

股票代码：300132

股票简称：青松股份



福建青松股份有限公司

2022 年度创业板向特定对象发行 A 股股票

募集说明书

(申报稿)

保荐机构（主承销商）：世纪证券有限责任公司



深圳市前海深港合作区南山街道桂湾五路 128 号前海深港基金小镇对冲基金中心 406

二〇二三年一月

声明

本募集说明书按照《创业板上市公司证券发行注册管理办法（试行）》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 36 号—创业板上市公司向特定对象发行证券募集说明书和发行情况报告书（2020 年修订）》等要求编制。

公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人（会计主管人员）保证本募集说明书中财务会计报告真实、完整。

中国证监会、深圳证券交易所对本次发行所作的任何决定，均不表明其对申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性做出保证，也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做出实质性判断或保证。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，证券依法发行后，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，自行承担证券依法发行后因发行人经营与收益变化或者证券价格变动引致的投资风险。

重大事项提示

本公司提请投资者仔细阅读本募集说明书“第六节 与本次发行相关的风险因素及其他重要事项”章节，并特别注意以下事项：

一、本次向特定对象发行的概要

（一）本次发行证券的价格或定价方式

本次向特定对象发行股票的定价基准日为公司第四届董事会第二十二次会议决议公告日。本次向特定对象发行股票的发行价格为 4.45 元/股，不低于定价基准日前 20 个交易日股票交易均价的 80%。定价基准日前 20 个交易日股票交易均价=定价基准日前 20 个交易日股票交易总额/定价基准日前 20 个交易日股票交易总量。

（二）发行数量

本次向特定对象发行数量不低于 71,910,113 股（含本数）且不超过 101,123,595 股（含本数），不超过本次发行前公司总股本的 30%，最终发行股票数量将在本次发行经深交所审核通过并取得中国证监会同意注册的批复后，由公司董事会根据公司股东大会的授权及发行时的实际情况，与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。

在定价基准日至发行日期间，若公司发生派息、送股、资本公积金转增股本、回购股份并注销等除权、除息事项，本次发行数量及发行对象认购本次向特定对象发行的股份数量将作相应调整。

（三）募集资金投向

本次向特定对象发行股票的募集资金总额不低于 32,000.00 万元（含本数）且不超过 45,000.00 万元（含本数），扣除发行费用后全部用于补充流动资金和偿还银行贷款。

如本次向特定对象发行募集资金到账时间与公司实际偿还相应借款进度不一致，公司可以使用自有资金先行偿还，待本次向特定对象发行募集资金到账后予以置换，或对相关借款进行续借，待募集资金到账后再归还。在相关法律法规允许及公司股东大会决议授权范围内，公司董事会对募集资金偿还的

每笔借款及金额等具体使用安排进行确定或调整。

二、本次发行构成关联交易

本次发行的发行对象林世达先生为公司董事；截至 2022 年 9 月 30 日，林世达先生 100%控股的香港诺斯贝尔直接持有公司 9.17%的股份，为公司第一大股东。因此，本次向特定对象发行股票构成关联交易。

公司严格遵照法律法规以及公司内部规定履行关联交易的审批程序。独立董事对本次关联交易进行了事前审核并发表了事前认可意见和独立意见。公司董事会在表决本次向特定对象发行股票相关议案时，关联董事回避表决，相关议案由非关联董事表决通过。在股东大会审议本次向特定对象发行股票相关事项时，关联股东已对相关议案回避表决。

三、本次发行将导致公司控制权发生变化

截至 2022 年 9 月 30 日，林世达先生 100%控股的香港诺斯贝尔直接持有公司 9.17%的股份，为公司第一大股东。公司无控股股东及实际控制人。

本次向特定对象发行数量不低于 71,910,113 股（含本数）且不超过 101,123,595 股（含本数），由林世达先生 100%认购，不超过本次发行前公司总股本的 30%。

林世达、香港诺斯贝尔、吉安广佳于 2022 年 10 月 11 日出具书面文件，确认：“自本确认函签署之日起，2018 年 11 月由杨建新、山西广佳汇企业管理咨询有限公司、柯维龙、柯维新、林世达、香港诺斯贝尔签署的《关于本次交易完成后福建青松股份有限公司董事会人员具体提名安排的确认函》失效，不再对各方具有法律约束力，各方对终止该确认函所述事项无异议。”

吉安广佳于 2022 年 10 月 11 日出具书面文件，确认：“自本次发行完成之日起，本公司及本公司的一致行动人作为上市公司股东期间，不单独、联合、通过他人以接受委托行使表决权、征集投票权、签署一致行动协议等任何方式主动谋求上市公司的实际控制人地位，也不向上市公司提名或推荐董事、监事和高级管理人员，并对第一大股东及其一致行动人提名的人选投赞成票。”

范展华实际控制的中山协诚通投资管理咨询有限公司和中山合富盈泰投资

管理咨询有限公司已于 2018 年 11 月 8 日出具书面文件，承诺：“本人/本企业/本公司及其一致行动人、关联方作为上市公司股东期间，不向上市公司提名或推荐董事、监事和高级管理人员。”

广东维雅已于 2018 年 11 月 8 日出具书面文件，承诺：“作为上市公司股东期间，放弃所持上市公司股票所对应的提名权、提案权和在股东大会上的表决权，且不向上市公司提名、推荐任何董事人选。”

以公司截至 2022 年 9 月 30 日的前 10 大股东及其持股数据为基础，本次发行完成后，公司预计持股 1%以上的股东持股情况如下：

股东	本次发行前		本次发行后			
	持股数量 (股)	比例	发行下限		发行上限	
			持股数量 (股)	比例	持股数量 (股)	比例
林世达	-	-	71,910,113	12.22%	101,123,595	16.37%
香港诺斯贝尔	47,392,045	9.17%	47,392,045	8.05%	47,392,045	7.67%
林世达及其一致 行动人持股	47,392,045	9.17%	119,302,158	20.27%	148,515,640	24.04%
吉安广佳	44,422,557	8.60%	44,422,557	7.55%	44,422,557	7.19%
范展华	11,332,803	2.19%	11,332,803	1.93%	11,332,803	1.83%
美好鑫星	7,565,337	1.46%	7,565,337	1.29%	7,565,337	1.22%
中欧基金	6,599,268	1.28%	6,599,268	1.12%	6,599,268	1.07%
广东维雅	6,025,900	1.17%	6,025,900	1.02%	6,025,900	0.98%

本次发行完成后，林世达先生与香港诺斯贝尔将合计持有公司不低于 119,302,158 股且不超过 148,515,640 股股票，占公司本次发行后总股本的比例不低于 20.27%且不超过 24.04%。同时，本次发行后第三大股东吉安广佳已承诺在本次发行完成后放弃向公司提名、推荐任何董事人选，第四大股东范展华、第七大股东广东维雅已于 2018 年放弃向公司提名、推荐任何董事人选，第五大股东美好鑫星和第六大股东中欧基金均系以财务投资为目的的证券投资基金产品，第八大及之后的股东因持股比例不足 1%，根据《公司章程》的约定均无权单独提名董事候选人（包括独立董事候选人）。据此，本次发行完成后，林世达先生及其一致行动人香港诺斯贝尔作为公司第一大股东和第二大股东，能够决定公司董事会半数以上成员选任。

因此，本次发行完成后，公司控股股东、实际控制人将变更为林世达先生，本次发行将导致公司控制权发生变化。本次发行完成后，公司股权分布将发生变化但不会导致公司股权分布不具备上市条件。

四、本次发行方案取得有关主管部门批准的情况以及尚需呈报批准的程序

本次发行已获得公司第四届董事会第二十二次会议、第四届董事会第二十六次会议、2022年第六次临时股东大会审议通过。

根据《公司法》《证券法》及《注册管理办法》等法律、法规、行政规章和规范性文件的规定，本次发行尚需获得深交所审核通过、取得中国证监会同意注册的批复后方可实施。

在获得中国证监会同意注册的批复后，公司将向深交所和中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司申请办理本次发行股票的发行、登记和上市事宜，完成本次向特定对象发行股票全部呈报批准程序。

五、特别风险提示

与本次发行相关的风险因素请参见本募集说明书“第六节 与本次发行相关的风险因素及其他重要事项”。其中，特别提醒投资者应注意以下风险：

（一）宏观经济环境变化及疫情引起的经营风险

目前国内疫情防控工作取得了积极成效，随着国内疫情防控措施的有序放开，化妆品行业整体消费有望逐步恢复。但如果未来宏观经济增速难以较快恢复或者疫情后消费者偏好趋于保守，可能会对居民消费支出产生不利影响，进而使化妆品行业不能及时恢复较快增长。虽然当前国内疫情总体得到有效控制，但全球疫情的延续时间及影响范围尚不明朗，如果后续因国外疫情未能及时有效控制而波及国内，导致公司或上下游企业减产、停产停工、物流系统中断，对公司的采购和销售造成重大影响，将可能会对公司经营业绩带来不利影响。

（二）公司主营业务结构将发生重大变化的风险

公司既定战略发展规划，深挖化妆品等大消费业务产业价值，将主要资源向化妆品、大消费业务方向聚焦。公司于2022年9月28日公告拟转让从事松

节油深加工业务的青松化工、香港龙晟两家全资子公司 100%股权并公开征集意向受让方。2022 年 10 月 31 日、2022 年 11 月 17 日，公司分别召开第四届董事会第二十五次会议、2022 年第五次临时股东大会，决议同意公司将持有的两家全资子公司青松化工、香港龙晟 100%股权分别以人民币 25,600 万元、2,822.47 万元的价格转让给王义年先生，股权转让对价合计 28,422.47 万元。2022 年 10 月 31 日，公司、王义年先生及青松化工、香港龙晟签订了附生效条件的《股权转让协议》。截至本募集说明书签署日，公司已收到全部股权转让款，交易双方已按照《股权转让协议》的约定完成了青松化工、香港龙晟两家公司 100%的股权转让事宜，公司不再持有青松化工、香港龙晟的股权，并因被动形成的财务资助尚未全部收回而成为青松化工股权质押人。

公司的主营业务结构将发生重大变化，从化妆品制造、松节油深加工两大业务板块变成化妆品单一业务，公司的主要收入与利润也将集中于化妆品业务，公司的经营状况更容易受到化妆品行业景气度的影响，从而影响公司收入及盈利水平。因此，公司面临主营业务结构发生重大变化的风险。

（三）被动形成对外财务资助尚未全部收回的风险

2022 年 11 月，公司根据既定战略发展规划，以及第四届董事会第二十五次会议、2022 年第五次临时股东大会的决议，将持有的青松化工、香港龙晟两家全资子公司 100%股权转让给王义年先生。

截至青松化工股权转让的评估基准日 2022 年 6 月 30 日，青松化工存在应付青松股份 64,108.64 万元拆借款。

根据《股权转让协议》，各方同意，在青松化工完成工商过户前，公司将敦促青松化工至少偿还 20,000 万元人民币拆借款，若青松化工自行偿还存在困难的，则王义年承诺将不足款项借款至青松化工进而偿还；在青松化工完成工商过户后 3 个月内，王义年将敦促青松化工偿还 20,000 万元人民币拆借款；在青松化工完成工商过户后 6 个月内，王义年将敦促青松化工偿还剩余所有拆借款及全部应计利息，王义年对青松化工拆借款承担连带保证责任。各方确认上述拆借款在青松化工工商过户完成后仍未偿还的部分按 3.7%的年化利率支付利息。为保证青松化工对公司的拆借款顺利偿还，交易各方同意在办理青松化工

工商过户的同时将王义年先生持有的青松化工 100%股权或公司书面同意的第三方等值资产质押/抵押给公司，并办理质押/抵押登记。

截至 2022 年 11 月 22 日，青松化工欠公司拆借款余额为 43,070.34 万元，已满足交易双方约定的青松化工股权变更工商登记条件。2022 年 11 月 23 日，交易双方完成了青松化工的股权转让变更登记手续，同时，王义年先生将青松化工 100%股权质押给公司，并办理股权出质登记；从此时点，公司不再持有青松化工股权，并成为青松化工 100%股权的质权人；同时，公司被动形成对青松化工的财务资助 43,070.34 万元。

公司被动形成对青松化工的财务资助，《股权转让协议》中已明确约定了青松化工的还款计划及交易对方的担保措施；截至本募集说明书签署日的还款和担保均已按约定执行，但还剩余财务资助 42,183.26 万元因未到约定还款时点尚未收回，存在一定的回款风险。

（四）产能利用率不足的风险

报告期内，公司化妆品业务产能利用率相对不足，面膜系列产能利用率分别为 53.60%、41.03%、38.54%和 29.81%，护肤品系列产能利用率分别为 53.42%、76.30%、38.04%和 26.33%，湿巾系列产能利用率分别为 55.03%、73.46%、36.24%和 20.50%。

受化妆品业务 ODM 模式对产能较高的要求、公司各系列产品具体种类较多且部分种类无法共用设备产线，以及由于气候和消费习惯的差异，公司部分产品的生产和销售存在淡旺季区分等影响，公司报告各期产能利用率总体不高。此外，基于历史业绩长期增长和对未来市场乐观的预期，公司从 2020 年下半年开始投入了较大规模的化妆品生产线改扩建项目，使得公司 2020 年、2021 年化妆品业务产能有了较大的提升；但由于疫情冲击及宏观经济环境变动、行业增长趋势短暂向下等影响，自 2021 年以来公司化妆品业务既有客户及新增客户下单量不及预期，部分新品生产线投入后，产品尚需进一步市场推广，新增产能短期未能得到释放，因此导致了公司 2021 年以来的产能利用率的下降和不足。

如果未来宏观经济增速难以较快恢复或者疫情后消费者偏好趋于保守，可能会对居民消费支出产生不利影响，进而使行业未能及时恢复较快增长；另外，

如果公司业务发展、经营战略等未能有效巩固和提升市场竞争优势，市场开拓及新接订单不足以提升公司产能利用率或销售不及预期，公司产能利用率可能持续不足或下滑，从而对公司业务与经营业绩造成重大不利影响。

（五）毛利率下降的风险

报告期内，公司综合毛利率分别为 31.25%、25.67%、13.01%、4.94%，其中化妆品业务的毛利率分别为 26.99%、22.35%、10.44%、4.39%，松节油深加工业务的毛利率分别为 36.49%、33.09%、18.45%、6.12%，2021 年以来，公司综合毛利率及两大主营业务的毛利率下降幅度较大。

公司松节油深加工业务，自 2021 年以来，受行业景气度下行及市场竞争的影响，产品销售价格持续走低，而主要原材料采购价格波动上涨，导致毛利率持续下降。截至本募集说明书签署日，公司已转让从事松节油深加工业务两家全资子公司青松化工、香港龙晟 100% 股权，公司未来不受该部分影响。

公司化妆品业务 2021 年以来的毛利率下降幅度较大，主要原因包括：部分产品市场供需关系发生改变、行业增长趋势短暂向下等导致部分产品销售价格有所下降；大宗商品价格上涨、供应链紧张导致部分原材料采购价格上涨；公司新增较大产能并匹配相应员工，但实际产能利用率不足，导致折旧摊销及人工成本拉高了生产成本。

未来，若上述对公司化妆品业务毛利率造成不利影响的因素持续存在或是进一步加剧，可能会造成公司毛利率持续较低或是进一步下滑，进而对公司经营业绩产生不利影响。

（六）经营业绩下滑的风险

2021 年、2022 年 1-9 月，公司营业收入分别为 369,325.47 万元、214,230.32 万元，同比降幅分别为 4.44%、19.61%，其中化妆品业务的降幅分别为 6.03%、17.88%，松节油深加工业务的降幅分别为 0.87%、23.11%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润分别为 -91,501.86 万元、-66,298.65 万元，亏损金额较大，主要受公司经营业绩下滑及计提商誉减值准备的影响。

2021 年、2022 年 1-9 月，公司剔除商誉减值后的归属于上市公司股东的扣

除非经常性损益后的净利润分别为-158.81 万元、-21,028.28 万元，同比降幅分别为 100.35%、284.23%，其中化妆品、松节油深加工两大主营业务自 2021 年以来的净利润均呈现较大幅度下降趋势。

松节油深加工业务，自 2021 年以来，受行业景气度下行及市场竞争的影响，产品销售价格持续走低，而主要原材料采购价格波动上涨，导致营业收入及毛利率持续下降，从而净利润呈现较大幅度下降趋势。截至本募集说明书签署日，公司已转让从事松节油深加工业务两家全资子公司青松化工、香港龙晟 100%股权，公司未来不受该部分影响。

化妆品业务，2021 年以来由于受疫情、宏观经济、行业市场等因素影响，公司子公司诺斯贝尔订单及营收不及预期；部分产品市场供需关系发生改变、行业增长趋势短暂向下等导致销售价格下降；大宗商品价格上涨、供应链紧张导致部分原材料采购价格上涨；公司新增较大产能并匹配相应员工，但实际产能利用率不足，导致折旧摊销及人工成本拉高了生产成本，综合导致诺斯贝尔 2021 年度、2022 年 1-9 月销售毛利率和经营业绩大幅下滑。2021 年末，2022 年 9 月末，公司经对收购诺斯贝尔产生的商誉进行减值测试后分别计提了商誉减值准备 91,343.05 万元、45,270.37 万元；截至 2022 年 9 月末，公司商誉账面价值为零，对未来不会产生进一步影响。

如果未来宏观经济增速难以较快恢复或者疫情后消费者偏好趋于保守，可能会对影响居民消费产生不利影响，进而使行业未能及时恢复较快增长；另外，如果公司业务发展、经营战略等未能有效应对市场竞争或经营成本上升等不利因素，公司出现不能巩固和提升市场竞争优势，市场开拓及新接订单不足以提升公司产能利用率或销售不及预期，公司将存在经营业绩下滑的风险。

目 录

声明.....	1
重大事项提示	2
一、本次向特定对象发行的概要.....	2
二、本次发行构成关联交易.....	3
三、本次发行将导致公司控制权发生变化.....	3
四、本次发行方案取得有关主管部门批准的情况以及尚需呈报批准的程序.....	5
五、特别风险提示.....	5
目 录.....	10
释 义.....	13
第一节 发行人基本情况	16
一、发行人概况.....	16
二、股权结构、控股股东及实际控制人情况.....	16
三、行业主管部门及主要产业政策.....	20
四、所处行业情况及行业竞争情况.....	26
五、公司主营业务、主要业务模式、产品或服务的主要内容.....	39
六、生产经营资质及许可.....	53
七、主要资产情况.....	58
八、技术与研发情况.....	82
九、现有业务发展安排及未来发展战略.....	86
十、财务性投资情况.....	89
十一、最近一期业绩下滑的情况.....	92
第二节 本次发行股票方案概要	119
一、本次发行的背景和目的.....	119
二、发行对象及与发行人的关系.....	122
三、本次发行方案概要.....	123
四、本次发行是否构成关联交易.....	125
五、本次向特定对象发行是否导致公司控制权发生变化.....	125
六、本次发行不会导致公司股权分布不具备上市条件.....	127

七、本次发行相关决策程序.....	127
第三节 发行对象的基本情况 & 股份认购协议主要内容	128
一、发行对象基本情况.....	128
二、《附生效条件的股份认购协议》的内容摘要.....	129
第四节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析	133
一、本次募集资金使用计划.....	133
二、本次募集资金投资项目必要性与可行性分析.....	133
三、发行人本次募投项目是否涉及高耗能高排放行业或产能过剩行业、限制类及淘汰类行业.....	135
四、本次向特定对象发行对公司经营管理和财务状况的影响.....	137
五、本次发行募集资金投资项目可行性结论.....	137
六、本次募投项目与公司既有业务、前次募投项目的关系.....	138
七、关于主营业务与募集资金投向的合规性.....	138
八、前次募集资金运用.....	138
第五节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析	144
一、本次发行后公司业务及资产、公司章程、预计股东结构、高管人员结构、业务结构的变动情况.....	144
二、本次发行后公司财务状况、盈利能力及现金流量的变动情况.....	147
三、本次发行完成后，公司与控股股东及其关联人之间的业务关系、管理关系、关联交易及同业竞争等变化情况.....	148
四、本次发行完成后，公司是否存在资金、资产被控股股东及其关联人占用的情形，或公司为控股股东及其关联人提供担保的情形.....	148
五、本次发行对公司负债情况的影响.....	148
第六节 与本次发行相关的风险因素及其他重要事项	150
一、风险因素.....	150
二、其他重要事项.....	156
第七节 发行人利润分配政策及其执行情况	164
一、公司利润分配政策.....	164
二、最近三年利润分配及未分配利润使用情况.....	167
三、发行人三年股东回报规划.....	168

