创业板上市，发行结果将受到公开发行时国内外宏观经济环境、证券市场整体情况、投资者对公司股票发行价格的认可程度及股价未来趋势判断等多种内、外部因素的影响，可能存在因认购不足而导致的发行失败风险。

8、实际控制人可能履行特殊权利的风险

2021年2月9日，敷尔佳有限、张立国与哈三联签署了《哈尔滨三联药业股份有限公司关于哈尔滨敷尔佳科技发展有限公司之投资协议》（以下简称“《投资协议》”），其中约定了优先认购权、优先购买权、共同出售权、反稀释、回购权、业绩承诺及补偿、领售权、更优惠条款等特殊权利条款。2021年6月29日，敷尔佳、张立国与哈三联签署关于《投资协议》之补充协议，约定《投资协议》中关于优先认购权、优先购买权、共同出售权、反稀释、领售权、更优惠条款等特殊权利条款在敷尔佳就首次公开发行上市向深交所递交首发上市申请文件之日起自动终止且自始无效，未能成功IPO时自动恢复生效，且追溯至《投资协议》生效之日，但相应责任主体不再包括敷尔佳，仅由张立国承担上述条款项下的责任和义务；回购权条款、业绩承诺及补偿条款在敷尔佳就首次公开发行上市向深交所递交首发上市申请文件之日，敷尔佳不再承担相关义务，但相关情形触发时，哈三联有权向张立国主张对应的权利。

尽管上述条款并不影响公司的权利和利益，但是如果触发约定条件，则公司实际控制人张立国面临回购、业绩承诺及补偿义务的风险。

9、公司行业分类可能发生变化的风险

报告期内，发行人主营业务为专业皮肤护理产品的研发、生产和销售，在售产品覆盖医疗器械类产品和化妆品类产品。

《上市公司行业分类指引》相关规定，“当上市公司某类业务的营业收入比重大于或等于50%，则将其划入该业务相对应的行业”。2020年，公司医疗器械类敷料产品的销售收入占比超过50%，因此公司所处行业为“C35专用设备制造业”；根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），公司所处行业为“C35专用设备制造”中的“C3589其他医疗设备及器械制造”。

报告期内，公司医疗器械类敷料产品的销售收入占比分别为89.92%、68.38%、55.54%、57.63%，整体呈下降趋势。报告期内，由于公司上市销售了多款差异化的功能性护肤品并通过网络直播营销、明星推广、种草推广等营销活动，提高营销转化效率，促使公司化妆品类护肤品的销售额快速上升，预计未来化妆

品的销售占比将进一步提升。如公司化妆品类产品销售占比超过 50%，公司行业分类将变更为《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）中“C26 化学原料和化学制品制造业”；根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），公司所处行业将变更为“C268 日用化学产品制造”中的“C2682 化妆品制造行业”。

发行人医疗器械类产品和化妆品类产品的销售占比变化可能会导致其行业分类发生变化，但其所处细分行业环境、市场供求趋势与竞争程度以及主营业务、生产模式及募投项目建成后生产模式等未发生重大变化，不会导致公司的主营业务发生重大变化。

二、本次发行情况

股票种类：	人民币普通股（A 股）
每股面值：	1.00 元
发行股数：	本次发行的股票数量不超过 4,008.00 万股（不含采用超额配售选择权发行的股票数量），且不低于本次发行完成后公司股份总数的 10%。公司和主承销商可采用超额配售选择权，采用超额配售选择权发行股票数量不得超过本次发行股票数量（不含采用超额配售选择权发行的股票数量）的 15%。本次发行不存在原股东公开发售的情形。
占发行后总股本的比例：	不低于 10%
每股发行价格：	【】元（由发行人和主承销商通过向询价对象询价的方式或者中国证监会认可的其他方式确定）
发行人高管、员工拟参与战略配售情况：	若公司决定实施高管及员工战略配售，将在本次公开发行股票注册后、发行前，履行内部程序审议该事项的具体方案，并依法进行披露
保荐机构相关子公司拟参与战略配售情况：	保荐机构将根据发行情况及证券交易所的要求，安排相关子公司参与本次发行战略配售，具体按照深圳证券交易所相关规定执行。保荐机构及其相关子公司后续将按要求进一步明确参与本次发行战略配售的具体方案，并按规定向深圳证券交易所提交相关文件
发行市盈率：	【】倍（按照每股发行价格除以发行后每股收益计算，每股收益按照最近一年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产：	4.76 元（按照 2021 年 9 月 30 日经审计的归属于母公司的净资产除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产：	【】元
发行市净率：	【】倍（按照发行价格除以本次发行后每股净资产计算）
发行方式：	本次发行采用网下向询价对象配售和网上向社会公众投资者按市值