第八节 与本次发行相关的声明	172
发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明.....	173
发行人第一大股东声明.....	174
保荐机构声明.....	175
保荐机构（主承销商）董事长、总经理声明.....	176
发行人律师声明.....	177
会计师事务所声明.....	178
董事会声明.....	179
一、董事会关于除本次发行外未来十二个月内是否有其他股权融资计划的声明.....	179
二、关于应对本次发行股票摊薄即期回报采取的措施.....	179
三、本次向特定对象发行股票摊薄即期回报采取填补措施的承诺.....	180

释 义

除特别说明，在本募集说明书中，下列词语具有如下意义：

简称	指	含义
一、普通术语		
本公司、公司、上市公司、发行人、青松股份	指	福建青松股份有限公司
本募集说明书	指	《福建青松股份有限公司 2022 年度创业板向特定对象发行 A 股股票募集说明书（申报稿）》
香港诺斯贝尔	指	诺斯贝尔（香港）无纺布制品有限公司
香港龙晟	指	龙晟（香港）贸易有限公司，系公司全资子公司（已于 2023 年 1 月 9 日完成剥离的工商变更登记手续）
广州青航	指	广州青航投资有限公司，系公司全资子公司
广东领博	指	广东领博科技投资有限公司，系公司全资子公司
广东丽研	指	广东丽研生物科技有限公司，系公司全资子公司
广东埃夫诺米	指	广东埃夫诺米健康科技有限公司，系公司全资子公司
杭州颐唯实	指	杭州颐唯实检测科技有限公司，系公司控股子公司
宝捷会基金	指	苏州宝捷会山启创业投资合伙企业（有限合伙）
青松物流	指	福建南平青松物流有限公司，系公司关联方
龙晟香料	指	福建南平龙晟香精香料有限公司，系公司关联方
诺斯贝尔	指	诺斯贝尔化妆品股份有限公司，系公司全资子公司
诺斯贝尔健康护理	指	广东诺斯贝尔健康护理用品有限公司，系诺斯贝尔全资子公司
诺斯贝尔日化	指	中山诺斯贝尔日化制品有限公司，系诺斯贝尔全资子公司
中山小诺家	指	中山市小诺家电子商务有限公司，系诺斯贝尔全资子公司
美好鑫星	指	横琴广金美好基金管理有限公司—广金美好鑫星私募证券投资基金
中欧基金	指	中国工商银行股份有限公司—中欧潜力价值灵活配置混合型证券投资基金
吉安广佳	指	吉安广佳企业管理咨询服务有限公司，系公司股东
广东维雅	指	广东维雅化妆品有限公司，系公司股东
青松化工	指	福建南平青松化工有限公司，报告期内系公司全资子公司，已于 2022 年 11 月 23 日完成 100% 股权转让的工商变更登记手续。
中山维雅	指	中山维雅投资管理咨询有限公司
合富盈泰	指	中山合富盈泰投资管理咨询有限公司
中科南头	指	中山中科南头创业投资有限公司
中科白云	指	广东中科白云新兴产业创业投资基金有限公司

协诚通	指	中山协诚通投资管理咨询有限公司
中山瑞兰	指	中山瑞兰投资管理咨询有限公司
银川君度	指	银川君度尚左股权管理合伙企业（有限合伙）
上海敏成	指	上海敏成投资合伙企业（有限合伙）
中科阜鑫	指	中山中科阜鑫投资管理有限公司
千行智高	指	珠海千行智高投资合伙企业（有限合伙）
千行日化	指	共青城千行日化投资管理合伙企业（有限合伙）
千行智安	指	珠海千行智安股权投资基金合伙企业（有限合伙）
广佳汇	指	山西广佳汇企业管理咨询有限公司
股东大会	指	福建青松股份有限公司股东大会
董事会	指	福建青松股份有限公司董事会
监事会	指	福建青松股份有限公司监事会
管理层	指	福建青松股份有限公司管理层
高管、高级管理人员	指	福建青松股份有限公司高级管理人员
《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》
《注册管理办法》	指	《创业板上市公司证券发行注册管理办法（试行）》
《审核问答》	指	《深圳证券交易所创业板上市公司证券发行上市审核问答》
《公司章程》	指	《福建青松股份有限公司章程》
《股权转让协议》	指	《福建青松股份有限公司与王义年关于福建南平青松化工有限公司、龙晟（香港）贸易有限公司之股权转让协议》
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
世纪证券、保荐人、保荐机构、主承销商	指	世纪证券有限责任公司
大华、大华会计师	指	大华会计师事务所（特殊普通合伙）
君合、发行人律师	指	北京市君合律师事务所
报告期、最近三年一期	指	2019年度、2020年度、2021年度及2022年1-9月
报告期末	指	2022年9月30日
本次发行	指	公司2022年度向特定对象发行A股股票
元、万元	指	人民币元、人民币万元
二、专业术语		
ODM	指	Original Design Manufacture（原始设计商）的缩写，即是一家厂商根据另一家厂商的规格和要求，设计和生产产品。受委托方拥有设计能力和技术水平，基于授权合同生产产品

OEM	指	Original Equipment/Entrusted Manufacture（贴牌生产）的缩写，即品牌生产者不直接生产产品，而是利用自己掌握的关键的核心技术负责设计和开发新产品，控制销售渠道，具体的加工任务通过合同订购的方式委托同类产品的其他厂家生产
松节油	指	由松科植物的树脂（松脂）经直接蒸馏或水蒸气蒸馏取得的初级林化产品，主要成分为 α -蒎烯和 β -蒎烯，是松节油深加工行业的重要原料
中间体	指	最初指用煤焦油或石油产品为原料合成香料、染料、树脂、药物、增塑剂、橡胶促进剂等化工产品的过程中，生产出的中间产物。现泛指有机合成过程中得到的各种中间产物
合成樟脑	指	又称蒎酮，分子式 $C_{10}H_{18}O$ ，报告期内公司松节油深加工业务主要产品之一，广泛用于医药、日化、香料等产品制造领域
蒎烯	指	一种双环单萜烯类化合物，分子式 $C_{10}H_{14}$ ，报告期内公司松节油深加工业务产品之一，也是合成樟脑生产过程中的中间产品
乙酸异龙脑酯	指	又称白乙酯，分子式 $C_{10}H_{16}CH_3COOH$ ，本公司产品之一，是一种重要的芳香化学品，也是合成樟脑生产过程中的中间产品
冰片	指	又称龙脑或 2-蒎醇，分子式 $C_{10}H_{17}OH$ ，本公司产品之一，是一种双环单萜类的促醇，主要用于医药及香料等产品制造领域
GMP 林化产品	指	（Good Manufacturing Practice of Medical Products, GMP）是药品生产和质量管理的基本准则
美国 FDA	指	精细化学工业的简称，是化学工业中生产精细化学品的经美国食品药品监督管理局 Food and Drug Administration 济领域。
欧盟 reach	指	欧盟对进入其市场的所有化学品进行预防性管理的法规
日本 GMP	指	日本厚生劳动省颁发的“药品以及医药部外品的生产管理以及质量管理标准相关省令”

注：本募集说明书中若出现总计数与所列数值总和不符，均为四舍五入所致。

第一节 发行人基本情况

一、发行人概况

中文名称:	福建青松股份有限公司
英文名称:	FuJianGreenPineCo.,Ltd
注册地址:	福建省建阳市回瑶工业园区
办公地址:	福建省南平市建阳区回瑶工业园区
成立时间:	2001年1月15日
股份公司设立日期:	2009年5月31日
上市时间:	2010年10月26日
注册资本:	51,658.09万元
经营范围:	药用辅料[樟脑(合成)]、原料药[樟脑(合成)]、中药饮片(冰片)的生产; 2-萜醇(冰片)、萜烯、双戊烯的生产; 1, 2-二甲苯、1, 3-二甲苯、1, 4-二甲苯、氢氧化钠溶液[含量 $\geq 30\%$]、松节油、乙酸[含量 $> 80\%$]、溶剂油[闭杯闪点 $\leq 60^{\circ}\text{C}$]、萜烯、 α -萜烯、 β -萜烯、2-萜醇、双戊烯、三乙胺、氯化苄、正磷酸、硼酸、三氟化硼、三氟化硼乙酸络合物、甲基异丙基苯、甲醇(剧毒品除外)的批发; 化工产品(不含危险化学品及易制毒化产品)、香料及香料油的生产; 医药工程的设计与施工; 机械设备、仪器仪表及零配件销售; 非织造布、化妆品的制造及销售; 对外贸易。(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)。
法定代表人:	范展华
统一社会信用代码:	913500007264402916
股票上市地:	深交所
股票简称:	青松股份
股票代码:	300132
联系电话:	0599-5820265
邮政编码:	354200
公司网址:	http://www.greenpine.cc/
电子信箱:	luoqihui@greenpine.cc

二、股权结构、控股股东及实际控制人情况

(一) 发行人股权结构

截至2022年9月30日, 公司的股本结构如下:

股份类型	数量（股）	比例
一、有限售条件股份	24,556,831	4.75%
1、国家股	-	-
2、国有法人股	-	-
3、其他内资持股	11,669,321	2.26%
其中：境内非国有法人持股	-	-
境内自然人持股	11,669,321	2.26%
4、外资持股	12,887,510	2.49%
其中：境外法人持股	11,848,012	2.29%
境外自然人持股	1,039,498	0.20%
二、无限售条件股份	492,024,055	95.25%
1、人民币普通股	492,024,055	95.25%
2、境内上市的外资股	-	-
3、境外上市的外资股	-	-
4、其他	-	-
三、股份总数	516,580,886	100.00%

（二）发行人前十名股东和前十名无限售条件股东持股情况

截至 2022 年 9 月 30 日，公司前十名股东持股情况如下：

股东名称	股份性质	持股数量 （股）	持股 比例	质押或冻结情况		
				限售股股数 （股）	股份 状态	数量 （股）
香港诺斯贝尔	境外法人	47,392,045	9.17%	11,848,012	-	-
吉安广佳	境内非国有法人	44,422,557	8.60%	-	-	-
范展华	境内自然人	11,332,803	2.19%	8,499,602	质押	8,117,278
美好鑫星	其他	7,565,337	1.46%	-	-	-
中欧基金	其他	6,599,268	1.28%	-	-	-
广东维雅	境内非国有法人	6,025,900	1.17%	-	-	-
中科南头	境内非国有法人	5,208,820	1.01%	-	冻结	5,208,820
招商银行股份有限公司—中欧红利优享灵活配置混合型证券投资基金	其他	5,108,793	0.99%	-	-	-

股东名称	股份性质	持股数量 (股)	持股 比例	质押或冻结情况		
				限售股股数 (股)	股份 状态	数量 (股)
中国太平洋人寿保险股份有限公司—中国太平洋人寿股票相对收益型产品（寿自营）委托投资	其他	4,025,822	0.78%	-	-	-
钟宝申	境内自然人	3,839,900	0.74%	-	-	-

截至 2022 年 9 月 30 日，公司前十名无限售条件股东持股情况如下：

股东名称	持有无限售条件股份数量（股）	持股比例	股份种类
吉安广佳	44,422,557	8.60%	人民币普通股
香港诺斯贝尔	35,544,033	6.88%	人民币普通股
美好鑫星	7,565,337	1.46%	人民币普通股
中欧基金	6,599,268	1.28%	人民币普通股
广东维雅	6,025,900	1.17%	人民币普通股
中科南头	5,208,820	1.01%	人民币普通股
招商银行股份有限公司—中欧红利优享灵活配置混合型证券投资基金	5,108,793	0.99%	人民币普通股
中国太平洋人寿保险股份有限公司—中国太平洋人寿股票相对收益型产品（寿自营）委托投资	4,025,822	0.78%	人民币普通股
钟宝申	3,839,900	0.74%	人民币普通股
易方达丰利股票型养老金产品—上海浦东发展银行股份有限公司	3,090,076	0.60%	人民币普通股

（三）控股股东、实际控制人

截至 2022 年 9 月 30 日，林世达先生 100% 控股的香港诺斯贝尔直接持有公司 9.17% 的股份，为公司第一大股东。公司无控股股东及实际控制人。

本次向特定对象发行数量不低于 71,910,113 股（含本数）且不超过 101,123,595 股（含本数），由林世达先生 100% 认购，不超过本次发行前公司总股本的 30%。

林世达、香港诺斯贝尔、吉安广佳于 2022 年 10 月 11 日出具书面文件，确认：“自本确认函签署之日起，2018 年 11 月由杨建新、山西广佳汇企业管理咨询有限公司、柯维龙、柯维新、林世达、香港诺斯贝尔签署的《关于本次交易

完成后福建青松股份有限公司董事会人员具体提名安排的确认函》失效，不再对各方具有法律约束力，各方对终止该确认函所述事项无异议。”

吉安广佳于 2022 年 10 月 11 日出具书面文件，确认：“自本次发行完成之日起，本公司及本公司的一致行动人作为上市公司股东期间，不单独、联合、通过他人以接受委托行使表决权、征集投票权、签署一致行动协议等任何方式主动谋求上市公司的实际控制人地位，也不向上市公司提名或推荐董事、监事和高级管理人员，并对第一大股东及其一致行动人提名的人选投赞成票。”

范展华实际控制的中山协诚通投资管理咨询有限公司和中山合富盈泰投资管理咨询有限公司已于 2018 年 11 月 8 日出具书面文件，承诺：“本人/本企业/本公司及其一致行动人、关联方作为上市公司股东期间，不向上市公司提名或推荐董事、监事和高级管理人员。”

广东维雅已于 2018 年 11 月 8 日出具书面文件，承诺：“作为上市公司股东期间，放弃所持上市公司股票所对应的提名权、提案权和在股东大会上的表决权，且不向上市公司提名、推荐任何董事人选。”

以公司截至 2022 年 9 月 30 日的前 10 大股东及其持股数据为基础，本次发行完成后，公司预计持股 1% 以上的股东持股情况如下：

股东	本次发行前		本次发行后			
	持股数量 (股)	比例	发行下限		发行上限	
			持股数量 (股)	比例	持股数量 (股)	比例
林世达	-	-	71,910,113	12.22%	101,123,595	16.37%
香港诺斯贝尔	47,392,045	9.17%	47,392,045	8.05%	47,392,045	7.67%
林世达及其一致行动人持股	47,392,045	9.17%	119,302,158	20.27%	148,515,640	24.04%
吉安广佳	44,422,557	8.60%	44,422,557	7.55%	44,422,557	7.19%
范展华	11,332,803	2.19%	11,332,803	1.93%	11,332,803	1.83%
美好鑫星	7,565,337	1.46%	7,565,337	1.29%	7,565,337	1.22%
中欧基金	6,599,268	1.28%	6,599,268	1.12%	6,599,268	1.07%
广东维雅	6,025,900	1.17%	6,025,900	1.02%	6,025,900	0.98%

本次发行完成后，林世达先生与香港诺斯贝尔将合计持有公司不低于 119,302,158 股且不超过 148,515,640 股股票，占公司本次发行后总股本的比例不

低于 20.27%且不超过 24.04%。同时，本次发行后第三大股东吉安广佳已承诺在本次发行完成后放弃向公司提名、推荐任何董事人选，第四大股东范展华、第七大股东广东维雅已于 2018 年放弃向公司提名、推荐任何董事人选，第五大股东美好鑫星和第六大股东中欧基金均系以财务投资为目的的证券投资基金产品，第八大及之后的股东因持股比例不足 1%，根据《公司章程》的约定均无权单独提名董事候选人（包括独立董事候选人）。据此，本次发行完成后，林世达先生及其一致行动人香港诺斯贝尔作为公司第一大股东和第二大股东，能够决定公司董事会半数以上成员选任。

因此，本次发行完成后，公司控股股东、实际控制人将变更为林世达先生。

三、行业主管部门及主要产业政策

（一）行业主管部门和行业监管体制

1、化妆品及相关业务

我国日用化学产品行业的主管部门包括国家发展和改革委员会、国家卫生健康委员会、国家市场监督管理总局和国家药品监督管理局等相关部门。国家发展和改革委员会主要职能包括统筹协调经济社会发展、制定产业政策，以及指导行业结构调整和技术改造等。国家卫生健康委员会主要职能组织拟订国民健康政策，包括卫生许可证管理、企业生产条件和公共卫生的监督管理，负责传染病防治监督，健全卫生健康综合监督体系等。国家市场监督管理总局负责市场综合监督管理，统一登记市场主体并建立信息公示和共享机制，组织市场监管综合执法工作，承担反垄断统一执法，规范和维护市场秩序，组织实施质量强国战略，负责工业产品质量安全、食品安全、化妆品安全、特种设备安全监管，统一管理计量标准、检验检测、认证认可工作等。国家药品监督管理局是国务院部委管理的国家局，由国家市场监督管理总局管理，主要职责是负责药品、化妆品、医疗器械的安全监督管理、监督管理政策规划和拟订、产品标准管理、注册管理、质量管理、组织监督检查等工作。

我国日用化学产品行业的自律管理机构为中国香料香精化妆品工业协会、中国轻工业联合会以及下属各地方协会。中国香料香精化妆品工业协会和中国轻工业联合会等在主管部门的领导下主要负责推动行业发展；开展产业及市场

研究，并收集和发布市场信息，在技术、产品、市场、信息、培训等方面开展协作和咨询服务，提高行业开发新产品、开拓市场能力；配合相关部门对本行业产品进行监督；同时，协会还组织会员企业进行行业自律管理，并收集、整理会员企业的意见，代表会员企业向政府部门提出产业发展建议及意见等。

(1) 监管体制

目前，国家对化妆品及消毒产品生产企业实行行政许可制度和产品抽检抽查制度。

① 行政许可制度

A、消毒产品卫生许可制度

根据《消毒管理办法》规定，我国消毒剂、卫生用品的生产企业应当取得所在地省级卫生行政部门发放的卫生许可证后，方可从事消毒产品的生产，否则禁止进行消毒产品生产。

B、化妆品生产许可证制度

根据《化妆品监督管理条例》及《2015 年第 265 号公告---关于化妆品生产许可有关事项公告》规定，我国化妆品生产企业当且仅当获得省级行政部门批准并颁发的《化妆品生产许可证》，才可以从事化妆品生产活动，否则禁止进行化妆品生产。

C、对生产企业颁发营业执照，登记注册

根据《公司法》等成立企业的相关法律规定，要成立企业，需要取得工商部门颁发的营业执照。针对化妆品及消毒产品行业则需要企业在获得化妆品生产许可证及消毒产品卫生许可证之前，由工商部门核发化妆品生产企业营业执照。

(2) 抽查与抽检

根据国家相关法律规定，化妆品及消毒产品生产企业在化妆品及消毒产品进入市场前必须对产品进行卫生质量检验。未经检验或是检验不合标准的化妆品及消毒产品不得出厂。

2、松节油深加工业务

(1) 林业管理制度

公司松节油深加工产品属于林产化学产品制造业，属于林产工业范畴。林产工业的行业主管部门为国家林业和草原局，主要负责全国林业和草原及其生态保护修复的监督管理，拟订林业和草原及其生态保护修复的政策、规划、标准并组织实施，起草相关法律法规、部门规章草案。组织开展森林、草原、湿地、荒漠和陆生野生动植物资源动态监测与评价。

此外，林产化学品深加工行业还归属于中国林产工业协会、中国林学会林产化学化工分会、中国食品土畜进出口商会管理，该等协会为成员企业的自律管理机构。

(2) 药品生产许可证制度

公司生产的药用樟脑属于药用辅料、冰片属于中药饮片。根据《中华人民共和国药品管理法》，开办药品生产企业，须经企业所在地省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门批准并颁发《药品生产许可证》，凭《药品生产许可证》到工商行政管理部门办理登记注册。无《药品生产许可证》的企业，不得生产药品。《药品生产许可证》应当标明有效期和生产范围，到期重新审查发证。截至报告期末，公司子公司青松化工持有福建省药品监督管理局颁发的编号为“闽 20210016”《药品生产许可证》。

(二) 行业的主要法律法规和政策

1、化妆品行业

化妆品与人们的生活息息相关，主要涉及安全生产、环境保护、质量管理、消费者权益保护等方面的法律法规，具体如下：

序号	文件名	发布单位	主要相关内容	发布/修订时间
1	《关于印发全国深化“放管服”改革着力培育和激发市场主体活力电视电话会议重点任务分工方案的通知》（国办发〔2021〕25号）	国务院办公厅	对涉及安全生产、人民身体健康和生命安全等领域和事项，切实把好每一道关口，确保质量和安全。加快制定药品经营、药品网络销售以及化妆品生产经营等监督管理办法，强化质量监管，提升监管效能。	2021年

序号	文件名	发布单位	主要相关内容	发布/修订时间
2	《化妆品监督管理条例》	国务院	规范化妆品生产经营活动，加强化妆品监督管理，保证化妆品质量安全，保障消费者健康，促进化妆品产业健康发展。	2020年
3	《关于建立职业化专业化药品检查员队伍的意见》（国办发〔2019〕36号）	国务院办公厅	建立职业化专业化药品（含医疗器械、化妆品）检查员队伍，进一步完善药品监管体制机制，切实保障人民群众身体健康和用药用械安全。	2019年
4	《完善促进消费体制机制实施方案（2018—2020年）》	国务院	加快破解制约居民消费最直接、最突出、最迫切的体制机制障碍，增强消费对经济发展的基础性作用。	2018年
5	《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》	国务院	围绕居民吃穿用住行和服务消费升级方向，突破深层次体制机制障碍，适应居民多层次多样性消费需求，保证基本消费经济、实惠、安全，培育中高端消费市场，形成若干发展势头良好、带动力强的消费新增长点。	2018年
6	《关于印发进一步深化中国（广东）自由贸易试验区改革开放方案的通知》	国务院	在符合相关监管政策的前提下，支持跨境电子商务保税备货业务商品进入海关特殊监管区域时先理货后报关。试点实施进口非特殊用途化妆品备案管理，管理权限下放至广东省。	2018年
7	《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》（国发〔2015〕66号）	国务院	降低部分日用消费品进口关税，研究调整化妆品等品目消费税征收范围，适度增加适应消费升级需求的日用消费品进口。	2015年
8	《关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》（国发〔2015〕24号）	国务院	制定完善互联网食品药品经营监督管理办法，规范食品、保健食品、药品、化妆品、医疗器械网络经营行为，加强互联网食品药品市场监测监管体系建设，推动医药电子商务发展。	2015年
国家药品监督管理局				
9	《化妆品生产质量管理规范》	国家药品监督管理局	化妆品生产质量管理的基本要求，化妆品注册人、备案人、受托生产企业应当遵守。	2022年
10	国家药监局关于发布《儿童化妆品监督管理规定》的公告（2021年第123号）	国家药品监督管理局	规范儿童化妆品生产经营活动，加强儿童化妆品监督管理，保障儿童使用化妆品安全	2021年
11	国家药监局关于发布实施《化妆品标签管理办法》的公告	国家药品监督管理局	规范化妆品标签使用，保护消费者合法权益	2021年

序号	文件名	发布单位	主要相关内容	发布/修订时间
	(2021年第77号)			
12	国家药监局关于发布《化妆品功效宣称评价规范》的公告(2021年第50号)	国家药品监督管理局	规范和指导化妆品功效宣称评价工作	2021年
13	国家药监局关于发布《化妆品分类规则和分类目录》的公告(2021年第49号)	国家药品监督管理局	规范和指导化妆品分类工作	2021年
14	化妆品新原料注册备案资料管理规定	国家药品监督管理局	规范和指导化妆品新原料注册与备案工作	2021年
15	国家药监局关于发布《化妆品注册备案资料管理规定》的公告(2021年第32号)	国家药品监督管理局	规范和指导化妆品注册与备案工作	2021年
16	《关于发布实施化妆品注册和备案检验工作规范的公告(2019年第72号)》	国家药品监督管理局	规范化妆品注册和备案检验工作,保证化妆品注册和备案检验工作公开、公平、公正、科学	2019年
17	《关于在全国范围实施进口非特殊用途化妆品备案管理有关事宜的公告》(2018年第88号)	国家药品监督管理局	自2018年11月10日起,首次进口非特殊用途化妆品由现行审批管理和自贸试验区试点实施备案管理,调整为全国统一备案管理,国家药品监督管理部门不再受理进口非特殊用途化妆品行政许可申请	2018年
18	《关于进一步规范化妆品风险监测工作的通知》(食药监办药化监[2018]4号)	国家食品药品监督管理总局	重点监测,包括:可能含有潜在危害因素的产品;流通范围广、消费量大的产品;引起化妆品安全事故或受到消费者关注的产品;涉嫌虚假夸大宣传误导消费者的产品;根据不良反应监测结果显示具有潜在风险的产品;技术上无法避免,导致风险物质作为杂质带入的产品。	2018年
19	《化妆品安全技术规范》(2015年版)	国家食品药品监督管理总局	重点加强对化妆品中安全性风险物质和准用组分的管理,充分借鉴国际化妆品质量安全控制技术和经验,全面反应了我国当前化妆品行业的发展和检验检测技术的提高,推动我国化妆品科学监管,促进化妆品行业健康发展	2016年
21	《关于化妆品生产许可有关事项的公告》(2015年第265号);《关于做好化妆品生产许可有关工作的通知》(食药监	国家食品药品监督管理总局	统一启用《化妆品生产许可证》;从2017年1月1日起未取得新《化妆品生产许可证》的生产企业,不得生产。从2016年1月1日起,新开办化妆品生产企业可向所在地省级食品药品监管	2015年

序号	文件名	发布单位	主要相关内容	发布/修订时间
	药化监[2015]265号)		部门申请办理新《化妆品生产许可证》，原持证企业申请办理换发许可证。自2017年7月1日起，化妆品必须使用标注新化妆品生产许可证信息的新包装。	
22	《关于调整化妆品注册备案管理有关事宜的通告》(国食药监许[2013]10号)	国家食品药品监督管理总局	进一步规范我国非特殊用途化妆品的现状，把非特化妆品从各级省局备案转移至国家总局备案。	2013年
中华人民共和国海关总署、国家市场监督管理总局、国家卫生健康委员会及其他				
23	《关于调整部分进口化妆品申报要求的公告》(海关总署公告2022年第51号)	中华人民共和国海关总署	规范进口化妆品申报工作，海关总署决定调整部分进口化妆品申报要求	2022年
24	《化妆品生产经营监督管理办法》	国家市场监督管理总局	规范化妆品生产经营活动，加强化妆品监督管理，保证化妆品质量安全	2021年
25	《广东化妆品安全条例》	广东省第十三届人民代表大会	保证化妆品安全，保障公众身体健康，维护化妆品市场秩序	2020年
26	关于发布强制性卫生行业标准《消毒产品卫生安全评价技术要求》的通告(国卫通〔2018〕18号)	国家卫生健康委员会	作为消毒产品卫生安全评价的强制性卫生行业技术性标准，主要内容规定了消毒产品卫生安全评价的基本要求和内容	2018年
27	《进出口化妆品检验检疫监督管理办法》(原质检总局第143号令)	中华人民共和国海关总署	保证进出口化妆品的安全卫生质量，保护消费者身体健康	2018年

2、松节油深加工领域

林产化工行业的主要法律、法规及政策如下表所列：

序号	文件名	发布单位	主要相关内容	发布/修订时间
1	《中华人民共和国森林法》	全国人民代表大会常务委员会	对森林经营管理、森林保护、森林采伐及法律责任作出了规范	2019年修订
2	《产业结构调整指导目录》	国家发展和改革委员会	第一类鼓励类 一、农林业 40、松脂林建设、林产化学品深加工	2019年修订
3	《中华人民共和国森林法实施条例》(国务院令第278号)	国务院	从森林、林木林地和森林资源的定义、林地的发证规定、森林分类、征占用审批制度等各方面作出了详细的规定	2018年修订

序号	文件名	发布单位	主要相关内容	发布/修订时间
4	关于印发《林业发展“十三五”规划》的通知（林规发〔2016〕60号）	国家林业局	紧紧围绕全面建成小康社会奋斗目标，牢固树立创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念，准确把握林业的新形势新任务，切实增强加快林业改革发展、维护森林生态安全的责任感使命感紧迫感，着力推进国土绿化，着力提高森林质量，着力开展森林城市建设，着力建设国家公园，加快推进林业现代化建设。	2016年
5	关于印发《中国智慧林业发展指导意见》的通知（林信发〔2013〕131号）	国家林业局	进一步提高全国林业信息化水平，为发展生态林业和民生林业、建设生态文明和美丽中国作出新贡献	2013年

四、所处行业情况及行业竞争情况

（一）化妆品行业情况

1、国外化妆品行业发展概况

根据 Euromonitor（欧睿国际）数据，2020 年全球化妆品行业市场规模为 4,840.3 亿美元，受疫情影响同比下滑 3.8%。2021 年全球化妆品市场明显回暖，行业规模增长至 5,249.1 亿美元，同比提升 8.4%。2015-2021 年，全球化妆品行业市场规模的年复合增长率为 2.7%。

中国化妆品行业销售额位列全球第二。按全球化妆品行业各国销售额占比看，美国为第一消费大国，2021 年占比 17.64%，中国为第二消费大国，2021 年占比 16.79%。日本、法国、韩国 2021 年化妆品行业销售额分别占全球的 7.30%、2.89%、2.66%。

2、我国化妆品行业发展概况

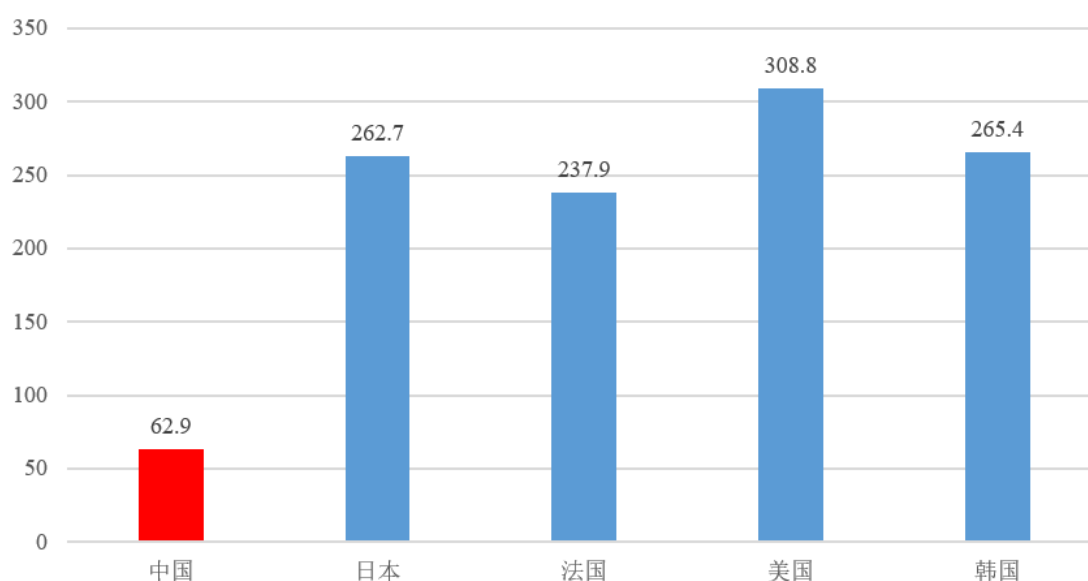
经过 20 多年的迅猛发展，我国化妆品总体消费水平已超越欧盟、日本，仅次于美国，成为世界上化妆品第二消费大国。基于我国人口众多，人均消费水平还较低，还存在相当大的市场消费潜力，给化妆品企业带来很多发展机会。

中国化妆品市场是全球最大的新兴市场，中国化妆品行业从小到大，由弱到强，从简单粗放到科技领先、集团化经营，全行业形成了初具规模、极富生机活力的产业大军。化妆品企业如雨后春笋，化妆品品牌层出不穷，随着国货

新锐品牌和电商品牌的崛起，国际品牌加速向中国市场扩张，市场竞争日趋激烈。

中国化妆品行业天花板较高，市场规模仍有较大提升空间。对比美国、日本、韩国，中国化妆品的人均消费额较低，提升空间大。根据 Euromonitor（欧睿国际）的研究数据显示，2021 年中国化妆品人均消费额为 62.9 美元，而美国/英国/日本/韩国的化妆品人均消费额约为 260-300 美元。

中国与海外化妆品人均支出

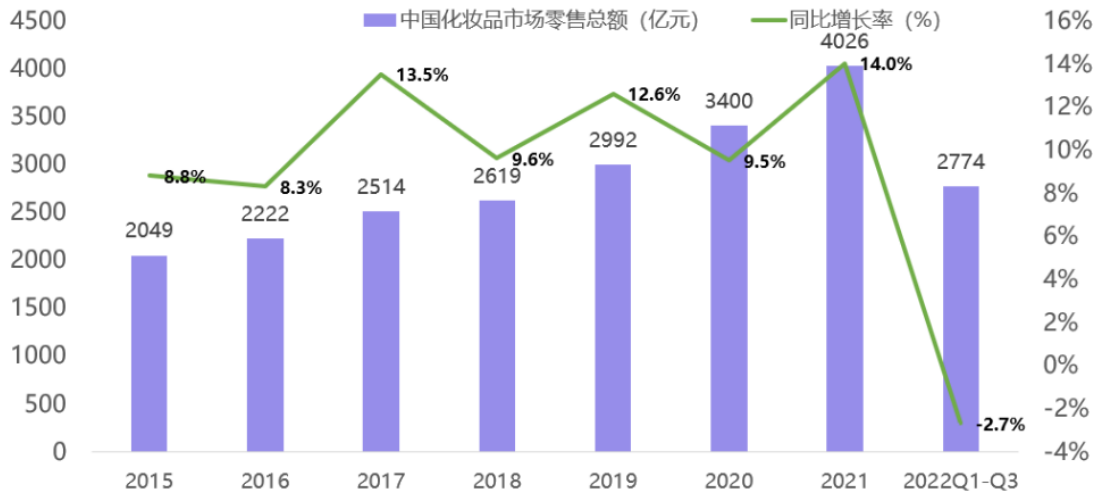


数据来源：欧睿国际、东方证券研究所、前瞻产业研究院

2015-2021 年，我国化妆品的消费规模从 2,049 亿元增长到 4,026 亿元，复合增长率达到 11.92%。受疫情及地缘政治危机影响，2022 年以来国内经济复苏节奏显著放缓，并伴随结构分化，其中消费市场影响较为严重。2022 年前三季度，国内社会消费品零售总额 320,305 亿元，同比增长 0.7%。

2022 年前三季度，化妆品零售总额为 2,774 亿元，同比下滑 2.7%。2015-2022 年前三季度，化妆品类零售总额数据对比如下图表：

2015-2022年Q1-Q3中国化妆品类零售总额（亿元）



数据来源：国家统计局

随着疫情防控政策的放开、疫苗广泛应用以及治疗药品的面市应用，我国消费市场需求和景气度有望快速回暖；此外，随着国内年轻消费者占比提升、电商持续高增并渗透、高端品牌消费升级、短视频直播/网红带货火爆等有利因素将继续作用，推动化妆品高速增长的长期趋势不变。

根据 Euromonitor（欧睿国际）预计，2022-2026 年中国化妆品行业的复合年化增长率为 7.8%，2026 年市场空间可达 8,443 亿元。

3、我国化妆品行业发展趋势

(1) 国内化妆品企业逐渐崛起

目前国内获得化妆品生产许可证的企业已有 5,700 多家，国产化妆品种类接近 50 万种，但欧美及日韩等跨国企业在国内化妆品市场仍处于优势地位，以化妆品市场份额最大的护肤品为例，Euromonitor（欧睿国际）的统计数据显示，2020 年国内市场销售排名前 20 的企业市占率 43.7%，其中跨国企业的市占率高达 30.5%。

与此同时，随着国内化妆品行业不断成长、消费理念逐步趋于理性、本土审美元素兴起以及近年来电商渠道的快速发展，注重品牌策划、技术研发及市场运营的国内化妆品企业不断加大投入，依靠本土优势，逐步抢占跨国企业的市场份额。包括百雀羚、珀莱雅、薇诺娜、御泥坊、上海家化等本土化妆品品

牌出现在化妆品国内市场占有率排名前 20 的名单中，且大都呈现上升趋势。国内本土化妆品企业通过更好地贴近国内消费者需求，了解国内消费者的消费偏好，精准的品牌定位，灵活的供应链管理，以及与日化专营店、电商等渠道的默契配合，提升品牌知名度和信任度，本土化妆品品牌有望保持持续稳定增长。

(2) 重视研发，构建差异化研发优势，夯实产品竞争力

消费者对化妆品的提亮美白、淡化痘印、抗初老、抗氧化等进阶功能性要求不断提高，对化妆品的核心研发能力提出了更高的要求。相比较而言，国际品牌更加重视底层研发和专利原料或配方，这也是国产品牌重点关注和后续突破的方向。目前，国内化妆品集团的研发人员占比也达到了较高的规模，后续仍将持续提升研发实力，夯实产品力，以取得并保持在专业性细分赛道的竞争力。

(3) 人均消费水平提高带动中国化妆品市场结构向高端化升级

2017 年以来我国高端化妆品市场增长提速，2016-2021 年中国高端化妆品市场规模年化增幅达到 24.38%，高于大众化妆品市场 5.44%的年化增幅。2021 年中国高端化妆品市场规模扩大至 2,143 亿元，后续国产化妆品品牌在逐渐打造的强产品力的基础上，也将顺应高端化升级趋势。

(4) 人群、渠道、品牌多元化，促进 OEM 企业增长

①化妆品新品牌持续涌现：近年来，化妆品产品品牌持续涌现，品牌对于用户需求定位更加精准，精耕细分人群，进行差异化竞争。新品牌刚开始进入市场时，往往将更多的资源投入到品牌建设和营销，缺乏自主生产能力，因而促成对化妆品 OEM 代工需求的增长，进而给予具备竞争优势的代工企业发展机遇。

②化妆品消费人群更加多元化：从性别看，随着中国男性的护肤意识不断提高，男性护肤品的消费需求不断提升。艾媒数据显示，2020 年中国男性护肤品市场规模为 80 亿元，2016~2020 年复合增速为 15.5%，2021 年达到 99 亿元，中国男性化妆品市场仍存在较大发展空间。此外，从消费城市看，三线及以下市场消费潜力巨大，比如，根据腾讯营销洞察与波士顿咨询的《中国高端美妆市场数字化趋势洞察报告》，在高端美妆增量市场中，三线及以下城市的贡献

从 2021 年的 27%增长到 2022 年的 39%。随着男性及低能级城市需求增长，化妆品消费人群更加多元化。行业内品牌商需要不断推出新产品，通过多元化的产品组合以及健康时尚的设计理念来迎合消费者需求，以提升品牌整体的覆盖能力。对于不断更新的市场需求，较大部分品牌企业难以快速购建新产能，因而需要委托 OEM 企业进行生产。

③化妆品电商渠道迅速崛起：随着线上电商的高速增长，化妆品电商渠道占比逐年提升。根据 Euromonitor（欧睿国际）统计，化妆品电商渠道份额从 2010 年开始迅速提升，至 2020 年达 38%，已成为第一大销售渠道。线上销售渠道迅速发展带来品牌推广方式的多元化，促使化妆品品牌商将更多的精力集中在化妆品的品牌经营及市场开拓，而将产品生产甚至研发环节委托给专业企业，从而实现新产品快速上市，降低生产运营成本。

（5）行业监管趋严，短期对行业有所冲击，长期将有利行业健康发展

近三年，国务院及国家药品监督管理局等监管部门相继出台了一系列政策规定，全面规范和促进化妆品行业，使行业向更规范、更高质量、更强竞争力的方向发展。近三年出台的部分化妆品行业法规、规范性文件如下表：