	申购定价发行相结合的方式或中国证监会、深圳证券交易所认可的其他方式（包括但不限于直接定价发行、向战略投资者配售股票）
发行对象：	符合资格和条件的战略投资者（包括但不限于保荐机构依法设立的相关子公司、公司高级管理人员与核心员工参与本次发行战略配售设立的专项资产管理计划等）、询价对象和在深圳证券交易所开立账户符合创业板投资者适当性管理要求的投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式：	余额包销
募集资金总额：	【】万元
募集资金净额：	【】万元
发行费用概算：	本次新股发行费用总额为【】万元，其中： 承销费及保荐费【】万元 审计费【】万元 评估费【】万元 律师费【】万元 用于本次发行的信息披露费【】万元 发行手续费【】万元

三、保荐代表人、项目协办人及其它项目组成员情况

（一）保荐代表人

鄢凯红：现任中信证券全球投资银行管理委员会高级副总裁，保荐代表人，负责及参与完成了长久物流 IPO、亚玛顿 IPO、重庆医药借壳上市等上市项目，常林股份非公开增发、西王食品非公开增发、星湖科技非公开增发、长久物流可转债等上市公司再融资项目，渝三峡发行股份购买资产、大唐发电收购等重大资产重组项目，以及富春环保公司债、京能电力公司债、恒邦股份公司债等债务融资项目。

范新亮：现任中信证券全球投资银行管理委员会副总裁，保荐代表人、注册会计师，曾作为现场负责人或项目核心成员参与了悦康药业、艾力斯医药、百克生物、天广实生物、长风药业等医药企业 IPO 项目，以及万达信息公开发行可转债项目。

（二）项目协办人

陈溪峪：现任中信证券全球投资银行管理委员会医疗健康行业组高级经理，曾作为项目组成员参与完成狮桥十期融资租赁 ABS、2018 年第三期狮桥融资租

赁 ABS、恒大供应链 ABS、华夏幸福供应链 ABS 等资产证券化项目；作为项目核心成员参与了恩威药业 IPO 项目、多瑞医药 IPO 项目、三元基因 IPO 项目、康希诺 IPO 项目、百克生物 IPO 及迪哲医药 IPO 等项目。

（三）项目组其他成员

朱绍辉：现任中信证券全球投资银行管理委员会高级副总裁，保荐代表人、注册会计师、注册税务师、资产评估师，曾负责及参与了纳微科技科创板 IPO、百克生物科创板 IPO、哈三联 IPO、济民制药 IPO、迦南科技 IPO 以及重药控股重大资产重组等医药类资本运作项目；做为项目核心人员参与了联化科技 2011 公开增发等非医药类项目。

李柯：现任中信证券全球投资银行管理委员会高级经理，作为项目组成员参与了纳微科技科创板 IPO、义翘科技创业板 IPO、天台药业创业板 IPO、贝康医疗港股 IPO、某化药集团 IPO、某化药企业 Pre-IPO 财务顾问等医疗行业资本运作项目；亦参与协助瑞达期货 IPO、益海嘉里 IPO、新汶矿业公司债等非医疗类项目。

姜逸茵：现任中信证券全球投资银行管理委员会高级经理，作为项目主要成员参与了义翘科技创业板 IPO、丹娜生物科创板 IPO、天松医疗创业板 IPO 等项目，以及万达信息创业板公开发行可转债项目。

罗文佳：现任中信证券全球投资银行管理委员会高级经理，作为核心成员参与了温岭工刃量具交易中心、亿邦国际、维港环保、浙江纳尼亚、浦林成山、捷荣国际、中升集团、爱得威建设等公司境外上市和融资项目；在医疗健康领域，曾代表投资方参与艾康特医疗、精锋医疗、核心医疗、海和生物、禾木（生物）、申淇医疗、亿康基因、微堂集等公司的融资项目。

四、保荐人与发行人的关联关系、保荐人及其保荐代表人是否存在可能影响公正履行保荐职责情形的说明

（一）保荐人或其控股股东、实际控制人、重要关联方持有或者通过参与本次发行战略配售持有发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况

截至本上市保荐书签署日，保荐人或其控股股东、实际控制人、重要关联方不存在持有发行人或其控股股东、重要关联方股份的情况。

（二）发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方持有保荐人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况

截至本上市保荐书签署日，发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方不存在持有保荐人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况。