编号	法规、规范性文件名称	发文机关	发布日期	生效日期
1	化妆品监督管理条例	中华人民共和国国务院	2020年6月16日	2021年1月1日
2	化妆品注册备案管理办法	国家市场监督管理总局	2021年1月7日	2021年5月1日
3	化妆品注册备案资料管理规定	国家药品监督管理局	2021年2月26日	2021年5月1日
4	化妆品新原料注册备案资料管理规定	国家药品监督管理局	2021年2月26日	2021年5月1日
5	化妆品分类规则和分类目录	国家药品监督管理局	2021年4月8日	2021年5月1日
6	化妆品功效宣称评价规范	国家药品监督管理局	2021年4月8日	2021年5月1日
7	化妆品标签管理办法	国家药品监督管理局	2021年5月31日	2022年5月1日
8	化妆品生产经营监督管理办法	国家市场监督管理总局	2021年8月2日	2022年1月1日
9	儿童化妆品监督管理规定	国家市场监督管理总局	2021年9月30日	2022年1月1日
10	化妆品生产质量管理规范	国家药品监督管理局	2022年1月6日	2022年7月1日

2021 年 1 月 1 日，《化妆品监督管理条例》正式实施，行业配套规范性文

件逐步推出和落地，对原料与产品、生产经营、监督管理、法律责任等进行规范，涉及化妆品原料、检测、代工、品牌等环节。

2022年7月1日，《化妆品质量管理规范》等化妆品行业新规开始实施，对化妆品的物料采购、生产、检验、贮存、销售、召回等全过程进行控制和追溯，对化妆品企业的生产过程提出更高的要求。《化妆品质量管理规范》实施后难以达到生产质量要求及短期无法快速实现调整的品牌商将更多的依托代加工企业生产。

同时，由于新产品备案难度、备案成本、生产成本等各方面有所增加，化妆品生产企业的准入门槛不断提高，部分化妆品企业对监管政策的落地亦保持观望态度。

长期来看，监管新规有利于行业经营及竞争的规范化，为行业中优质企业的健康成长创造良好的环境。对于研发投入更大、成本控制更强的化妆品企业，有望分享政策红利，成长为具备多重优势的市场势力。随着监管不断完善，市场机制下的优胜劣汰，国内化妆品企业的综合素质和产品竞争力将不断增强，长期将有利化妆品行业健康发展。

4、我国化妆品行业存在的主要问题

虽然国产化妆品在品牌渠道运营、部分细分赛道、引入国际研发机构及原料厂商进行战略合作等方面取得了一定的成绩，但是品牌力、研发水平等与国外品牌相比仍存在较大差异。目前国货品牌仍主要面对中低端市场，高端市场仍主要为外国品牌所主导。

同时，我国化妆品市场集中度较低，生产企业规模普遍偏小，整体竞争实力仍相对较弱，成为国产化妆品在中高端竞争力的主要瓶颈。

5、我国化妆品行业竞争状况

我国化妆品行业属于充分竞争行业，市场化程度极高。目前国内获得化妆品生产许可证的企业已经有 5,700 多家，生产企业数量众多，根据易普咨询数据，2020 年，我国前十大化妆品品牌市场占有率为 42.90%，整体市场的集中程度不高。

6、发行人所处行业与上下游行业的关联性

(1) 与上游行业的关联性

公司全资子公司诺斯贝尔以化妆品 ODM 业务为主，主要产品包括面膜、护肤品、湿巾以及其它无纺布制品等。其中，面膜和湿巾的主要载体为无纺布，无纺布的主要原料来自天然纤维素纤维、涤纶纤维和粘胶纤维；护肤品的主要原料为：甘油，丙二醇，天然油脂，功能性提取物，香精等。包装材料包括纸包装、塑料包装、软包装膜袋和玻璃包装等。

近年来受 PPI（生产价格指数）上涨及化工行业供给侧调整等因素影响，化妆品原料和包装材料的价格都出现了一定程度的上涨。部分化妆品原料依赖于国外进口，疫情以来受到国外原材料供应商减产、航运价格高企等因素影响，出现进口原材料短缺、价格上涨情形，对化妆品制造企业的生产、销售及业绩均产生了一定影响。

(2) 与下游行业的关联性

诺斯贝尔主要从事化妆品 ODM 业务，下游客户主要是化妆品品牌商。化妆品属于快速消费品，下游零售行业疫情前呈高速发展态势，零售行业销售渠道主要包括线上电商平台、社交平台，线下专营店、超市、商场、药妆店、便利店、美容院等。

近年来在抖音、快手、微信、小红书等社交平台带动下，居民化妆品消费意识增强，线上渠道交易规模迅速提升。社交电商等线上渠道催生的新兴化妆品品牌，其轻资产的运营方式及快速推出产品的需求，在供应链环节将更加依赖于有较强研发实力、稳定生产能力的制造商企业。

下游终端流通市场的多元化健康发展有利于化妆品行业的发展并为其提供必要的渠道支撑。同时，激烈的竞争环境和渠道转化带来下游品牌商快速迭代，对化妆品 ODM 企业持续稳定发展带来更多挑战。

(二) 松节油深加工行业情况

1、全球松节油深加工行业概况

松节油均来自松树的松脂，按照获取不同方式，松节油可划分为脂松节油、

硫酸盐松节油、木松节油和干馏松节油。这四种松节油中，脂松节油和硫酸盐松节油能够应用于大规模工业化生产。根据环洋市场咨询（GlobalInfoResearch）数据，松节油产地主要集中在北美、欧洲和中国。松节油的产量从 2017 年的 32.2 万吨将增加到 2028 年的 38.4 万吨。2021 年，北美松节油产量占全球产量的 32.7%，中国松节油产量占全球产量的 22.5%。中国、北美和印度是松节油主要的消费地区，在 2021 年，分别占全球消费量的 24.78%、24.18%、23.77%。

2021 年，在全球的收入市场中，脂松节油占据 77% 的市场份额，硫酸盐松节油由于价格相对较低，只占据 21% 的市场份额。欧美地区主要以硫酸盐松节油的生产为主，主要生产国为美国、加拿大、瑞典、芬兰、法国、西班牙。随着上游造纸工业的环保要求不断提高，对造纸含酸量的要求越来越严格，硫酸盐松节油的供应量呈逐年下降趋势。而在中国，则以脂松节油的生产为主，涉及到的下游应用也有所区别。

松节油可应用于香料化学品、粘合剂、油漆和印刷油墨等应用，其中香料化学品是目前松节油市场中应用最广泛的，2021 年占据 68% 的消费市场份额。脂松节油的生产应用以亚洲和中南美洲为主；硫酸盐松节油的生产应用以北美为主。

2、我国松节油深加工行业概况

松节油是松脂经初加工环节制取松香过程中的联产品，由于我国生产的松香主要为脂松香，因此我国松节油的主要来源也为脂松节油。脂松节油可用于大规模精细化工生产，是我国重要的化工原料之一。

松节油主要成分为 α -蒎烯和 β -蒎烯，绝大多数的松节油经过精馏分离成为单体物质后，再经更深入的二次、三次或多次的化学深加工利用，生产合成樟脑、冰片等化学中间体和合成香料原料等林产化学产品。

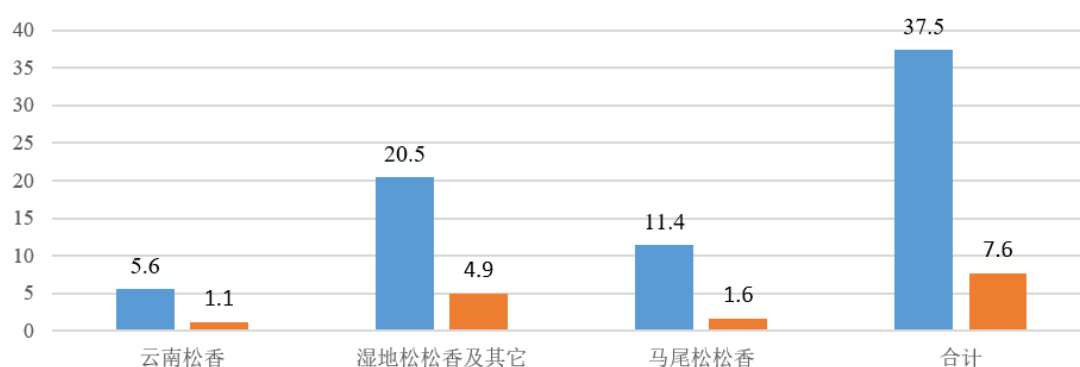
根据生产方法不同，松节油可分为多个种类，如脂松节油、硫酸盐松节油、木松节油、干馏松节油，其中前两种能够大规模生产，国内生产的松节油多为脂松节油，硫酸盐松节油产量较低，且成本较高，多作为燃料油使用。

松节油自松脂加工提炼得到，松脂从活松树中采集。我国松脂主要来源于马尾松、云南松、思茅松、湿地松，主要集中在云南、广西、广东等地区。受

原材料供给限制，我国松节油产能集中在云南、广西、福建等地区。

由于松节油的联产品属性，我国松节油产量与我国松香产量呈现强相关性，每生产 1 吨松香大约也可以同时得到 0.13-0.26 吨松节油。根据松涛商务网数据显示，2021 年我国松香年产量为 37.5 万吨，其中云南松香产量约 5.6 万吨，可产松节油约 1.1 万吨；湿地松松香及其它产量约 20.5 万吨，可产松节油 4.9 万吨；马尾松松香约 11.4 万吨，可产松节油约 1.6 万吨。2019-2021 年度，我国松节油产量依次约为 8.0 万吨、6.5 万吨和 7.6 万吨。2021 年度松香产量增长，故当年松节油产量也较上年增长 16.92%。

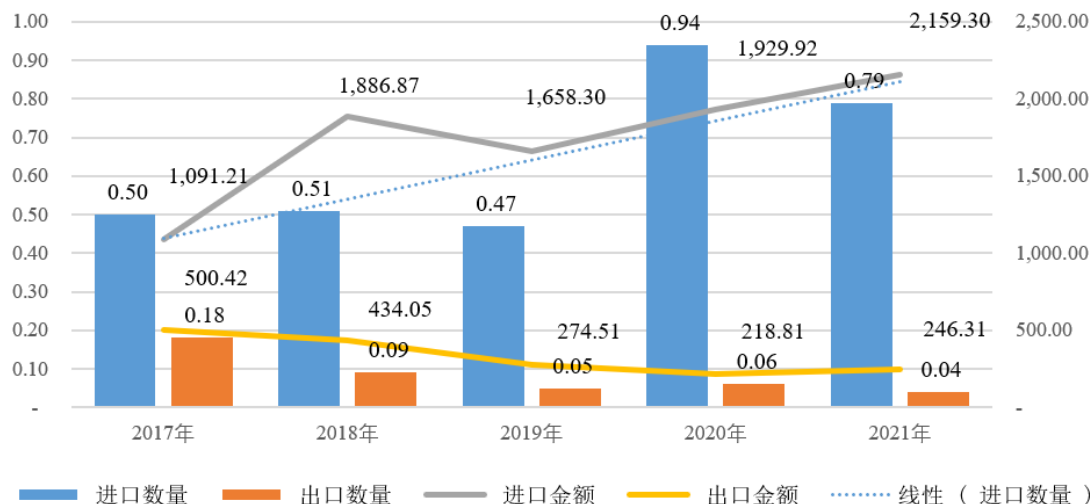
2021年度我国各品种脂松香及松节油产量对比
(单位：万吨)



数据来源：《2021 年中国松香/松节油及深加工行业报告》

根据海关总署数据，近年来，我国松节油进口数量远超出口数量，并在整体上呈现增长趋势。2021 年度，我国松节油进口的主要货源地国家包括越南、巴西和瑞典。2020 年松香减产带动松节油减产，松节油进口量明显增长，其中越南向中国出口松节油量大幅上涨，成为中国进口松节油量最大的货源地国家。2020 年度，我国从越南进口的松节油量达到了 3,434.83 吨，比 2019 年增长了 178.78%。而随着 2021 年度松香产量恢复，我国进口松节油数量也有所下降。同时，我国松节油出口量则较为有限，我国松节油主要出口至德国、中国香港、澳大利亚和菲律宾等国家和地区，国内松节油价格较高是出口减少的主要原因之一。

2017年-2021年度我国松节油进出口情况
(单位:万吨、万美元)



数据来源:海关总署、2018-2021年《中国松香/松节油及深加工行业报告》

松节油是松香的联产品,行业发展除了受采脂人工成本、气候变化、市场需求影响,还受到松香产业发展影响。近几年,由于国内松香产业萎靡,以及国内环保监控趋严,落后产能退出市场,造成产量无法满足市场需求,松节油进口量持续攀升。

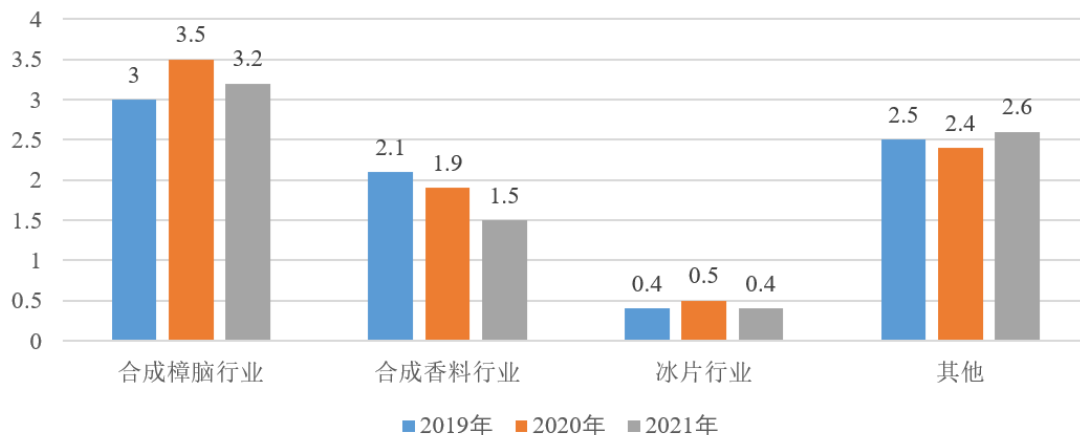
松节油主要成分为 α -蒎烯和 β -蒎烯,绝大多数的松节油经过精馏分离成为单体物质后,再经更深入的二次、三次或多次的化学深加工利用,生产合成樟脑、冰片等化学中间体和合成香料原料等林产化学产品。

从应用方面来看,合成樟脑行业对松节油的需求量最高,2021年度合成樟脑行业对松节油的需求量达到市场对松节油总需求量的41.56%,合成樟脑可应用于医药、日化和香精香料等行业。对我国松节油需求量排名第二的深加工产品是合成香料类产品。2021年度,合成香料类深加工产品对松节油的需求量占市场总需求量的19.48%,产品主要应用于生产香水、沐浴露、洗手液和美容护肤等日用化学产品。

以松节油或其深加工产品为原料还可以合成许多具有药理活性的医药产品,包括直接药用产品和医药中间体。主要产品有药用樟脑、左旋樟脑、樟脑磺酸、苯酚氨酸、冰片、合成薄荷脑以及生产维生素的关键中间体异植物醇等。

2019-2021年度,松节油深加工行业对松节油需求量具体如下:

2019-2021年度松节油深加工行业对松节油需求量
(单位：万吨)



数据来源：2019-2021年《中国松香/松节油及深加工行业报告》

合成樟脑是松节油深加工产品中的大宗产品，有较强烈的清凉感和芳香气味，具有皮肤刺激类药物活性、防腐活性、驱虫及防虫蛀活性，以及对硝化棉等特殊材料的良好增塑性能，因此，合成樟脑在医药及医药中间体、安全型防虫蛀剂、工业原料、香料等领域内得到了广泛的应用。

合成冰片在国内市场中主要应用于中成药生产，该产业用量占其产量的90%以上。冰片在中成药制剂中发挥多种功效，对中枢神经、循环系统疾病以及促进药物吸收等方面具有较强的治疗及药理作用，并且具有抗炎、镇痛、抗菌等作用，在医药领域应用非常广泛。除药用之外，冰片也是一种重要的合成香料，广泛用于配制迷迭香、薰衣草型香精。

3、我国松节油深加工行业存在的主要问题

我国松树资源主要集中于广西、云南、广东、江西和福建等几个省区，上述地区依托丰富的松树资源以及雄厚的林化产业基础，逐步发展形成了一条从松树种植、采脂、松脂加工到松节油深加工的完整产业链。我国目前的松节油类企业近 100 家，多为生产规模较小的初级加工企业，具有核心技术的大规模企业较少，松节油深加工能力在 5,000 吨以上的约 10 家，深加工领域市场趋向集中，但其产量受制于松脂采集高成本、松香需求低迷。

松节油产量与松香产量变化同步，相对产出比例约为 1:5，松节油的需求主要受产品品类和经济环境制约，由于中国的松节油及深加工产品广泛应用于国内香料、日化等行业，大约 50%松节油深加工品出口至国外，中国松节油的需

求市场同时受到国内与国外经济环境的影响。社会经济环境好发展快时松节油需求上升，反之松节油需求下降。近年来由于我国各年的松香产量变化波动较大，造成松节油产量的忽高忽低，而松节油的市场需求量变化幅度较小，需求比较刚性且稳健，因此常常造成松节油的供需关系严重失衡，从而导致松节油价格的急剧变化。

松节油生产是天然资源型惠农型产业，受劳动力、资源、加工成本不断上升的影响，中国的松脂和松节油价格近年来一直处于较高的水平，随着社会经济的发展获取资源的成本只会越来越高，同时劳力和生产消耗成本也在不断推高。

4、行业竞争状况

目前民营松香企业的特点是数量多、规模小、技术低，随着产业结构调整、市场竞争导致的产能集中与转移、安全环保因素导致的减产等因素共同影响，国内松节油深加工生产呈现集中的趋势。

5、发行人所处行业与上下游行业的关联性

(1) 与上游行业的关联性

松节油深加工行业的上游是原材料松节油的生产企业。上游的发展直接影响松节油深加工行业的原材料供给、采购成本，松节油深加工行业的发展又会反过来促进上游行业的发展。

(2) 与下游行业的关联性

松节油深加工行业的下游行业包括医药、食品、日化、香精香料等行业。下游行业的发展对松节油深加工行业的发展具有较大的牵引和驱动作用，其需求变化直接影响松节油深加工行业未来的发展状况。

(三) 发行人在行业中的竞争地位和主要竞争优势

1、发行人在行业中的竞争地位

(1) 化妆品及相关业务的行业地位

公司全资子公司诺斯贝尔是国内较早将无纺布和日用化工技术结合起来进行生产及拥有超过十年信誉的知名化妆品 ODM 研发生产企业之一，目前已发

展成为中国最大的面膜生产企业。

诺斯贝尔的目标客户以主营面膜、护肤品及湿巾等化妆品及相关产品的国内外化妆品品牌企业为主，发展至今，诺斯贝尔先后与国内外众多知名客户建立了稳定的 ODM 合作关系。

近年来诺斯贝尔获得业界众多美誉。2018 年荣获中国日用化学工业研究院与中国美妆网联合颁发的“2018 化妆品供应链百强企业 No.1”。2019 年荣获中国日化百强评委会颁发的“中国日化百强 TOP100”，中国化妆品大会颁发的“2019 年度最具影响力制造商”，化妆品报社颁发的“2019 化妆品制造业 TOP10 排行榜第一名”等多个荣誉称号。2020 年荣获中国国际美博会颁发的“2020 美业卓越之星”，第十届中国化妆品工商首脑会议暨 2020 化妆品报年会颁发的“2020 中国化妆品制造商 TOP20（第一名）”，美妆供应博览会颁发的“2020 中国好企业”等多个荣誉称号。2021 年荣获 IFSCC 颁发的“IFSCC2021 年度金牌会员”，CIBE 中国国际美博会颁发的“CIBE 影响力品牌”，中国美妆网颁发的 2021 中国美妆制造商“百强企业”，美妆供应博览会颁发的“2021 中国好企业”等多个荣誉称号。2021 年 2 月“诺斯贝尔”与华为、腾讯等品牌一道被广东商标协会重点保护委员会纳入“广东省重点商标保护名录”，同年 9 月，“诺斯贝尔”获得广东高价值商标品牌称号。2022 年 1 月，诺斯贝尔被国家工业和信息化部认定为“国家绿色供应链管理企业”。此外，诺斯贝尔曾多次被评为优秀供应商，并且在 2019 年、2020 年和 2021 年广东省制造业 500 强企业排名中，分别位列第 233 位、205 位和 136 位。

近年来，诺斯贝尔还因技术创新、积极抗击新冠疫情和参与社会慈善事业等所做贡献，先后荣获“第五届中山市最具社会责任企业传媒大奖-2019 年十大社会责任企业”“2020 年度中山市科技创新突出贡献企业”“2020 年度中山市营收突出贡献企业”“中山市创新标杆企业”“中山市先进基层党组织”“中山市抗击新冠肺炎疫情先进集体”“第六届中山最具社会责任企业传媒大奖-社会责任企业大奖”“星级职工之家”“广东省模范职工之家”“广东省五一劳动奖状”和“中国红十字会奉献奖章”等众多社会荣誉。

（2）松节油深加工业务所处的行业地位

公司是国内松节油深加工行业龙头企业，主要产品包括合成樟脑及其中间产品和副产品、冰片系列产品等。在细分产品方面，公司是全球规模较大的合成樟脑及其中间产品的供应商之一。

2、行业内主要竞争企业

（1）化妆品行业

诺斯贝尔是以 ODM 为主，OEM 为辅的化妆品研发生产企业。在国内上市或挂牌的公司，与诺斯贝尔业务相同、规模相当的公司较少。

目前公开市场主要竞争对手包括上海家化、珀莱雅、御家汇等拥有自主品牌的化妆品品牌公司，也包括洁雅股份、嘉亨家化、安特股份、芭薇股份等经营 ODM/OEM 业务的公司。

诺斯贝尔的竞争对手还包括上海乐宝日化股份有限公司、广州栋方生物科技股份有限公司、深圳绵俚日用化工有限公司、科玛化妆品（苏州）有限公司、上海仪玳化妆品有限公司、韩国科丝美诗等。

（2）松节油深加工行业

合成樟脑系列国内的主要竞争对手包括浙江东平香料有限公司、万香科技股份有限公司、苏州尤合科技有限公司、广西梧州黄埔化工药业有限公司等。国外合成樟脑及其中间产品和副产品的生产企业主要集中在印度，包括 Camphor&AlliedProducts Ltd.、Dujodwala Resins&Terpenes Ltd.、Kanchi Karpooram Ltd.和 Saphthagiri Camphor Ltd.等 4 家企业。

冰片系列产品的主要竞争对手包括广西梧州黄埔化工药业有限公司、湖南松本林业科技股份有限公司、浙江正荣香料有限公司、云南林缘香料有限公司、湖南省新晃县龙脑开发有限责任公司、江西林科龙脑科技股份有限公司等。

五、公司主营业务、主要业务模式、产品或服务的主要内容

（一）主营业务及主要产品

报告期内，公司主要从事两大板块业务，即面膜、护肤品、湿巾等化妆品

的设计、研发与制造业务，以及松节油深加工产品的研发、生产与销售。

报告期内，公司的主营业务收入分类别情况如下：

单位：万元

类别	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	212,026.94	98.97%	364,660.69	98.74%	383,014.85	99.10%	288,151.98	99.09%
其他业务收入	2,203.38	1.03%	4,664.78	1.26%	3,461.37	0.90%	2,659.73	0.91%
合计	214,230.32	100.00%	369,325.47	100.00%	386,476.22	100.00%	290,811.71	100.00%

报告期内，公司营业收入主要来源于化妆品、松节油深加工两大业务形成的主营业务收入，主营业务收入占营业收入的比重均在98%以上，主营业务突出；其他业务收入主要为水电气销售、包材销售、样品费、检测费、版辊费、模具费等收入，占比较低。

其中，化妆品业务收入构成如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	占比	2021年度	占比	2020年度	占比	2019年度	占比
面膜系列	61,371.68	41.96%	102,471.39	40.84%	99,126.79	37.12%	83,431.10	52.02%
护肤系列	47,574.05	32.52%	72,707.68	28.97%	65,881.57	24.67%	42,159.14	26.29%
湿巾系列	27,045.11	18.49%	58,927.46	23.48%	66,128.00	24.76%	23,917.06	14.91%
其他产品系列	8,755.35	5.99%	13,226.33	5.27%	32,937.07	12.33%	9,681.23	6.04%
其他业务	1,530.64	1.05%	3,601.75	1.44%	2,974.21	1.11%	1,183.07	0.74%
合计	146,276.84	100.00%	250,934.60	100.00%	267,047.64	100.00%	160,371.59	100.00%

松节油深加工业务收入构成如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	占比	2021年度	占比	2020年度	占比	2019年度	占比
合成樟脑系列	54,008.57	79.48%	96,153.96	81.22%	89,087.74	74.59%	102,372.66	78.48%
冰片系列	7,258.18	10.68%	12,362.46	10.44%	15,796.74	13.23%	15,015.65	11.51%
其他林产化学品系列	6,013.99	8.85%	8,811.41	7.44%	14,056.05	11.77%	11,575.15	8.87%
其他业务	672.74	0.99%	1,063.03	0.90%	488.05	0.41%	1,476.66	1.13%
合计	67,953.49	100.00%	118,390.86	100.00%	119,428.58	100.00%	130,440.12	100.00%

1、化妆品业务

公司化妆品业务主要由子公司诺斯贝尔作为业务经营主体。诺斯贝尔专注于面膜、护肤品、湿巾和无纺制品等产品的设计、研发和制造，是中国本土规模最大的综合型化妆品生产企业之一。诺斯贝尔业务经营模式以 ODM 为主，为下游的品牌商提供从创意到产品、设计与制造等全案服务。

诺斯贝尔建有先进的研发中心和国际化标准的生产基地，为众多化妆品品牌企业提供专业的化妆品生产服务，产品涵盖面膜系列、护肤品系列、湿巾系列、无纺布及其他系列等四大品类。

（1）面膜系列产品

面膜是指涂抹或敷贴于人体皮肤表面，经一段时间后揭离、清洗或保留，起到清洁、保湿、美白、抗皱、舒缓等作用的产品。面膜根据产品形态，可分为：面贴膜、膏状面膜、粉状面膜、撕拉式面膜等。诺斯贝尔面膜类产品主要为面贴膜及膏状面膜。

面贴膜是目前使用较为广泛的面膜类型，由面膜基布和精华液两部分组成。按基布膜材分类，诺斯贝尔生产的面贴膜品类有：天丝、纯棉、超细纤维、竹纤维、竹炭纤维、生物质石墨烯纤维、生物纤维以及水凝胶等。按使用部位分类，诺斯贝尔生产的品类有：面膜、眼膜、鼻膜、唇膜、手膜、足膜等。

膏状面膜是指具有膏霜、乳液或啫喱外观特性的面膜产品。诺斯贝尔生产的膏状面膜有：免洗型睡眠面膜、洗去型泥浆面膜等。

诺斯贝尔面贴膜类产品营收占比较大，因此将面贴膜从护肤品中分开单独列示，本募集说明书所称面膜系列产品仅指面贴膜产品。

（2）护肤品系列产品

护肤品系列产品包括护肤类产品、洁肤类产品、底妆类产品、特殊用途化妆品及其他类产品等。

（3）湿巾系列产品

湿巾系列产品包括清洁卫生湿巾、婴儿湿巾、卸妆湿巾、医疗湿巾及其他湿巾。

(4) 无纺布制品及其他系列产品

公司无纺布制品涵盖压缩面膜、洁面干巾等无纺布产品。

诺斯贝尔的部分主要产品图例如下所示：

产品类型	样品图例	产品名称及特点
面膜系列		
天丝面膜		屈臣氏天丝面膜系列 透薄维纤莱赛尔膜布，承载 27 倍面膜精华； 特别添加双重保湿精华。
天丝面膜		悠宜水光肌盈润面膜 空气感莱赛尔膜布，承载一整瓶安瓶精华； 8D 透明质酸直达肌底，72 小时长效保湿； 二裂酵母发酵产物滤液稳定皮肤微生物群。
超细纤维面膜		DRPLANT 青刺果轻敏修护水光面膜 超细纤维专利膜布，奶皮贴肤触感，修护轻敏肌； 0.45% 云南青刺果油采用低温分离技术活性更高； 膜布柔滑服贴，促进吸收。
冻干面膜		玉泽舒缓保湿 B5 冻干面膜 -40℃真空冻干技术； 天然玫瑰原色的玫瑰纤维膜布超高颜值，触感柔软； 遇水焕活，迸发多重鲜活能量。
水凝胶面膜		欧珀莱时光锁集中修护凝胶面膜 多种有效成分，集中修护肌肤胶原蛋白； 上下片分区护理，细致呵护； 内外保水中间支撑，紧密贴合。
护肤品系列		

产品类型	样品图例	产品名称及特点
护肤类		肤漾控油舒缓爽肤水 双层上水下粉，专为油皮研制； 甄选全球成分，复配镇静舒缓植萃配方； 7 μ m 粉质，有效物理吸油。
护肤类		高姿烟酰胺焕亮紧致安瓶精华液 焕活光感肌肤； 改善肌肤无光； 肌肤紧致透亮，更显年轻活力。
护肤类		纽西之谜温泉水咋弹面膜 水润滋养，富含水资源与矿物质。 富含二裂酵母滋养皮肤，烟酰胺提亮肤色。
护肤类		OLAY 精华磨砂膏 精选德国矿物磨砂颗粒，温和去角质； 有效提亮肤色，呵护身体肌肤； 持续使用全身肌肤莹亮丝滑。
洁肤类		如薇清润舒悦桔脂卸妆膏 卸除彩妆； 清洁毛孔； 温和养肤。
洁肤类		C 咖白泥清透净肤精华面膜 温和清洁黑头油脂； 疏通毛孔，细腻肌肤。
底妆类		高姿轻透水光精华粉底液 丝滑贴肤，一抹遮瑕，肌肤匀净透亮； 细腻粉质，羽感持妆，精致妆容； 蕴含富勒烯、红参提取物，滋养透亮。

产品类型	样品图例	产品名称及特点
特殊用途 化妆品		半亩花田臻白清透防晒乳 防晒、隔离二合一； 通过斑贴测试，毒理学测试； 清爽易涂抹，贴服不假白。
湿巾系列		
清洁卫生 湿巾		滴露卫生湿巾 抗菌湿巾有效保护肌肤免受细菌侵害； 中性 PH 值，温和无刺激。
医疗湿巾		clinell 伽玛消毒卫生湿巾 多功能卫生湿巾，主要用于医院，幼儿园， 学校等人员密集场所； 有效替代传统上需要多种洗涤剂的清洁方法。
婴儿湿巾		启初婴儿清爽湿巾 弱酸性配方，清爽植物成分； 植物纤维布配合网孔压花，更易清洁肌肤； 不添加荧光剂、酒精、香精、皂基。
卸妆湿巾		花西子花露凝萃卸妆湿巾 1+1 组合型，一片眼唇卸，一片面部卸； 眼唇卸，黄金水油配比，眼唇专用； 面部卸，凝萃忍冬花精华，卸养合一，质地 清爽。
压缩面膜		屈臣氏天丝压缩面膜 立体剪裁、贴合脸部 锁水透气、独立包装
美容洁面 干巾		屈臣氏天丝美容洁面巾 纤维材质，触感细腻，柔净肌肤 柔韧性好，不易变形和掉屑 清洁更方便，使用更卫生

2、松节油深加工业务

松节油深加工业务即以松节油为主要原料，通过化学和物理加工方法生产

合成樟脑、合成樟脑中间产品和副产品、冰片等精细化工产品。全资子公司青松化工系松节油深加工业务的主要生产主体。公司产品广泛应用于日化、医药、饲料、纺织、皮革、塑料等化工行业，特别是作为医药及医药中间体、香精香料原料、工业功能材料，具有难以替代的作用。

公司既定战略发展规划，深挖化妆品等大消费业务产业价值，将主要资源向化妆品、大消费业务方向聚焦。截至本募集说明书签署日，公司已完成松节油深加工业务两家全资子公司青松化工、香港龙晟 100%股权转让事宜，并已收到全部股权转让款项；公司不再持有青松化工、香港龙晟的股权，并因被动形成的财务资助尚未全部收回而成为青松化工股权质押权人；公司未来不再经营松节油深加工业务。

（二）主要业务模式

1、采购模式

（1）化妆品业务

产品的原材料主要包括化工原材料、无纺布、纤维和包装材料（如卷膜及铝箔袋、瓶、桶、纸类等），主要由诺斯贝尔生产部提出需求，采购部执行具体采购。

原材料质量对化妆品产品的影响很大，为此诺斯贝尔建立了严格的采购管理制度，进行物料的受控采购、采购成本管理等；建立了供应商遴选标准，由 QA 部（质量部）组织相应部门依据诺斯贝尔《供应商质量体系审核规程》进行供应商质量体系审核。通过对物资的质量、价格、供货期等进行综合比较，对供应商进行评价与选择。

（2）松节油深加工业务

公司通过不断优化采购流程，形成了覆盖广泛、通畅有序的原材料供应网络。公司采购流程包括供应链信息管理、供应商评价与选择、采购计划与执行、库存控制、质量控制和收货等环节。针对主要原材料松节油，公司为建立稳定的松节油供应体系，降低采购成本和原料供应风险，以直接与松节油生产企业建立稳定的合作关系作为主要采购模式，合作供应商覆盖广西、云南、广东、江西、福建等主要松节油产区。

2、生产模式

(1) 化妆品业务

诺斯贝尔生产以自主生产为主，配合面膜布印花、面膜辐照消毒等委外加工，生产高质量的面膜、护肤品、湿巾和无纺制品等产品。在以 ODM 为主、OEM 为辅的业务模式下，诺斯贝尔根据客户提出的产品需求和订单组织生产，生产计划主要依据客户订单情况进行制定，实现按需生产以及高速存货周转。

(2) 松节油深加工业务

公司的生产以市场为导向，由公司每年初下达年度生产销售总计划，具体实施时，公司根据产品订单、原料供应等情况制定次月的生产计划，组织安排生产，合理调配各车间动力、设备、人力等资源。公司重视生产安全，严格把控质量，每批产品经过质量检验合格、批生产记录审核合格和批检验记录审核合格后，无异常情况方可入库和对外销售。

3、销售模式

(1) 化妆品业务

公司子公司诺斯贝尔采用直接销售的模式，根据客户需求安排生产和销售，在与客户沟通需求后，需按客户方所需产品特点确认参数，最终经方案确认再签订订单并进行生产。诺斯贝尔凭借多年的专业技术水平以及行业经验赢得了市场的良好口碑，深得国内外等众多知名品牌客户认可，与许多客户建立了相互信任和依赖的稳定合作关系，具有较高的客户忠诚度。

(2) 松节油深加工业务

公司产品用途广泛，市场分布在世界各地，客户群体分散，一方面由于不依赖于某个市场或某几个客户，客户集中度风险较低，另一方面由于市场、客户分散对公司销售能力提出了较高的要求。为此，公司根据国内、国际市场的市场成熟度、市场需求特点的不同，结合公司产品线的分类和生产情况，采取不同的销售策略，建立起一套多渠道、全方位的立体销售模式，通过建立多级销售渠道强化公司的销售能力。公司经过多年拓展国内和国际市场，积累了稳定的客户群体，产品获得了包括美国、欧盟、日本在内的全球主要市场的认证。

（三）主要产品的产销情况

1、最近三年一期主要产品产量、销量

公司主要产品为化妆品及松节油深加工产品。最近三年及一期，公司主要产品的生产能力、实际产量、销售数量及产销率等情况如下：

（1）化妆品业务

1) 主要产品产量、销量及产销率情况

单位：万片、万支/100ml

期间	产品系列	产量	销量	产销率
2022年1-9月	面膜系列	49,445.87	47,138.65	95.33%
	护肤品系列	5,910.06	6,291.65	106.46%
	湿巾系列	420,664.45	414,068.76	98.43%
2021年度	面膜系列	82,251.38	78,601.42	95.56%
	护肤品系列	10,821.47	11,109.04	102.66%
	湿巾系列	943,804.17	835,295.00	88.50%
2020年度	面膜系列	80,628.82	79,717.26	98.87%
	护肤品系列	14,459.50	13,277.50	91.83%
	湿巾系列	896,260.11	862,297.07	96.21%
2019年度	面膜系列	104,522.57	101,314.95	96.93%
	护肤品系列	9,615.74	10,140.01	105.45%
	湿巾系列	495,248.70	494,376.91	99.82%

注：为了便于各期间的比较，上表中2019年度数据为诺斯贝尔2019年全年的情况，与公司2019年合并诺斯贝尔的报表期间存在一定差异。

2) 主要产品的产能情况及产能利用率

单位：万片、万支/100ml

期间	产品	产能	产量	产能利用率
2022年1-9月	面膜系列	165,884.40	49,445.87	29.81%
	护肤品系列	22,443.24	5,910.06	26.33%
	湿巾系列	2,052,513.00	420,664.45	20.50%
2021年度	面膜系列	213,400.00	82,251.38	38.54%
	护肤品系列	28,447.14	10,821.47	38.04%
	湿巾系列	2,604,069.00	943,804.17	36.24%
2020年度	面膜系列	196,500.00	80,628.82	41.03%

	护肤品系列	18,950.00	14,459.50	76.30%
	湿巾系列	1,220,000.00	896,260.11	73.46%
2019 年度	面膜系列	195,000.00	104,522.57	53.60%
	护肤品系列	18,000.00	9,615.74	53.42%
	湿巾系列	900,000.00	495,248.70	55.03%

注：为了便于各期间的比较，上表中 2019 年度数据为诺斯贝尔 2019 年全年的情况，与公司 2019 年合并诺斯贝尔的报表期间存在一定差异。

2020 年受疫情影响，公司将部份备用车间转做口罩、消毒湿巾、消毒液等防疫物资，市场需求量大，从而提升了公司的产能利用率。

2021 年，化妆品业务产能利用率较低的主要原因如下：

①公司从 2020 年下半年开始投入较大规模的化妆品生产线改扩建项目影响

公司基于历史业绩长期增长和对市场乐观预期，近两年对诺斯贝尔化妆品生产线投入较多，但报告期原有客户及新增客户下单量不及预期，部分新品生产线投入后，产品尚需进一步市场推广，新增产能短期未能得到释放。

②ODM 业务模式限制

公司化妆品业务以 ODM 为主，ODM 模式系指公司根据客户要求的品类、规格、功能和质量，设计产品配方和包装并进行生产，生产的产品贴上客户的品牌。如果公司在产品配方、生产设备、质量控制、交货时间等方面不能满足客户需求，会面临主要客户转向其他厂商。同时，由于 ODM 模式是按客户订单生产产品，主要客户产品的市场需求变化会影响公司产品的订单情况，继而影响公司的生产情况。因此，ODM 订单生产的模式会导致公司生产设备的产能利用率出现波动的情况。

③产品类型影响（主要影响护肤品的产能利用率）

生产特种护肤品（如唇膏、卸妆膏、冻干粉、安瓶等）的生产设备不能用于生产水乳护肤品和膏霜护肤品。护肤品生产设备主要分为水乳灌装机和膏霜灌装机。A、水乳灌装机主要生产爽肤水、润肤水及各种水乳液护肤品，这些产品主要用于春天和夏天。B、膏霜灌装机主要生产手霜、润体霜、面霜等膏霜护肤品，这些产品主要用于秋天和冬天。这两种生产设备不可混用。因此由于产品季节性的特质，导致水乳灌装机及相关设备在秋、冬季的使用率偏低，

膏霜灌装机及相关设备在春、夏季的使用率偏低。

④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的区分

对于膏霜类护肤产品，春夏季为销售淡季、秋冬季为销售旺季；对于防晒类产品，夏季为主要销售旺季，其他季节则销售情况一般；而对于面膜类产品，“双十一”“双十二”期间受互联网营销影响，为主要销售旺季。诺斯贝尔主要产能以满足旺季最大订单需求进行配备，从而也导致诺斯贝尔的产能利用率较低。