（三）保荐人的保荐代表人及其配偶，董事、监事、高级管理人员，持有发行人或其控股股东、实际控制人及重要关联方股份，以及在发行人或其控股股东、实际控制人及重要关联方任职的情况

截至本上市保荐书签署日，保荐人的保荐代表人及其配偶，董事、监事、高级管理人员，不存在持有发行人或其控股股东、实际控制人及重要关联方股份的情况，亦不存在发行人或其控股股东、实际控制人及重要关联方任职的情况。

（四）保荐人的控股股东、实际控制人、重要关联方与发行人控股股东、实际控制人、重要关联方相互提供担保或者融资等情况

截至本上市保荐书签署日，保荐人的控股股东、实际控制人、重要关联方与发行人控股股东、实际控制人、重要关联方不存在相互提供担保或者融资等情况。

（五）保荐人与发行人之间的其他关联关系

截至本上市保荐书签署日，保荐人与发行人之间不存在其他关联关系。

五、保荐人对发行人是否就本次证券发行上市履行相关决策程序的说明

（一）董事会

2021年5月8日，发行人召开了第一届董事会第二次会议，全体董事出席会议，审议通过首次公开发行股票并在创业板上市的相关议案。

（二）股东大会

2021年5月24日，发行人召开了2021年第二次临时股东大会，全体股东出席会议，审议通过了首次公开发行股票并在创业板上市以及授权董事会办理首次公开发行股票并在创业板上市具体事宜的议案。

综上，本保荐人认为，发行人本次公开发行股票并在创业板上市已获得了必要的批准和授权，履行了必要的决策程序，决策程序合法有效。

六、保荐人对发行人是否符合创业板定位的专业判断

（一）发行人技术优势、产品创新情况、市场空间、市场容量、客户拓展能力、成长性、与同行业可比公司优劣势对比等相关情况

1、市场空间及市场容量

发行人是一家从事专业皮肤护理产品的研发、生产和销售的公司，在售产品覆盖医疗器械类敷料产品和功能性护肤品。2016年至2020年，中国皮肤护理产品行业市场规模由1,570亿元增长至2,769亿元，年复合增长率为15.3%。2020年至2025年，预计中国皮肤护理产品行业将保持13.7%的年复合增长率增长，预计到2025年中国皮肤护理产品行业的市场规模将达5,261亿元。发行人所在的专业皮肤护理产品的市场规模由2016年的92亿元增长至2020年的265亿元，年均复合增长率为30.3%。预计到2025年，专业皮肤护理产品的市场规模将达到767亿元。随着居民生活水平的提高、居民对自身健康及肌肤护理的重视程度不断提高、皮肤护理产品种类繁多、可满足需求多样化等多重因素的驱动下，中国居民越来越愿意将更多的支出投入个人护理，促进了皮肤护理产品行业的

快速发展，公司所处行业市场空间及容量较大。

2、发行人技术优势及产品创新情况

（1）产品创新技术优势

2012 年，发行人实际控制人在经营其控股的华信药业期间，捕捉到市场变化趋势和庞大的消费需求，根据市场变化情况决定将皮肤护理产品领域调整为公司未来的业务发展方向。华信药业与生产企业进行合作，通过两年左右的产品研究，于 2014 年 11 月完成“医用透明质酸钠修复贴”的研发。公司系较早进入专业皮肤护理产品市场的参与者之一，具备较为长期研究的技术优势及市场先发优势。

（2）产品配方配比研究能力

公司在配方配比及工艺筛选上，基于透明质酸钠不同分子量区间的具备不同特点的特性，针对要解决的肌肤问题，筛选出不同分子量透明质酸钠的用量配比以达到更好的效果。对于某些使用功效好，但理化性质不稳定的原料，比如虾青素，公司通过文献研究及配比尝试，进而筛选出能够保护虾青素活性的原料及与之相组合的配比，最终保证了产品的功效及稳定性。

（3）包装设计及其材料选择能力

公司具备较强的包装设计能力，通过采用分子立体构型，结合原料图形以及不同的色彩搭配等进行组合设计。基于简洁明了的设计语言，赋予产品以科技感，通过相似的设计风格，不断形成较强的标志性元素，区别于市场上的同类产品，进而打造出独特的视觉识别印象。

公司通过对不同脸型的研究及膜布肤感、透气性、拉伸程度等方面的测试，综合选择出具备较强吸水输出能力且能够均匀分布有效成分的膜布，作为公司产品的载体，以达到更好的使用效果。此外，公司建立有完整的内包材材质测试流程，包括抗跌落强度测试、热封强度测试、冷冻强度测试、密封性测试、包装尺寸及容量检测、印刷质量检测等，从而对公司内包材材料进行有效的筛选。