⑤化妆品作为快销品、潮流品，各年度市场需求不断变化，公司部分设备具有专用性，需要根据市场需要不断调整产品线。

⑥部分产能投放时间较早，相关设备已经或即将提足折旧，但基于设备仍然在继续使用，故公司未予以处置。一般此类设备利用率相对较低。

(2) 松节油深加工业务

1) 主要产品产量、销量及产销率情况

单位：吨

产品	时间	产量	销量	产销率
合成樟脑系列	2022年1-9月	22,021.99	21,064.11	95.65%
	2021年度	36,724.16	33,600.49	91.49%
	2020年度	27,271.67	30,624.28	112.29%
	2019年度	29,021.19	28,686.25	98.85%

2) 主要产品的产能情况及产能利用率

单位：吨

产品	时间	产能	产量	产能利用率
合成樟脑系列	2022年1-9月	32,445.00	22,021.99	67.87%
	2021年度	43,260.00	36,675.83	84.78%
	2020年度	31,710.00	27,271.67	86.00%
	2019年度	31,710.00	29,021.19	91.52%

报告期内，公司的产销率保持在较好的水平。主要受产能提升、市场需求变化、产品类型等因素的影响，公司报告期内产能利用率总体有所下降。

2、主要产品销售单价情况

(1) 化妆品业务

单位：万元、万片、万支/100ml、元/片、元/支/100ml

产品分类	2022年1-9月			2021年度		
	营业收入	销量	销售单价	营业收入	销量	销售单价
面膜系列	61,371.68	47,138.65	1.3019	102,471.39	78,601.42	1.3037
护肤系列	47,574.05	6,291.65	7.5615	72,707.68	11,109.04	6.5449
湿巾系列	27,045.11	414,068.76	0.0653	58,927.46	835,295.00	0.0705
其他系列	8,755.35	56,797.18	0.1542	13,226.33	113,213.07	0.1168

(续上表)

产品分类	2020年度			2019年度		
	营业收入	销量	销售单价	营业收入	销量	销售单价
面膜系列	99,126.79	79,717.26	1.2435	83,431.10	72,472.74	1.1512
护肤系列	65,881.57	13,277.50	4.9619	42,159.14	8,969.31	4.7004
湿巾系列	66,128.00	862,297.07	0.0767	23,917.06	327,193.69	0.0731
其他系列	32,937.95	112,121.40	0.2938	9,681.23	67,000.80	0.1445

注：其他系列主要产品为膜布裁片、无纺布干布制品、口罩等

(2) 松节油深加工业务

单位：万元、吨、元/吨

产品分类	2022年1-9月			2021年度		
	营业收入	销量	销售单价	营业收入	销量	销售单价
合成樟脑系列	54,008.57	21,064.11	25,640.09	96,153.96	33,600.49	28,616.83
冰片系列	7,258.18	537.29	135,088.68	12,362.46	958.09	129,032.37
其他系列	6,013.99	2,424.80	24,802.02	8,811.41	3,594.98	24,510.32

(续上表)

产品分类	2020年度			2019年度		
	营业收入	销量	销售单价	营业收入	销量	销售单价
合成樟脑系列	89,087.74	30,624.28	29,090.56	102,372.66	28,686.24	35,687.03
冰片系列	15,796.74	984.57	160,443.01	15,015.65	908.79	165,226.80
其他系列	14,056.05	5,750.28	24,445.66	11,575.15	3,498.74	33,083.78

(四) 主要采购情况

1、化妆品业务

1) 主要原材料采购

单位：万元

期间	主要原材料种类	数量	金额	平均价格	占当期化妆品业务采购总额比例
2022年1-9月	无纺布及纤维（吨）	8,105.92	16,392.60	2.02	19.98%
	化学原料（吨）	4,632.41	27,368.37	5.91	33.35%
	包装材料（万件）	140,881.45	37,904.22	0.27	46.20%
2021年度	无纺布及纤维（吨）	19,397.31	40,080.12	2.07	24.78%
	化学原料（吨）	8,935.99	50,220.14	5.62	31.05%
	包装材料（万件）	246,742.79	70,514.61	0.29	43.59%
2020年度	无纺布及纤维（吨）	19,561.96	42,221.01	2.16	27.51%
	化学原料（吨）	8,217.56	43,742.70	5.32	28.50%
	包装材料（万件）	248,497.34	67,126.51	0.27	43.74%
2019年5-12月	无纺布及纤维（吨）	7,615.26	17,471.08	2.11	23.06%
	化学原料（吨）	4,445.91	24,502.05	5.57	29.56%
	包装材料（万件）	158,527.63	39,563.84	0.25	46.98%

注：诺斯贝尔及下属公司从2019年5月纳入发行人报表合并范围，故化妆品业务2019年度采购、生产、销售等数据均为2019年5-12月数据（下同）。

2) 主要能源采购

报告期内，化妆品业务能源消耗情况如下表所示：

期间	主要能源种类	数量	金额（万元）	平均价格（元）	占当期营业成本比例
2022年1-9月	水（吨）	1,034,979	174.07	1.68	0.12%
	电（度）	42,281,995	2,972.88	0.70	2.13%
	燃气（立方米）	558,942	220.38	3.94	0.16%
	蒸汽（吨）	11,791	326.70	277.07	0.23%
	污水处理费（吨）	1,994,628	184.38	0.92	0.13%
2021年度	水（吨）	1,548,537	259.36	1.67	0.12%
	电（度）	75,419,566	4,713.60	0.62	2.10%
	燃气（立方米）	728,433	266.07	3.65	0.12%
	蒸汽（吨）	17,081	419.23	245.43	0.19%

期间	主要能源种类	数量	金额 (万元)	平均价格 (元)	占当期营业 成本比例
	污水垃圾处理费 (吨)	2,993,309	276.38	0.92	0.12%
2020 年度	水 (吨)	1,183,779	196.93	1.66	0.09%
	电 (度)	54,139,293	3,268.95	0.60	1.58%
	燃气 (立方米)	324,935	114.31	3.52	0.06%
	蒸汽 (吨)	11,759	207.92	176.82	0.10%
	污水垃圾处理费 (吨)	2,267,631	210.17	0.93	0.10%
2019 年 5-12 月	水 (吨)	745,358	123.52	1.66	0.11%
	电 (度)	31,607,740	2,028.04	0.64	1.73%
	燃气 (立方米)	156,355	59.24	3.79	0.05%
	蒸汽 (吨)	7,972	145.20	182.13	0.12%
	污水垃圾处理费 (吨)	691,566	125.87	1.82	0.11%

2、松节油深加工业务

1) 主要原材料采购

单位：万元

期间	主要原材料 种类	数量	金额	平均价格	占当期松节油深 加工业务采购总 额比例
2022 年 1-9 月	松节油	14,838.46	34,508.54	23,256.15	71.99%
2021 年度	松节油	29,005.76	79,533.19	27,419.79	78.58%
2020 年度	松节油	17,352.81	35,121.97	20,239.92	66.53%
2019 年度	松节油	18,638.21	40,629.77	21,799.18	53.90%

2) 主要能源采购

报告期内，松节油深加工业务能源消耗情况如下表所示：

期间	主要能源 种类	数量	金额 (万元)	平均价格 (元)	占当期营业成本 比例
2022 年 1-9 月	水 (吨)	33,899.00	9.93	2.93	0.02%
	电 (度)	11,358,840.00	683.79	0.6	1.07%
	煤 (吨)	17,561.47	1,978.85	0.11	3.10%
2021 年度	水 (吨)	57,030.00	17.19	3.01	0.02%
	电 (度)	16,682,145.00	932.81	0.56	0.97%
	煤 (吨)	31,390.09	2,837.54	0.09	2.94%

期间	主要能源种类	数量	金额（万元）	平均价格（元）	占当期营业成本比例
2020 年度	水（吨）	64,122.75	19.45	3.03	0.02%
	电（度）	16,895,239.39	954.81	0.57	1.19%
	煤（吨）	34,558.37	2,253.10	0.07	2.82%
2019 年度	水（吨）	41,627.10	12.61	3.03	0.02%
	电（度）	14,947,653.45	797.59	0.53	0.96%
	煤（吨）	27,181.78	1,886.08	0.07	2.28%

六、生产经营资质及许可

截至 2022 年 9 月 30 日，发行人拥有的主要生产经营资质及许可如下表所示：

1、化妆品业务资质

(1) 诺斯贝尔及其子公司经营化妆品的业务资质

序号	主体	证书名称	证书编号	有效期	许可范围	发证机关
1	诺斯贝尔	对外贸易经营者备案登记表	04763203	长期	-	对外贸易经营者备案登记广东中山
2		中国商品条码系统成员证书	物编注字第 211364 号	2022.1.23-2024.1.23	-	中国物品编码中心
3		海关进出口收货人备案回执	海关编号 4420932948 检验检疫备案号 4420601642	长期	-	中华人民共和国海关
4		化妆品生产许可证	粤妆 20160081	2022.4.12-2027.4.11	一般液态单元（护发清洁类#、护肤水类#、啫喱类#）；膏霜乳液单元（护肤清洁类#、护发类#）；粉单元（散粉类、块状粉类）；蜡基单元（蜡基类#）	广东省药品监督管理局
5		消毒产品生产企业卫生许可证	粤卫消证字 [2020]-12-第 0087 号	2021.6.16-2024.6.28	卫生用品	广东省卫生健康委员会
6		消毒产品生产企业卫生许可	粤卫消证字 [2020]-12-第	2021.3.9-2025.3.8	消毒剂、卫生用品	广东省卫生健康委

序号	主体	证书名称	证书编号	有效期	许可范围	发证机关
		证	0103号			员会
7		消毒产品生产 企业卫生许可 证	粤卫消证字 [2019]-12-第 0001号	2020.10.22. -2023.1.15	湿巾、卫生湿 巾	广东省卫 生健康委 员会
8		医疗器械生产 许可证	粤食药监械生 产许 20203612 号	2020.10.10 - 2025.4.27	一次性使用医 用罩（疫情应 急产品）	广东省药 品监督管 理局
9		第二类医疗器 械注册证	粤械注准 20202140460	2020.11.19 - 2025.11.18	一次性使用医 用口罩	广东省药 品监督管 理局
10		水生野生动物 经营利用许可 证	（粤）水野经 字（2021JT） 0287号	2021.08.31 - 2023.08.30	西伯利亚鲟鱼 产品（加工销 售）	中山市农 业农村局
11	杭州 颐唯实	检验检测机构 资质认定证书	221121343153	2022.7.19- 2028.7.18	-	浙江省市 场监督管 理局

（2）诺斯贝尔持有的国产特殊用途化妆品注册批件

序号	产品名称	批准文号	批准日期	批准有效期
1	纽西小精灵珍萃亮颜清透防晒乳 SPF30 PA+++	国妆特字 G20130522	2022/3/30	2027/5/7
2	姬存希水光清透隔离防晒乳	国妆特字 G20180005	2021/11/5	2027/1/15
3	自然日志清爽防晒乳液 SPF30 PA++	国妆特字 G20180006	2021/12/8	2027/1/15
4	奢思雅防护润透防晒乳	国妆特字 G20180008	2021/11/3	2027/1/15
5	臻荟漾日用隔离乳	国妆特字 G20190202	2019/1/15	2023/1/14
6	纽西之谜极志男士清爽控油防晒乳	国妆特字 G20191274	2019/8/26	2023/8/25
7	完子心选 亮颜清透隔离防晒乳 SPF40 PA+++	国妆特字 G20201944	2020/9/29	2024/9/28
8	屈臣氏骨胶原轻透多效修颜霜 SPF40 PA+++（自然色）	国妆特字 G20202440	2020/11/25	2024/11/24
9	高姿水润特护精华防晒乳	国妆特字 G20210288	2021/1/25	2026/1/24
10	漾 精萃臻润防晒乳	国妆特字 G20210702	2021/3/10	2026/3/9
11	漾 水润修护防晒乳	国妆特字 G20210861	2021/4/21	2026/4/20
12	伊贝诗多维光护防晒隔离乳	国妆特字 G20211116	2021/4/21	2026/4/20
13	纽西之谜卓荟轻润净透空气防护乳	国妆特字 G20211795	2021/6/16	2026/6/15
14	半亩花田臻白清透防晒乳	国妆特字 G20211816	2021/6/16	2026/6/15
15	Dr.Joanna 臻致轻盈修护防晒乳	国妆特字	2021/7/5	2026/7/4

序号	产品名称	批准文号	批准日期	批准有效期
		G20212226		
16	漾 焕采亮肤防晒乳	国妆特字 G20212546	2021/8/18	2026/8/17
17	纽西之谜时光修护水感防晒霜	国妆特字 G20212969	2021/9/29	2026/9/28
18	屈臣氏烟酰胺亮白润泽面膜	国妆特字 G20152531	2019/6/19	2023/6/18
19	屈臣氏维 C 美白保湿面膜	国妆特字 G20152540	2019/6/19	2023/6/18
20	屈臣氏熊果苷净白补水面膜	国妆特字 G20152548	2019/6/19	2023/6/18
21	美颜秘笈雪润焕白面膜	国妆特字 G20170799	2021/4/30	2026/10/30
22	纽西之谜烟酰胺美白水感睡眠霜	国妆特字 G20170800	2021/4/30	2026/10/30
23	纽西之谜烟酰胺果冻美白淡斑面膜	国妆特字 G20170806	2021/4/30	2026/10/30
24	希卡贝尔莹亮润肤美白面膜	国妆特字 G20171041	2021/10/14	2026/12/25
25	纽西小精灵烟酰胺舒缓美白焕肤精华液	国妆特字 G20180964	2022/6/8	2027/8/16
26	纽西小精灵烟酰胺舒缓美白亮肤水	国妆特字 G20180965	2022/5/25	2027/8/16
27	纽西之谜光蕴环采钻白精华液	国妆特字 G20180967	2022/6/17	2027/8/16
28	达人嫩滑美白面膜	国妆特字 G20190183	2019/1/15	2023/1/14
29	纽西小精灵烟酰胺舒缓美白弹润面膜	国妆特字 G20190184	2019/1/15	2023/1/14
30	伊贝诗匀透美白精华面膜	国妆特字 G20190185	2019/1/15	2023/1/14
31	纽西之谜卓荟酵母光蕴美白淡斑精华露	国妆特字 G20190358	2019/4/4	2023/4/3
32	纽西之谜卓荟酵母光蕴美白柔肤水	国妆特字 G20190376	2019/4/4	2023/4/3
33	漾 酵母美白眼部菁华乳	国妆特字 G20190377	2019/4/4	2023/4/3
34	纽西之谜卓荟酵母光蕴美白润肤乳	国妆特字 G20190378	2019/4/4	2023/4/3
35	纽西之谜卓荟酵母光蕴美白祛斑霜	国妆特字 G20190379	2019/4/4	2023/4/3
36	纽西小精灵烟酰胺舒缓美白保湿凝露	国妆特字 G20200798	2020/5/27	2024/5/26
37	漾 水光雪肤亮白面膜	国妆特字 G20201508	2020/8/31	2024/8/30
38	纽西之谜奢养紧颜光雕美白面膜	国妆特字 G20201509	2020/8/31	2024/8/30
39	纽西之谜传明酸烟酰胺精雕水光美白面膜	国妆特字 G20201510	2020/8/31	2024/8/30

序号	产品名称	批准文号	批准日期	批准有效期
40	漾 水光肌美白保湿面膜	国妆特字 G20201528	2020/8/31	2024/8/30
41	BINF 烟酰胺美白淡斑面膜	国妆特字 G20201753	2020/9/29	2024/9/28
42	梵秀伊烟酰胺美白淡斑安瓶精华液	国妆特字 G20201839	2020/9/29	2024/9/28
43	卓薇 烟酰胺焕亮美白面膜	国妆特字 G20201840	2020/9/29	2024/9/28
44	梵秀伊烟酰胺美白淡斑鲜注面膜	国妆特字 G20201941	2020/9/29	2024/9/28
45	完子心选水光透白保湿面膜	国妆特字 G20201948	2020/9/29	2024/9/28
46	半亩花田焕采透白面霜	国妆特字 G20202272	2020/11/10	2024/11/9
47	半亩花田焕采透白精华露	国妆特字 G20202273	2020/11/10	2024/11/9
48	半亩花田焕采透白乳液	国妆特字 G20202278	2020/11/10	2024/11/9
49	半亩花田臻白焕亮面膜	国妆特字 G20202279	2020/11/10	2024/11/9
50	半亩花田焕采透白柔肤水	国妆特字 G20202288	2020/11/10	2024/11/9
51	植迹烟酰胺雪肌臻白面膜	国妆特字 G20202427	2020/11/25	2024/11/24
52	漾 净澈无瑕美白组合套装	国妆特字 G20202502	2020/11/25	2024/11/24
53	漾 美白光肌亮颜精华液	国妆特字 G20202650	2020/11/25	2024/11/24
54	纽西之谜净白倍润光雕美白面膜	国妆特字 G20202864	2020/12/10	2024/12/9
55	纽西之谜水感透亮光雕美白面膜	国妆特字 G20202866	2020/12/10	2024/12/9
56	半亩花田焕采透白面膜	国妆特字 G20202867	2020/12/10	2024/12/9
57	CoranRika 珂兰丽卡臻润美白亮肌面膜	国妆特字 G20202877	2020/12/10	2024/12/9
58	奢思雅光透美白面膜	国妆特字 G20210035	2021/1/25	2026/1/24
59	漾 焕采透白清爽面霜	国妆特字 G20210169	2021/1/25	2026/1/24
60	漾 美白嫩肤面膜	国妆特字 G20210860	2021/4/21	2026/4/20
61	漾 安润亮白菁萃液	国妆特字 G20210887	2021/4/21	2026/4/20
62	漾 焕采透白素颜霜	国妆特字 G20212795	2021/9/7	2026/9/6
63	漾 焕颜臻白修护面膜	国妆特字 20221919	2022/7/12	2027/7/11
64	漾 植物防脱育发精华喷雾	国妆特字 G20202508	2020/11/25	2024/11/24

序号	产品名称	批准文号	批准日期	批准有效期
65	漾 植物防脱固发修护滋养精华液	国妆特字 G20213188	2021/11/4	2026/11/3
66	漾 健发防脱精华喷雾	国妆特字 G20213228	2021/11/4	2026/11/3
67	漾 滋润脱毛膏	国妆特字 G20201933	2020/9/29	2024/9/28

2、松节油深加工业务资质

(1) 青松股份资质

序号	证书名称	证书编号	有效期	发证机关
1	对外贸易经营者备案登记表	01906601	长期	建阳区商务局
2	出入境检验检疫报检企业备案表	3500300042	长期	中华人民共和国福建出入境检验检疫局
3	海关报关单位注册登记证书	3507969197	长期	南平海关

(2) 青松化工资质

序号	证书名称	证书编号	有效期	许可范围	发证机关
1	排污许可证	91350784MA31MAYA9R001V	2020.7.27- 2023.7.26	塔前路 85号	南平市生态环境局
2	排污许可证	91350784MA31MAYA9R002Q	2020.7.27- 2023.7.26	塔下工业园	南平市生态环境局
3	安全生产许可证	闽 WH 安许证字（2006） 000107（换）号	2021.1.22- 2024.1.21	茨烯、双 戊烯、蒎 烯、月桂 烯、冰片	福建省应急管理厅
4	对外贸易经营者备案登记表	01906626	长期	-	建阳区商务局
5	海关报关单位注册登记证书	3507961879	长期	-	南平海关
6	出入境检验检疫报检企业备案表	3507500005	长期	-	南平海关
7	危险化学品登记证	350712019	2022.3.4- 2025.3.3	-	福建省危险化学品登记注册办公室
8	药品生产许可证	闽 20210016	2021.11.11- 2026.11.10	-	福建省药监局
9	药品再注册批准通知书	国药准字 Z20070044	至 2027.5.4	中药	福建省药监局

七、主要资产情况

（一）主要固定资产情况

1、固定资产的基本情况

截至 2022 年 9 月 30 日，公司的固定资产情况如下表所示：

单位：万元

项目	原值	累计折旧	净值	成新率
房屋、建筑物及构筑物	30,073.74	8,178.13	21,895.61	72.81%
机器设备	83,990.15	36,919.56	40,201.74	47.86%
运输工具	3,487.37	2,095.98	1,391.39	39.90%
电子设备及其他	4,765.48	3,227.92	1,518.54	31.87%
合计	122,316.74	50,421.58	65,007.28	53.15%

注：“成新率”是净值与原值之比。

2、主要生产设备

截至 2022 年 9 月 30 日，公司机器设备的净值为 40,201.74 万元、运输工具的净值为 1,391.39 万元、电子及其他设备的净值为 1,518.54 万元。公司及控股子公司合法拥有的主要生产设备如下：

单位：万元

项目	原值	净值	成新率
化妆品			
均质机	3,392.01	2,944.84	86.82%
一拖一平面口罩机	1,297.35	991.16	76.40%
真空冷冻干燥机	1,250.92	950.75	76.00%
湿纸巾智能输送线	1,027.39	1,019.62	99.24%
YL-8SW 给袋式面膜包装机改造型	1,005.13	195.58	19.46%
真空乳化机	981.20	898.85	91.61%
湿巾生产线	809.73	732.17	90.42%
真空乳化装置	780.95	517.38	66.25%
涂层机	748.67	628.05	83.89%
喷码机	645.42	258.44	40.04%
透明膜包装机	644.09	389.15	60.42%
Wt-IF50 加宽型高速湿巾生产线	592.92	535.11	90.25%

项目	原值	净值	成新率
湿巾配液系统及内部管路阀门	591.15	529.08	89.50%
全自动折叠口罩一体机	566.37	483.54	85.37%
高速折棉机	559.29	166.56	29.78%
吹灌封一体机	538.05	493.66	91.75%
松节油深加工			
合成樟脑生产线	14,550.07	3,573.62	24.56%
生产研发系统	4,088.43	1,392.79	34.07%
供热系统	2,818.35	1,297.18	46.03%
冰片生产线	2,402.88	1,178.07	49.03%
供电系统	710.97	134.43	18.91%
月桂烯生产线	416.49	179.47	43.09%
催化剂生产线	269.60	162.65	60.33%

3、房屋建筑物

截至 2022 年 9 月 30 日，发行人及控股子公司合法拥有的房屋建筑物情况如下：

序号	坐落位置	证号	担保状况	土地使用年限	用途	面积 (m ²)	产权人
1	南平市建阳区潭城街道回瑶工业园区塔前路 85 号 (11 幢 1-4 层樟脑车间二) 等	闽 (2018) 建阳区不动产权第 0029411 号	无	至 2056 年 6 月 9 日	工业用地/办公用房	土地: 106,648.5 房屋: 47,442.64	青松化工
2	南平市建阳区塔下工业园区塔前路 5 号 (1 幢 1-2 层冰片精制车间一) 等	闽 (2019) 建阳区不动产权第 0000938 号	无	至 2054 年 2 月 19 日	工业用地/生产性用房	土地: 28,731.50 房屋: 7,959.12	青松化工
3	南平市建阳区塔前路 85 号 (1 幢生产配套设施)	闽 (2020) 南平市不动产权第 0022026 号	无	至 2068 年 4 月 26 日	工业用地/非生产性用房	土地: 997 房屋: 1,077.23	青松化工
4	佛山市顺德区大良街道办事处苏岗社区居民委员会华桂路 3 号大良碧桂园大良碧桂园四街 16 号	粤 (2018) 顺德区不动产权第 0102169 号	无	至 2084 年 4 月 23 日	出让/市场化商品房	土地: 341.22 房屋: 895.65	诺斯贝尔
5	佛山市顺德区大良街道办事处苏岗社区居民委员会华桂	粤 (2018) 顺德区不动产权第	无	至 2084 年 4 月 23 日	出让/市场化商品房	土地: 342.97 房屋: 892.16	诺斯贝尔

序号	坐落位置	证号	担保状况	土地使用权年限	用途	面积 (m ²)	产权人
	路3号大良碧桂园 大良碧桂园四街14号	0102168号					
6	越秀区建设四马路 26号负一层	粤(2020) 广州市不动 产权第 00214043号	无	至2044年2 月10日	货仓式 商场	土地: 3,970.08 房屋: 3,273.11	诺斯 贝尔
7	中山市南头镇东福 北路50号	粤(2019) 中山市不动 产权第 0052150号	无	至2049年10 月19日	工业用 地/工 业	土地: 45,432.9 房屋: 36,492.69	诺斯 贝尔
8	中山市南头镇南头 大道东38号锦绣东 方家园4期39幢 201房	粤(2016) 中山市不动 产权第 0137650号	无	至2073年5 月25日	住宅	土地: 20.79 房屋: 140.97	诺斯 贝尔
9	中山市南头镇南头 大道东38号锦绣东 方家园4期39幢 202房	粤(2016) 中山市不动 产权第 0138244号	无	至2073年5 月25日	住宅	土地: 20.38 房屋: 138.21	诺斯 贝尔
10	中山市南头镇南头 大道东38号锦绣东 方家园4期38-46幢 地下车库316号小 车位	粤(2020) 中山市不动 产权第 0432883号	无	至2073年5 月25日	城镇住 宅用地 /车库/ 车位	土地: 3.98 房屋: 27.01	诺斯 贝尔
11	中山市南头镇南头 大道东38号锦绣东 方家园4期38-46幢 地下车库312号小 车位	粤(2020) 中山市不动 产权第 0432780号	无	至2073年5 月25日	城镇住 宅用地 /车库/ 车位	土地: 3.98 房屋: 26.99	诺斯 贝尔
12	中山市南头镇南头 大道东38号锦绣东 方家园4期38-46幢 地下车库322号小 车位	粤(2020) 中山市不动 产权第 0432836号	无	至2073年5 月25日	城镇住 宅用地 /车库/ 车位	土地: 3.98 房屋: 27.01	诺斯 贝尔
13	中山市南头镇南头 大道东38号锦绣东 方家园4期38-46幢 地下车库323号小 车位	粤(2020) 中山市不动 产权第 0432838号	无	至2073年5 月25日	城镇住 宅用地 /车库/ 车位	土地: 3.98 房屋: 27.01	诺斯 贝尔

注1: 截至本募集说明书签署日, 由于公司已转让青松化工100%股权, 上述青松化工拥有的房产已相应转出。

注2: 越秀区建设四马路26号负一层的取得方式为法院判决所得, 根据(2015)穗天法金民初字第4180号民事判决书判决以物抵债, 从而获取此项房产的所有权。

诺斯贝尔位于中山市南头镇东福北路50号的下述建筑存在未履行报建手续、未办理权属登记的情形, 具体情况如下:

建筑物名称	地址	建筑面积 (m ²)	层数	用途
简易仓库	中山市南头镇东福北路 50 号	3,200	1 层	仓库
A 栋 4 楼临时办公室		1,275	1 层	办公
B 栋 4 楼临时办公室		756.8	1 层	办公
C 栋 4 楼临时办公室		865.8	1 层	办公

根据发行人提供的材料及其确认，并经核查，鉴于上述建筑的实际用途为仓库及办公，不涉及发行人的主要生产活动，仓库中储存的物品易于搬迁，不会因搬迁对诺斯贝尔的生产经营活动产生重大不利影响，且该等建筑面积占发行人自有房屋建筑面积的比例为 6.2%，占比不高；此外，中山市自然资源局已于 2022 年 10 月 25 日出具《证明》，确认暂未发现诺斯贝尔自 2019 年 1 月 1 日至 2022 年 10 月 21 日期间在中山市辖区内因土地违法行为而被行政处罚的情形，以及未收到中山市城市管理和综合执法局南头执法分局关于诺斯贝尔违法建设项目监督审查业务的申请。基于此，该等瑕疵物业不会对发行人的生产经营造成重大不利影响，不会构成本次发行的实质性法律障碍。

（二）主要无形资产情况

1、土地使用权

截至 2022 年 9 月 30 日，除本节“七、主要资产情况”之“（一）主要固定资产情况”之“3、房屋建筑物”披露的不动产权证对应的土地外，发行人及其控股子公司合法拥有的土地使用权如下表所示：

序号	权属证书号	归属主体	使用权类型	终止年限	地址	用途	面积 (m ²)	是否设定抵押
1	粤（2021）中山市不动产权第 0374563 号	诺斯贝尔	国有建设用地使用权	2071 年 12 月 15 日	中山市南头镇穗西村	工业用地	98,858.70	否





2、商标

截至 2022 年 9 月 30 日，公司拥有的商标如下表所示：

（1）化妆品业务

序号	商标	注册号	类别	有效期至	所有权人	国家
1	诗芭兰迪	4978622	3	2029/5/6	诺斯贝尔	中国

序号	商标	注册号	类别	有效期至	所有权人	国家
2		4978623	3	2029/3/27	诺斯贝尔	中国
3	植纤维素	12442226	3	2024/9/20	诺斯贝尔	中国
4	植纤维素	12442249	22	2024/9/20	诺斯贝尔	中国
5	植纤维素	12442289	24	2024/9/20	诺斯贝尔	中国
6		4055709	3	2027/1/20	诺斯贝尔	中国
7		4055711	10	2026/1/27	诺斯贝尔	中国
8		4055715	16	2027/1/20	诺斯贝尔	中国
9		4548934	35	2028/10/6	诺斯贝尔	中国
10		4055712	40	2027/4/13	诺斯贝尔	中国
11	美肌物语	8302857	3	2031/10/20	诺斯贝尔	中国
12	汉方物语	8302863	3	2033/3/6	诺斯贝尔	中国
13	汉方密语	8302867	3	2031/5/20	诺斯贝尔	中国
14	汉方草根	8302870	3	2031/5/27	诺斯贝尔	中国
15	水肌元	8511279	3	2032/1/27	诺斯贝尔	中国
16	我的美丽心情	14187677	3	2025/8/6	诺斯贝尔	中国
17	种子新芽	16605212	3	2026/5/20	诺斯贝尔	中国
18	莱赛尔	16605118	3	2026/6/6	诺斯贝尔	中国
19		4055707	24	2028/1/13	诺斯贝尔	中国
20		4055710	5	2028/4/27	诺斯贝尔	中国
21	FermentBright	17190682	3	2026/8/20	诺斯贝尔	中国
22	微纤	17190963	3	2026/10/27	诺斯贝尔	中国
23	Smart Aqua	17088716	3	2026/10/27	诺斯贝尔	中国
24	Micro complex	17424283	3	2026/9/13	诺斯贝尔	中国
25	籽能量 zinengliang	15593712	3	2025/12/20	诺斯贝尔	中国
26	种籽心情 zhongzixinqing	15593815	3	2025/12/20	诺斯贝尔	中国
27	种籽心情 zhongzixinqing	15592593	3	2025/12/13	诺斯贝尔	中国
28	种籽故事 zhongziguoshi	15592454	3	2025/12/13	诺斯贝尔	中国
29	种籽新机 zhongzixinji	15592558	3	2025/12/13	诺斯贝尔	中国
30	种籽专研 zhongzizhuanyan	15593719	3	2025/12/20	诺斯贝尔	中国
31	种籽能 zhongzinen	15592530	3	2025/12/13	诺斯贝尔	中国
32		15840009	3	2026/1/27	诺斯贝尔	中国

序号	商标	注册号	类别	有效期至	所有权人	国家
33	种籽水活 Seed Power	15593828	3	2025/12/20	诺斯贝尔	中国
34	种籽水活 zhongzishuihuo	15593887	3	2025/12/20	诺斯贝尔	中国
35	籽如初见 ziruchujian	15593740	3	2025/12/20	诺斯贝尔	中国
36	种籽物语 zhongzihuoyu	15592588	3	2025/12/13	诺斯贝尔	中国
37	MUCOPLEX	15593941	3	2025/12/20	诺斯贝尔	中国
38	Color for fun	18003927	3	2026/11/13	诺斯贝尔	中国
39	Color for Mask	18003977	3	2026/11/13	诺斯贝尔	中国
40	Prof.Mask	18004042	3	2028/1/27	诺斯贝尔	中国
41	Time for Fun	18030423	3	2026/11/13	诺斯贝尔	中国
42	Time for Girl	18030452	3	2026/11/13	诺斯贝尔	中国
43	multi-pol	19094126	3	2027/3/13	诺斯贝尔	中国
44	nature multi-pol	19094127	3	2027/3/13	诺斯贝尔	中国
45	Vita Vive C8	19145052	3	2027/3/27	诺斯贝尔	中国
46	Vita C8	19144709	3	2027/6/6	诺斯贝尔	中国
47	真我风采	21875230	3	2027/12/27	诺斯贝尔	中国
48	Y-style	21875050	3	2028/2/6	诺斯贝尔	中国
49	self to be	21874973	3	2027/12/27	诺斯贝尔	中国
50	proud of young	21874922	3	2027/12/27	诺斯贝尔	中国
51	first&every	22018104	3	2028/1/13	诺斯贝尔	中国
52	time for girl	40-1279936	3	2027/8/24	诺斯贝尔	韩国
53	time for fun	40-1279935	3	2027/8/24	诺斯贝尔	韩国
54	 NBC NOX BELLCOW 诺斯贝尔	22840105	1	2028/4/20	诺斯贝尔	中国
55	 NBC NOX BELLCOW	22840391	3	2028/2/20	诺斯贝尔	中国
56	 NBC NOX BELLCOW	22840373	21	2028/4/20	诺斯贝尔	中国
57	 NBC NOX BELLCOW	22839654	22	2028/5/13	诺斯贝尔	中国
58	城市故事	12838121	3	2024/12/20	诺斯贝尔	中国
59	城市故事	10636632	3	2033/5/13	诺斯贝尔	中国
60	竹代尔	23737415	3	2028/4/13	诺斯贝尔	中国
61	极简风	23577550	3	2028/3/27	诺斯贝尔	中国



序号	商标	注册号	类别	有效期至	所有权人	国家
62		1383775	3、16	2027/10/20	诺斯贝尔	马德里
63		016766263	3\5\16	2027/5/25	诺斯贝尔	欧盟
64	Simple Shar	24572716	3	2028/6/13	诺斯贝尔	中国
65	Simple Care	24575121	3	2028/6/13	诺斯贝尔	中国
66	air hole	26239062	24	2028/8/20	诺斯贝尔	中国
67	air hole	26237770	22	2028/8/27	诺斯贝尔	中国
68	颜碧肌	26896223	3	2028/9/20	诺斯贝尔	中国
69	雪凝腮	26891352	3	2028/9/20	诺斯贝尔	中国
70	小黄袋	26907909	3	2028/9/20	诺斯贝尔	中国
71	沐苒	26907824	3	2028/9/20	诺斯贝尔	中国
72	膜嘟嘟	26907815	3	2028/9/20	诺斯贝尔	中国
73	萌妹的梳妆台	26907806	3	2028/9/20	诺斯贝尔	中国
74	极简袖珍	26901804	3	2028/9/27	诺斯贝尔	中国
75	君治	26894701	3	2028/9/20	诺斯贝尔	中国
76	璠若	26907766	3	2028/9/20	诺斯贝尔	中国
77	QuiteEasy	26901355	3	2028/9/27	诺斯贝尔	中国
78	微萌袖珍	26907969	3	2028/9/20	诺斯贝尔	中国
79	贴心小黄膜	26907058	3	2028/9/20	诺斯贝尔	中国
80	如木风	26889472	3	2028/9/20	诺斯贝尔	中国
81	圣珠肌	26897991	3	2028/9/20	诺斯贝尔	中国
82	薇米雅密	26904298	3	2028/9/20	诺斯贝尔	中国
83	小蓝膜	26889070	3	2028/12/6	诺斯贝尔	中国
84	小黄膜	26904318	3	2028/12/6	诺斯贝尔	中国

序号	商标	注册号	类别	有效期至	所有权人	国家
85	君智	26902359	3	2028/12/6	诺斯贝尔	中国
86	树颜	26889492	3	2029/1/27	诺斯贝尔	中国
87	Mega-illuminating factor (MIF)	29157942	3	2029/1/20	诺斯贝尔	中国
88	Simple Care	29545064	24	2029/1/27	诺斯贝尔	中国
89		22840339	44	2029/2/13	诺斯贝尔	中国
90	T.Silk Air	30830568	3	2029/2/20	诺斯贝尔	中国
91	mask solution	31552889	3	2029/3/6	诺斯贝尔	中国
92	Active Boost	32030936	3	2029/3/27	诺斯贝尔	中国
93	mask journey	31569338	3	2029/3/13	诺斯贝尔	中国
94	teen hours	32035946	3	2029/3/20	诺斯贝尔	中国
95	always good	32020765	3	2029/4/6	诺斯贝尔	中国
96	竹茶	32800633	22	2029/4/20	诺斯贝尔	中国
97	竹茶	32800727	24	2029/4/20	诺斯贝尔	中国
98	茶语	35552922	24	2029/9/6	诺斯贝尔	中国
99	茶韵	35551067	24	2029/11/13	诺斯贝尔	中国
100	沐苒	37458326	3	2030/1/6	诺斯贝尔	中国
101	天丝	39928753	21	2030/4/6	诺斯贝尔	中国
102	沐苒	40796990	5	2030/4/27	诺斯贝尔	中国
103		1536924	10	2030/5/26	诺斯贝尔	马德里
104	天丝空气感面膜	34043094	3	2030/5/27	诺斯贝尔	中国
105	天丝空气感气垫面膜	34031124	3	2030/5/27	诺斯贝尔	中国
106		35911159	40	2030/5/27	诺斯贝尔	中国
107		018213559	10	2030/7/4	诺斯贝尔	欧盟
108	FANCY GAL	41666199	3	2030/7/6	诺斯贝尔	中国
109	肌美莱	41670433	3	2030/7/6	诺斯贝尔	中国

序号	商标	注册号	类别	有效期至	所有权人	国家
110	METRO MOOD	41682844	3	2030/7/20	诺斯贝尔	中国
111	馥颜蔻	41668644	3	2030/7/20	诺斯贝尔	中国
112	Smart Aqua	40318895	3	2030/8/6	诺斯贝尔	中国
113	天丝	39928746	3	2030/8/27	诺斯贝尔	中国
114	Babysec	40815080	3	2030/8/27	诺斯贝尔	中国
115	微纤	41860972	3	2030/8/27	诺斯贝尔	中国
116	Babysec	40833797	24	2030/9/13	诺斯贝尔	中国
117	SWEET GO	41677579	3	2030/9/13	诺斯贝尔	中国
118	悦诗欧	41682855	3	2030/9/27	诺斯贝尔	中国
119	折射窗	43912479	3	2030/9/27	诺斯贝尔	中国
120	OIL-DEC	45180437	3	2030/11/13	诺斯贝尔	中国
121		34511870	40	2030/12/20	诺斯贝尔	中国
122	NBC Mall	47275688	3	2031/2/13	诺斯贝尔	中国
123		44688994	10	2031/2/20	诺斯贝尔	中国
124		46614881	40	2031/4/13	诺斯贝尔	中国
125		46609190	5	2031/5/6	诺斯贝尔	中国
126		46615356	40	2031/5/27	诺斯贝尔	中国
127		49543848	3	2031/5/27	诺斯贝尔	中国
128	NBC Mall	47266114	35	2031/6/6	诺斯贝尔	中国
129		47950742	3	2031/3/6	诺斯贝尔	中国
130		48378135	3	2031/3/13	诺斯贝尔	中国