(4) 完整的质量控制链条

公司通过多个关键节点加强管控公司质量控制链条，以有效管理公司产品的质量。在研发期间，通过进行国标基础检测与刺激性检测确保产品符合国家行业标准及无刺激性成分。在产品研发完成后，会通过在不同环境条件下（如极寒、极热等恶劣气候环境）进行检测，以确定产品的性状、稳定性等指标是否符合预设。在生产过程中，进行原料检测、半成品检测、成品检测，对不同阶段的料液送检第三方，确保产品的安全性及完好性。对已上市的产品，公司还会进行定期抽样送检，确保每一款产品的品质和安全均能得到有效保障。

3、客户拓展能力、成长性

报告期内，公司主营业务收入快速增长，具体情况如下：

单位：万元、%

渠道	2021 年 1-9 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
线上	37,992.17	32.26	46,087.85	29.08	30,964.45	23.07	4,424.54	11.85
线下	79,785.38	67.74	112,413.84	70.92	103,282.13	76.93	32,924.01	88.15
合计	117,777.55	100.00	158,501.70	100.00	134,246.58	100.00	37,348.55	100.00

(1) 销售复合增长率情况

报告期内，公司主营业务增长迅速，2018 年至 2020 年公司销售业绩复合增长率达 106%，各不同渠道下医疗器械及化妆品类产品的销售复合增长率情况如下：

销售渠道	销售模式	产品类别	年复合增长率 (2018-2020)
线上渠道	直销	医疗器械类产品	356.56%
		化妆品类产品	591.03%
		小计	429.07%
	代销	医疗器械类产品	—
		化妆品类产品	
		小计	

销售渠道	销售模式	产品类别	年复合增长率 (2018-2020)
	经销	医疗器械类产品	435.40%
		化妆品类产品	17.04%
		小计	46.31%
	小计		222.74%
线下渠道	经销	医疗器械类产品	40.30%
		化妆品类产品	922.16%
	小计		84.78%
合计			106.01%

注：公司代销业务自 2020 年起开展。

2018 年至 2020 年，公司线上渠道及线下渠道分别实现 222.74%及 84.78% 的年复合增长率；其中，线上直销年复合增长率达到 429.07%，医疗器械类产品及化妆品类产品线上销售分别实现 356.56%及 591.03%的年复合增长率。预计未来线上渠道中直销业务的进一步增长将成为公司收入增长的主要动力之一，其中化妆品的线上直销业务的成长性更高。

(2) 线上渠道成交转化率及订单情况

公司天猫平台店铺账户活跃度及转化率情况如下：

产品	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度
店铺浏览量（次/月）	17,215,476	28,139,063	15,562,525
访客数（人/月）	3,369,558	8,333,144	2,749,517
店铺销售人数（人）	3,624,732	4,363,585	2,945,730
成交转化率	11.95%	4.59%	9.74%

注：1、由于公司自 2019 年 2 月起开始启用天猫平台的赤兔名品统计平台，因此仅能获取到 2019 年 2 月至 2021 年 9 月公司天猫平台店铺的流量数据；

2、店铺浏览量指店铺各页面被查看的次数，用户多次打开或刷新同一个页面，该指标值累加（包含 PC 端和手机端的所有访问）；

3、访客数指全店各页面的访问人数，一天内，同一访客多次访问会进行去重计算（包含 PC 端和手机端的所有访问）；

4、全店成交转化率=店铺销售人数/访客数；

5、上述为报告期内天猫平台的数据。

报告期内，公司线上直营店铺日均订单情况如下：

产品	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
日均订单数量（单）	12,802	13,246	8,430	127
日均订单金额（元）	1,056,927.30	1,196,998.32	670,285.56	29,070.95
日订单均价（元）	82.56	90.36	79.52	228.12

注：上述为报告期内天猫平台的数据

报告期内，皮肤护理行业快速发展，电子商务零售业态和商业模式逐渐成熟。2019 年，公司通过大力开展互联网宣传及推广活动，提升消费者认可度，报告期内，公司日均订单数增速较快，日均交易金额也有较大幅度提高。自 2019 年公司销售投入逐步增加，公司的产品销量及曝光度都进入了快速增长期，日均订单数及订单金额都实现了跨越式增长。报告期内，公司客户拓展在线上渠道部分表现良好，访客数及销售人数增加迅速，成长性较好。

（3）线下渠道销售成长性

报告期内各完整年度，公司线下经销商经销规模大于 100 万的占线下经销收入的比重如下：

单位：万元、%

经销商交易规模	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
100 万以上	97,715.89	86.93	84,132.94	81.46	23,063.49	70.05

报告期内，公司线下经销商交易金额大于 100 万元的占比持续增加，公司线下渠道客户拓展能力良好，有效推动了线下销售金额的增长，具备成长性。报告期内，公司为拓展公司产品在药店、商超、便利店、化妆品专营店等实体店铺的销售，增强产品的线下体验，提升产品展示及服务空间，公司与掌握实体销售渠道资源和专业销售实力的经销商进行合作，以增强线下体验、增多展示及服务空间、形成自主可控的私域流量，为公司的后续成长打下基础。

4、发行人核心竞争力

发行人的核心竞争力系经由基于核心技术推出的产品及多渠道布局的销售策略逐步形成了具备市场认知度和品牌力的品牌。由于市场认知度及品牌影响力较难进行量化，故选取产品的复购率及市场占有率作为衡量的关键指标进行

列示，具体情况如下：

项目		定义	敷尔佳
市场占有率 (2020 年)		中国贴片类专业皮肤护理产品行业竞争者按照品牌厂家销售额为口径	年收入位居第一，占中国贴片类专业皮肤护理产品市场 21.3%
复购率	2018 年	天猫平台当期平台复购客户数量/ 天猫平台当期店铺总客户量	17.89%
	2019 年		32.17%
	2020 年		33.83%

报告期内，公司已形成了以适用于轻中度痤疮、促进创面愈合与皮肤修复的 II 类医疗器械类产品为主，多种形式的功能性护肤品为辅的立体化产品体系，且上市销售逾 40 个产品，已拥有多个年销售额过亿元的单品。

公司目前的管理及研发团队汇集了多学科的各类专业人才，在市场需求发现、产品方向选择、配方开发、包装设计等方面具备竞争优势。管理及研发团队能够准确把握市场动向，挖掘消费者的潜在需求，并可结合潜在市场机会开发出优质产品，从而实现公司产品持续满足市场需求，紧跟行业潮流，并在消费需求多元化趋势下保持强劲的市场竞争力。

5、发行人产品与同行业可比公司优劣势对比

通过与市场上同类产品进行比较，除 2018 年公司线上平台上市首年复购率较低外，其他各年公司产品复购率总体较高，说明公司产品黏性较高且市场认可度较高；2020 年市场占有率排名第一，说明公司品牌影响力较强，具备一定竞争优势。

发行人设立初期通过轻资产运行的方式，集中精力对上下游供应链进行管理，选择药品生产企业进行合作以达到产品品质可控及产能充分保障的优势。医药企业在洁净车间生产，生产过程严格按照相关标准进行，产品质量安全可靠、品质可控；哈三联为上市药企，生产能力强，且药企通过新版 GMP 认证后，生产效率提高，产能保障充分，确保“敷尔佳”产品稳定供应。

报告期内，公司研发活动多为非特殊化妆品研发、已有产品升级及性能检测等日常研发活动，较同行业可比公司研发活动涉及原料的研发/提取、工艺开发及临床研究类研发项目等技术水平存在一定劣势。公司已着手临床研究类研

发项目的投入和研发，如Ⅲ类医疗器械医用重组Ⅲ型人源化胶原蛋白敷料；同时，公司已通过寻求与科研院所等外部研发机构合作，扩充研发产品线并提高研发效率，如与外部科研院所合作进行新产品的开发及原料方向的选择等，以增强公司的研发实力。

（二）发行人符合创业板定位及“三创四新”的相关情况

1、公司符合创业板行业的领域要求

2020年，公司Ⅱ类医疗器械的销售收入占比为55.54%。根据证监会2012年10月26日颁布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所处行业为“C35专用设备制造业”；根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），公司所处行业为“C35专用设备制造”中的“C3589其他医疗设备及器械制造”；根据国家药监局发布的《医疗器械分类目录》，公司主要产品属于Ⅱ类医疗器械。

根据《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第四条的规定，公司所处行业不属于“不支持在创业板发行上市的行业”，符合创业板行业领域的要求。

2、公司所属行业符合创业板定位要求

为科学界定新产业新业态新商业模式（以下简称“三新”）范围，满足统计上监测“三新”经济活动规模、结构和质量等需要，国家统计局以党中央、国务院关于加快发展“三新”的有关要求为指导，以《国民经济行业分类》为基础，以重点反映先进制造业、互联网+、创新创业、跨界综合管理等“三新”活动为基本出发点，制定了《新产业新业态新商业模式统计分类（2018）》，发行人主营业务契合该分类标准中“0802 健康管理及促进服务”之“080108 生物医用材料服务”及“0812 现代零售服务”之“081201 互联网零售”。因此公司主营业务属于新产业、新业态、新商业模式的范畴，公司所属行业符合创业板定位要求。

3、公司自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

（1）公司自身的创新、创造、创意特征

1) 公司注重产品创新，持续推出契合消费者需求的新产品

公司目前的管理及研发团队汇集了多学科的各类专业人才，在市场需求发现、产品方向选择、配方开发、包装设计等方面具备竞争优势。管理及研发团队能够准确把握市场动向，挖掘消费者的潜在需求，并可结合潜在市场机会开发出优质产品，从而实现公司产品持续满足市场需求，紧跟行业潮流，并在消费需求多元化趋势下保持强劲的市场竞争力。

公司销售的医用透明质酸钠修复贴，适用于修复轻中度痤疮、促进创面愈合，及辅助治疗痤疮愈后、皮肤过敏与激光光子治疗术后早期色素沉着和减轻瘢痕症状，占据了市场先发优势，树立了良好的品牌形象和市场口碑；同时，内含胶原蛋白、虾青素、积雪草等成分的功能性护肤品，有助于使肌肤水润光泽、改善肤色、舒缓修护、补水保湿等，成为年销售额过亿元的单品。

2) 公司注重模式创新，逐步形成满足市场形势变化的业务模式

公司拥有一支经验丰富、运营效率高的销售团队，在皮肤护理产品销售方面积累了丰富的实战经验，具有较强的市场敏锐度，能够根据市场形势的变化持续进行销售模式创新，从而在千变万化的市场环境中始终保持领先地位。公司的市场创新能力突出表现在对销售渠道的选择和对营销方式的选择两方面：

在销售渠道方面，公司建立了完善的分级管理机制，深入触达医疗机构、美容机构等终端渠道，通过专业渠道经销商的合作拓展了化妆品专营店、大型商超等实体销售渠道，通过分销联盟系统平台进一步下沉销售渠道、深度拓展市场空间；同时，基于线下渠道沉淀的市场口碑，形成了直销、经销、代销相结合的线上销售渠道，充分利用互联网的高效性，通过主流电商平台汇集用户流量，借助灵活的新媒体营销手段，进一步提升了品牌知名度。在国货热潮的带动下，凭借着良好的产品质量成功把握住皮肤护理产品行业快速增长的发展机遇，实现了业务的快速增长。

在营销方式方面，公司从知名度及专业性两方面提高消费者对公司品牌的认可度。通过紧跟时代发展的潮流，充分利用新媒体时代营销渠道多元化的特性，积极开展网络直播营销、明星推广、种草推广等合作以增加产品知名度；通过小

红书、抖音等垂直领域的内容平台，对消费者提供专业化的产品教育，形成内容沉淀，实现从广度到精度的聚焦。

(2) 公司的科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

1) 公司充分利用先发优势在皮肤护理产品领域取得了相对优势

公司以术后修复和肌肤问题解决类产品作为主要切入点，打造了“敷尔佳”品牌 II 类医疗器械类敷料产品。该产品利用透明质酸钠活性成分，促进皮肤屏障自我修复，实现对肌肤的护理。随着品牌影响力的持续沉淀，“敷尔佳”品牌在消费者群体中已经具备了一定的知名度，并积累了一批忠实用户群体。公司凭借着在电商平台优异的表现，逐步提升了行业内同类产品销量领先的地位。根据弗若斯特沙利文的分析报告，2020 年，公司贴片类产品销售额为贴片类专业皮肤护理产品市场第一，占比 21.3%。

公司凭借其优质的产品受到了市场的广泛认可，荣获“2018 年中国美容化妆品业受欢迎品牌”、“2019 最佳人气企业”等多项荣誉。

2) 公司通过与互联网营销渠道的深度融合实现销售收入快速增长

公司充分利用互联网思维，通过电商平台推广、影视剧/综艺节目广告植入、明星代言宣传以及互联网社交平台推广等营销方式，实现与互联网电子商务的深度融合。公司灵活运用互联网营销手段和先进大数据分析方法，实施精准营销，全面带动公司整体销售收入的增长。报告期内，公司线上渠道销售收入分别为 4,424.54 万元、30,964.45 万元、46,087.85 万元和 **37,992.17** 万元，占整体销售收入的比例分别为 11.85%、23.07%、29.08%和 **32.26%**。

3) 公司顺应新业态下零售模式的发展趋势构建了线上线下全渠道营销体系

随着天猫、京东、小红书、抖音等主流电子商务平台与互联网社交平台的快速崛起，皮肤护理产品零售的营销思路不再局限于线下/线上店铺等单一销售推广渠道，公司借助线上渠道的发力实现销售规模的快速扩张。同时，随着大数据技术的快速普及和广泛运用，公司重视线上线下的协同优势，实现线上互动与线下体验、线上下单与线下服务的融合，以提升产品带给客户的全方位体验，并通过线上线下渠道相结合的营销思路进一步提升品牌影响力和市场竞争力。

4) 公司利用供应链管理优势提升了运营效率

基于轻资产运营的经验，公司发挥在供应链体系中的主导作用，提升供应商体系的积极性和配合度，快速建立起自有品牌力，并积极响应客户和消费者需求，有效提高业绩增长。公司不断优化供应链管理体系，增强供应链的安全性和灵活性，通过不断筛选更替，公司已精选出合作稳定的供应商及销售能力突出的经销商。

（五）发行人是否符合创业板定位的意见

经核查，公司业务发展依靠创新、创造、创意的大趋势，通过多年的市场口碑积累和品牌推广，已拥有多个年销售额过亿元的单品，在贴片类专业皮肤护理产品市场排名第一，符合《新产业新业态新商业模式统计分类（2018）》的行业目录，公司主营业务属于新产业、新业态、新商业模式的范畴。公司符合创业板定位要求。

七、保荐人对公司是否符合上市条件的说明

发行人股票上市符合《公司法》《证券法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》规定的上市条件：

（一）发行前公司股本总额为人民币 36,000.00 万元，发行后股本总额为人民币 40,008.00 万元，本次发行后公司股本总额不低于人民币 3,000 万元。

（二）本次公开发行股份总数为不超过 4,008.00 万股（不考虑行使超额配售选择权），占发行后股份总数的 10.02%，公司公开发行的股份不低于本次发行后股份总数的 10%。

（三）市值及财务指标

依据《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》等相关法律法规，发行人选择具体上市标准如下：

“（一）最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于人民币 5,000 万元”

发行人最近两年（2019 年和 2020 年），发行人经审计扣除非经常性损益前

后孰低的归属于公司普通股股东净利润均为正，分别为 20,345.24 万元、47,674.61 万元，累计净利润为 68,019.85 万元，符合所选上市标准“（一）最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于人民币 5,000 万元”的规定要求。

本次股票发行申请尚需深圳证券交易所审核并由中国证监会作出同意注册决定。

八、保荐人按照有关规定应当承诺的事项

（一）保荐人已按照法律法规和中国证监会及深圳证券交易所的规定，对发行人及其控股股东、实际控制人进行了尽职调查、审慎核查，充分了解了发行人经营状况及其面临的风险和问题，履行了相应的内部审核程序，已具备相应的保荐工作底稿支持，同意推荐发行人证券发行并上市，并据此出具本上市保荐书。

（二）保荐人有充分理由确信发行人符合法律法规、中国证监会及深圳证券交易所有关证券发行上市的相关规定。

（三）保荐人有充分理由确信发行人申请文件和信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

（四）保荐人有充分理由确信发行人及其董事在申请文件和信息披露资料中表达意见的依据充分合理。

（五）保荐人有充分理由确信申请文件和信息披露资料与证券服务机构发表的意见不存在实质性差异。

（六）保荐人保证所指定的保荐代表人及本保荐人的相关人员已勤勉尽责，对发行人申请文件和信息披露资料进行了尽职调查、审慎核查。

（七）保荐人保证保荐书、与履行保荐职责有关的其他文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

（八）保荐人保证对发行人提供的专业服务和出具的专业意见符合法律、行政法规、中国证监会及深圳证券交易所的规定和行业规范。

（九）保荐人自愿接受中国证监会依照《证券发行上市保荐业务管理办法》

采取的监管措施。

（十）若因本保荐人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，将依法赔偿投资者损失。

九、对发行人持续督导期间的工作安排

事项	工作安排
（一）持续督导事项	在本次发行股票上市当年的剩余时间及其后三个完整会计年度内对发行人进行持续督导
1、督导发行人有效执行并完善防止控股股东、实际控制人、其他关联机构违规占用发行人资源的制度	强化发行人严格执行中国证监会相关规定的意识，进一步完善各项管理制度和发行人的决策机制，协助发行人执行相关制度；通过《保荐协议》约定确保保荐人对发行人关联交易事项的知情权，与发行人建立经常性信息沟通机制，持续关注发行人相关制度的执行情况及履行信息披露义务的情况
2、督导发行人有效执行并完善防止高管人员利用职务之便损害发行人利益的内控制度	督导发行人有效执行并进一步完善内部控制制度；与发行人建立经常性信息沟通机制，持续关注发行人相关制度的执行情况及履行信息披露义务的情况
3、督导发行人有效执行并完善保障关联交易公允性和合规性的制度，并对关联交易发表意见	督导发行人尽可能避免和减少关联交易，若有关的关联交易为发行人日常经营所必须或者无法避免，督导发行人按照《公司章程》、《关联交易管理制度》等规定执行，对重大的关联交易本机构将按照公平、独立的原则发表意见
4、督导发行人履行信息披露的义务，审阅信息披露文件及向中国证监会、证券交易所提交的其他文件	与发行人建立经常性信息沟通机制，督促发行人负责信息披露的人员学习有关信息披露的规定
5、持续关注发行人募集资金的专户存储、投资项目的实施等承诺事项	督导发行人按照《募集资金管理及使用制度》管理和使用募集资金；定期跟踪了解项目进展情况，通过列席发行人董事会、股东大会，对发行人募集资金项目的实施、变更发表意见
6、持续关注发行人为他人提供担保等事项，并发表意见	督导发行人遵守《公司章程》、《对外担保制度》以及中国证监会关于对外担保行为的相关规定
7、持续关注发行人经营环境和业务状况、股权变动和管理状况、市场营销、核心技术以及财务状况	与发行人建立经常性信息沟通机制，及时获取发行人的相关信息
8、根据监管规定，在必要时对发行人进行现场检查	定期或者不定期对发行人进行回访，查阅所需的相关材料并进行实地专项核查
（二）保荐协议对保荐人的权利、履行持续督导职责的其他主要约定	有权要求发行人按照证券发行上市保荐有关规定和保荐协议约定的方式，及时通报与保荐工作相关的信息；在持续督导期间内，保荐人有充分理由确信发行人可能存在违法违规行为以及其他不当行为的，督促发行人做出说明并限期纠正，情节严重的，向中国证监会、深圳证券交易所报告；按照中国证监会、深圳证券交易所信息披露规定，对发行人违法违规的事项发表公开声明

事项	工作安排
（三）发行人和其他中介机构配合保荐人履行保荐职责的相关约定	发行人及其高管人员以及为发行人本次发行与上市提供专业服务的各中介机构及其签名人员将全力支持、配合保荐人履行保荐工作，为保荐人的保荐工作提供必要的条件和便利，亦依照法律及其它监管规则的规定，承担相应的责任；保荐人对发行人聘请的与本次发行与上市相关的中介机构及其签名人员所出具的专业意见存有疑义时，可以与该中介机构进行协商，并可要求其做出解释或者出具依据
（四）其他安排	无

十、保荐人认为应当说明的其他事项

无其他需要说明的事项。

十一、保荐人对本次股票上市的推荐结论

作为敷尔佳首次公开发行股票并在创业板上市的保荐人，中信证券承诺，本保荐人已按照法律法规和中国证监会及深圳证券交易所的相关规定，对发行人及其控股股东、实际控制人进行了尽职调查、审慎核查，充分了解发行人经营状况及其面临的风险和问题，履行了相应的内部审核程序。

本保荐人认为：发行人申请其股票上市符合《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》及《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年修订）》等法律、法规的有关规定，发行人股票具备在深圳证券交易所创业板上市的条件。保荐人愿意推荐发行人的股票在深圳证券交易创业板上市交易，并承担相关保荐责任。

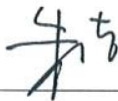
（此页无正文，为《中信证券股份有限公司关于哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之上市保荐书》之签章页）

保荐业务负责人：



马 尧

内核负责人：



朱 洁

保荐代表人：



鄢凯红



范新亮

项目协办人：

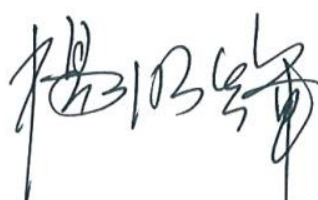


陈溪峪



（此页无正文，为《中信证券股份有限公司关于哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之上市保荐书》之签章页）

总经理：



杨明辉

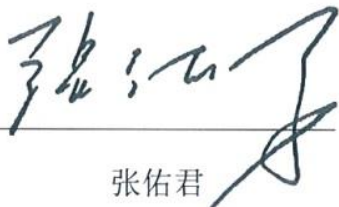


中信证券股份有限公司

2021年12月29日

（此页无正文，为《中信证券股份有限公司关于哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之上市保荐书》之签章页）

董事长、法定代表人：


张佑君