序号	商标	注册号	类别	有效期至	所有权人	国家
131		2090993	10	2030/5/24	诺斯贝尔	澳大利亚
132		51992992	3	2031/10/6	诺斯贝尔	中国
133	Free-Wind Breathe	55071242	3	2031/11/6	诺斯贝尔	中国
134	Free-Wind Relief	55070300	3	2031/11/6	诺斯贝尔	中国
135	Quimelt	55088341	3	2031/11/6	诺斯贝尔	中国
136	浮丽盈	55079867	3	2031/11/6	诺斯贝尔	中国
137	莱美色	55083476	3	2031/11/6	诺斯贝尔	中国
138	Freecloudland	55070307	3	2031/11/6	诺斯贝尔	中国
139	Zero Massiveness	55096168	3	2031/11/6	诺斯贝尔	中国
140		56589048	40	2032/1/6	诺斯贝尔	中国
141	可尔美特	55059399	3	2032/1/6	诺斯贝尔	中国
142	姿美特	55091448	3	2032/1/6	诺斯贝尔	中国
143	Light-X	55082807	3	2032/1/6	诺斯贝尔	中国
144	Pose-Yin	57532752	3	2032/1/20	诺斯贝尔	中国
145	LiHealthBenefits 丽 益 生	59884284	1	2032/4/6	广东丽研	中国
146	LivingHormone 活 极 素	59885897	1	2032/4/6	广东丽研	中国
147	Heliyan 合丽颜	59892573	1	2032/3/27	广东丽研	中国
148	Huorun 活 润	59892591	1	2032/3/27	广东丽研	中国
149	Jihe 极合	59892609	1	2032/4/6	广东丽研	中国
150	ApplyNaMi 施 纳 美	59899819	1	2032/4/6	广东丽研	中国
151	LiTramal 丽 舒 敏	59909303	1	2032/3/27	广东丽研	中国
152		57865836	1	2032/1/27	广东丽研	中国

(2) 松节油深加工业务

序号	商标	注册号	类别	有效期至	所有权人	国家
1		第 187652 号	第 2 类：脂松香	2033/7/4	青松股份	中国
2		第 187653 号	第 1 类：合成樟脑粉	2033/7/4	青松股份	中国

序号	商标	注册号	类别	有效期至	所有权人	国家
3		第 785751 号	第 1 类：醋酸盐（醋酸钠）	2025/10/20	青松股份	中国
4		第 651192 号	第 3 类：脂松节油，松油精（双戊烯），双萜烯，乙酸异龙脑酯，异龙脑，萜烯树脂	2033/7/27	青松股份	中国
5		第 1564476 号	第 5 类：防蛀用樟脑片	2031/5/6	青松股份	中国
6		第 3702627 号	第 5 类：原料药；中药成药；冰片	2026/1/20	青松股份	中国
7		11011932	第 5 类：医用樟脑油，医用樟脑，片剂，原料药，肥皂樟脑搽剂，杀虫剂	2023/9/27	青松股份	中国
8		11011918	第 1 类：工业用樟脑	2023/11/6	青松股份	中国
9	青松清 QINGSONGQIN G	18006870	第 3 类：消毒皂；化妆品；空气芳香剂；洗手膏；口气清新喷雾；熏香制剂（香料）；萜烯烃（香精油）；芳香剂（香精油）；安神用香精油；琥珀香水（截止）	2026/11/13	青松股份	中国
10	青松清 QINGSONGQIN G	18007164	第 11 类：空气净化用杀菌灯；空气调节设备；空气过滤设备；空气净化装置和机器；润湿空气装置；非医用熏蒸设备；消毒设备；空气或水处理用电离设备；消毒器；便携式取暖器（截止）	2026/11/13	青松股份	中国
11	青松源 QINGSONGYU AN	18006808	第 3 类：香波；护发素；洗面奶；洗澡用化妆品；美容面膜；化妆品；花露水；化妆洗液；香水；空气芳香剂（截止）	2026/11/13	青松股份	中国
12	青松源 QINGSONGYU AN	18007075	第 11 类：空气净化用杀菌灯；空气调节设备；空气过滤	2026/11/13	青松股份	中国

序号	商标	注册号	类别	有效期至	所有权人	国家
			设备；空气净化装置和机器；润湿空气装置；非医用熏蒸设备；消毒设备；空气或水处理用电离设备；消毒器；便携式取暖器（截止）			
13	青松源 QINGSONGYUAN	18007062	第5类：消毒纸巾；医用樟脑；肥皂樟脑搽剂；护肤药剂；清凉油；消毒剂；空气净化制剂；除霉化学制剂；驱虫用香；防蛀剂；	2027/1/13	青松股份	中国
14	青松露 QINGSONGLU	18007069	第5类：医用樟脑；肥皂樟脑搽剂；护肤药剂；清凉油；消毒剂；空气净化制剂；除霉化学制剂；驱虫用香；防蛀剂；消毒纸巾（截止）	2026/11/13	青松股份	中国
15	武夷松 WUYISONG	18007113	第11类：空气净化用杀菌灯；空气调节设备；空气过滤设备；空气净化装置和机器；润湿空气装置；非医用熏蒸设备；消毒设备；空气或水处理用电离设备；消毒器；便携式取暖器（截止）	2026/11/13	青松股份	中国
16	武夷松 WUYISONG	18007052	第5类：医用樟脑；肥皂樟脑搽剂；护肤药剂；清凉油；消毒剂；空气净化制剂；除霉化学制剂；驱虫用香；防蛀剂；消毒纸巾（截止）	2026/11/13	青松股份	中国
17	武夷松 WUYISONG	18006939	第3类：化妆品；洗澡用化妆品；美容面膜；香水；熏香制剂（香料）；芳香剂（精油）；安神用精油；消毒皂；化妆洗液；空气芳香	2027/1/13	青松股份	中国

序号	商标	注册号	类别	有效期至	所有权人	国家
			剂;			
18		17358947	第三类：抛光制 剂；牙膏。	2026/11/27	青松股份	中国
19		17358948	第1类：醋酸钠； 苧烯；对伞花烃； 蒎烯；月桂烯；双 萜烯；异松油烯； 双戊烯；甲基丙烯 酸异冰片酯；丙烯 酸异冰片酯；樟脑 磺酸；异长叶烯； 合成樟脑粉。	2026/12/06	青松股份	中国
20		17300146	第2类：松香；天 然树脂（原料）； 树脂；天然树 脂；木材防腐油； 金属防锈制剂；防 锈制剂（储藏 用）；食用色素； 颜料；着色剂。	2026/8/27	青松股份	中国
21		17358949	第1类：苧烯；蒎 烯；对伞花烃；乙 酸松油酯；异松油 烯；异长叶烯；月 桂烯；甲基丙烯酸 异冰片酯；樟脑磺 酸。	2026/12/06	青松股份	中国
22		302011011048	医用樟脑；防蛀剂	2031/3/31	青松股份	德国
23		2122277	CAMPHORFORME DICALPURPOSES. MOTHPROOFING PREPARATIONS	2031/3/28	青松股份	印度
24		1273510	K101Kamfer,voorin dustrieelgebruik;ind ustrielechemicalien; acetaten (chemicalien);nat riumacetaat:sodiuma cetaat:borneol.K105 Kamferpoederenkam fertablettenvoormedi schgebruik	2023/8/14	青松股份	比利时、 荷兰、卢 森堡
25		5647022	第5类：医用樟 脑、防蛀剂	2024/1/30	青松股份	日本
26		4650149	第5类：医用樟 脑、医用樟脑油、 杀虫剂、擦剂	2024/12/2	青松股份	美国

序号	商标	注册号	类别	有效期至	所有权人	国家
27		1426824	第5类：樟脑粉；樟脑片	2023/10/7	青松股份	墨西哥
28		529657	第5类：医用樟脑；防蛀剂	2023/8/28	青松股份	俄罗斯
29		Kor398392	第5类：杀虫剂；驱虫用香；防蛀剂；樟脑；冰片（液体）	2023/11/3	青松股份	泰国

3、专利

截至2022年9月30日，发行人拥有的专利权如下表所示：

(1) 化妆品业务

序号	专利类别	专利名称	专利号	专利权人	专利申请日	授权公告日
1	实用新型	一种湿巾包装袋裁修边设备	2022205362136	诺斯贝尔	2022/3/10	2022/7/5
2	实用新型	一种设在包装生产线上的夹持传送喷码装置	2022205176378	诺斯贝尔	2022/3/8	2022/7/19
3	实用新型	一种卸妆湿巾均湿装置	2022205176560	诺斯贝尔	2022/3/8	2022/7/5
4	外观设计	包装袋（膜液分离型）	2021307860404	诺斯贝尔	2021/11/29	2022/3/22
5	外观设计	泡罩包装（胶囊型）	2021307587205	诺斯贝尔	2021/11/18	2022/4/1
6	外观设计	泡罩包装（半球型）	2021307587309	诺斯贝尔	2021/11/18	2022/4/29
7	外观设计	泡罩包装（圆柱型）	2021307587347	诺斯贝尔	2021/11/18	2022/4/1
8	外观设计	泡罩包装（水滴型）	2021307587351	诺斯贝尔	2021/11/18	2022/4/1
9	外观设计	泡罩包装（行列瓶型）	2021307592152	诺斯贝尔	2021/11/18	2022/4/1
10	外观设计	泡罩包装（长条半球型）	2021307592190	诺斯贝尔	2021/11/18	2022/4/1
11	外观设计	泡罩包装（正方形）	2021307592203	诺斯贝尔	2021/11/18	2022/4/1
12	外观设计	泡罩包装（瓶型）	2021307592345	诺斯贝尔	2021/11/18	2022/4/1
13	外观设计	泡罩包装（六边形型）	2021307592434	诺斯贝尔	2021/11/18	2022/4/1
14	实用新型	一种湿巾布折叠器	2021224714102	诺斯贝尔	2021/10/13	2022/5/10
15	实用新型	一种全自动袋封口机	202122471511X	诺斯贝尔	2021/10/13	2022/3/22

序号	专利类别	专利名称	专利号	专利权人	专利申请日	授权公告日
16	实用新型	一种物品间隔装置	2021224248108	诺斯贝尔	2021/10/8	2022/4/5
17	实用新型	一种面膜袋取袋开袋装置	2021222566568	诺斯贝尔	2021/9/16	2022/3/11
18	实用新型	一种液体塑料瓶	2021222016483	诺斯贝尔	2021/9/10	2022/1/28
19	实用新型	一种多功效型干巾及所用的无纺布基布	2021221694516	诺斯贝尔	2021/9/8	2022/5/10
20	实用新型	一种 PE 膜包装制袋成型器	2021221307890	诺斯贝尔	2021/9/3	2022/3/11
21	外观设计	足套袋	2021305821053	诺斯贝尔	2021/9/3	2022/8/9
22	实用新型	一种用作泡泡巾基材的无纺布及喷洒上液的泡泡干巾	2021220692053	诺斯贝尔	2021/8/30	2022/5/6
23	实用新型	一种纸盒模板分离机	2021220337437	诺斯贝尔	2021/8/26	2022/1/28
24	实用新型	一种铝面膜袋装填机	2021218896029	诺斯贝尔	2021/8/12	2022/1/28
25	实用新型	一种铝面膜袋储料装置	2021218909531	诺斯贝尔	2021/8/12	2022/2/8
26	实用新型	一种封口导向预热装置	2021215645902	诺斯贝尔	2021/7/8	2021/12/3
27	实用新型	一种单片湿巾袋压平输送装置	2021215647081	诺斯贝尔	2021/7/8	2021/12/24
28	实用新型	一种湿巾布折叠后压实传送装置	2021213798119	诺斯贝尔	2021/6/21	2022/1/28
29	实用新型	一种单片湿巾气密性检测装置	2021213864500	诺斯贝尔	2021/6/21	2022/1/14
30	实用新型	一种桶装湿巾的加液装置	202121368270X	诺斯贝尔	2021/6/18	2022/1/28
31	实用新型	一种湿巾堆垛转运装置	202121370373X	诺斯贝尔	2021/6/18	2022/8/23
32	实用新型	一种视觉面膜检测装置	2021213148360	诺斯贝尔	2021/6/10	2022/7/5
33	实用新型	一种面膜加工设备的取面膜机械手	2021212530540	诺斯贝尔	2021/6/4	2022/1/28
34	实用新型	一种液体袋撕口裁切刀	2021212248573	诺斯贝尔	2021/6/2	2022/1/28
35	实用新型	一种面膜储存输送装置	2021212283276	诺斯贝尔	2021/6/2	2022/8/23
36	实用新型	一种膜液分离软性袋封口装置	2021211129473	诺斯贝尔	2021/5/21	2021/11/26
37	实用新型	一种面膜自动上料装置	2021211136227	诺斯贝尔	2021/5/21	2021/11/26
38	外观设计	分离式花纹面膜	2021303020046	诺斯贝尔	2021/5/20	2021/10/26

序号	专利类别	专利名称	专利号	专利权人	专利申请日	授权公告日
39	外观设计	花纹面膜	2021303027098	诺斯贝尔	2021/5/20	2022/3/11
40	实用新型	一种面膜全面检测装置	2021210586217	诺斯贝尔	2021/5/17	2021/11/26
41	实用新型	一种面膜袋输送装置	2021210586819	诺斯贝尔	2021/5/17	2021/11/26
42	实用新型	一种换向的面膜袋输送装置	2021210598568	诺斯贝尔	2021/5/17	2021/11/26
43	实用新型	一种带铲子的湿巾盖	202120876181X	诺斯贝尔	2021/4/26	2021/12/14
44	实用新型	一种冻干面膜包装纸盒	2021207946452	诺斯贝尔	2021/4/16	2021/12/14
45	实用新型	一种加水方便的冻干面膜袋	202120724156X	诺斯贝尔	2021/4/9	2021/12/14
46	实用新型	一种手足膜设备	2021201702488	诺斯贝尔	2021/1/21	2021/10/22
47	实用新型	一种手或足精华护肤套	202120170371X	诺斯贝尔	2021/1/21	2021/10/26
48	实用新型	一种便携式无纺布爆珠型洗涤用品	2020233426434	诺斯贝尔	2020/12/31	2021/12/10
49	实用新型	一种具有护肤功效的无纺布桑拿用品	2020233467542	诺斯贝尔	2020/12/31	2022/1/7
50	实用新型	一种香丸爆珠手足膜	2020233501666	诺斯贝尔	2020/12/31	2022/4/8
51	外观设计	双腔泡罩（逗号型）	2020307663327	诺斯贝尔	2020/12/12	2021/5/7
52	实用新型	一种乳液泵用的过滤头	2020228680948	诺斯贝尔	2020/12/2	2021/11/16
53	外观设计	双腔泡罩（水滴型）	2020306456870	诺斯贝尔	2020/10/28	2021/4/9
54	外观设计	膏霜瓶（熊头型）	202030645696X	诺斯贝尔	2020/10/28	2021/3/26
55	外观设计	乳液瓶（海稻米型）	2020306468083	诺斯贝尔	2020/10/28	2021/4/2
56	实用新型	一种美颜液容器	2020223945069	诺斯贝尔	2020/10/24	2021/8/6
57	实用新型	一种冻干面膜布断桥式成型装置	2020223945105	诺斯贝尔	2020/10/24	2021/9/10
58	实用新型	一种分区护理型面膜	2020223166089	诺斯贝尔	2020/10/16	2021/11/2
59	实用新型	一种纤维横截止面取样观察装置	2020222489092	诺斯贝尔	2020/10/10	2021/6/11
60	实用新型	一种植物花瓣均匀撒开装置	2020222514060	诺斯贝尔	2020/10/10	2021/7/16
61	实用新型	一种多功能双盒式泡罩盒	2020220965342	诺斯贝尔	2020/9/22	2021/7/27
62	实用新型	一种半梨形泡罩盒	2020220967668	诺斯贝尔	2020/9/22	2021/7/16

序号	专利类别	专利名称	专利号	专利权人	专利申请日	授权公告日
63	外观设计	膏霜瓶（心形）	2020305551793	诺斯贝尔	2020/9/17	2021/2/19
64	实用新型	一种卡板自动清洗机	2020214763409	诺斯贝尔	2020/7/23	2021/2/19
65	实用新型	一种非接触式面膜布厚度检测装置	2020214767062	诺斯贝尔	2020/7/23	2021/2/19
66	实用新型	一种包含花瓣的面膜膜布及所得面膜	2020214257619	诺斯贝尔	2020/7/17	2021/5/18
67	实用新型	一种艾草纤维面膜布及所得面膜	2020214127808	诺斯贝尔	2020/7/16	2021/9/14
68	外观设计	泡罩包装盒	2020303315279	诺斯贝尔	2020/6/24	2021/1/1
69	外观设计	泡罩包装盒	2020303327736	诺斯贝尔	2020/6/24	2020/12/29
70	实用新型	一种液体化妆品瓶	2020211172002	诺斯贝尔	2020/6/16	2021/4/23
71	实用新型	一种使用便利的泡罩化妆品	2020210939784	诺斯贝尔	2020/6/12	2021/4/16
72	实用新型	一种浸液面膜盒	2020208589941	诺斯贝尔	2020/5/20	2021/4/16
73	实用新型	一种双传送带空袋检测装置	2020206819436	诺斯贝尔	2020/4/28	2021/1/8
74	实用新型	一种分流检测装置	2020206867444	诺斯贝尔	2020/4/28	2021/1/15
75	实用新型	一种面膜布残缺检测装置	2020205723614	诺斯贝尔	2020/4/16	2021/1/15
76	发明专利	一种高速双分离器面膜袋搓分机	2020102963729	诺斯贝尔	2020/4/15	2021/6/29
77	实用新型	一种高速双分离器面膜袋检测收集机	2020205629449	诺斯贝尔	2020/4/15	2021/1/1
78	外观设计	化妆品瓶（灯笼型）	2020301472699	诺斯贝尔	2020/4/14	2020/9/8
79	外观设计	化妆品瓶（灯笼型2）	2020303801277	诺斯贝尔	2020/4/14	2020/10/13
80	发明专利	一种制备高湿强度无尘纸的工艺及所得产品	2020100762481	诺斯贝尔	2020/1/23	2022/4/12
81	发明专利	一种高湿强度的无尘纸及卸妆用品	2020100762509	诺斯贝尔	2020/1/23	2021/12/21
82	外观设计	膏霜瓶	2020300309312	诺斯贝尔	2020/1/16	2020/7/10
83	实用新型	一种可更换内瓶的真空瓶	202020078708X	诺斯贝尔	2020/1/14	2020/12/29
84	实用新型	一种冻干面膜浸泡盒	2019220616993	诺斯贝尔	2019/11/25	2020/10/27
85	实用新型	一种冻干面膜用冻干托盘	2019220315214	诺斯贝尔	2019/11/21	2020/8/18

序号	专利类别	专利名称	专利号	专利权人	专利申请日	授权公告日
86	实用新型	一种面膜夹紧旋转驱动装置	2019219989447	诺斯贝尔	2019/11/18	2020/9/8
87	实用新型	一种带铝膜袋厚度检测装置的输送装置	2019220047475	诺斯贝尔	2019/11/18	2020/9/8
88	实用新型	一种面膜厚度检测装置	2019219282722	诺斯贝尔	2019/11/9	2020/6/23
89	实用新型	一种面膜袋缺料检测剔除装置	2019218252804	诺斯贝尔	2019/10/26	2020/12/29
90	实用新型	一种泡罩面膜	2019213483291	诺斯贝尔	2019/8/19	2020/6/2
91	实用新型	一种唇膏壳热融装置	2019213198112	诺斯贝尔	2019/8/14	2020/6/23
92	实用新型	一种定量防反冲面膜袋加液装置	2019211083294	诺斯贝尔	2019/7/15	2020/5/8
93	发明专利	一种以透明质酸为骨架的胶原纳米速溶面膜及制备方法	2019100529450	诺斯贝尔	2019/1/21	2021/9/28
94	发明专利	以出芽短梗酶多糖为骨架的胶原纳米速溶面膜及制备方法	2019100534660	诺斯贝尔	2019/1/21	2020/4/21
95	发明专利	一种修复蓝光损伤的面膜精华液	2018115593559	诺斯贝尔	2018/12/19	2021/10/8
96	发明专利	一种具有美白亮肤功效的化妆品组合物	2018115505011	诺斯贝尔	2018/12/18	2021/12/10
97	发明专利	一种含植物提取物的化妆品组合物	2018115332031	诺斯贝尔	2018/12/14	2020/5/8
98	发明专利	一种稳定性良好的纳米乳液	2018115253010	诺斯贝尔	2018/12/13	2021/9/28
99	外观设计	湿巾盒盖（云朵）	2018304128624	诺斯贝尔	2018/7/28	2018/12/21
100	实用新型	一种便携式面膜盒或纸巾盒	2018208386009	诺斯贝尔	2018/5/30	2019/3/15
101	实用新型	一种生产湿巾的药液供给及自动清洗系统	2017212974136	诺斯贝尔	2017/10/7	2018/6/26
102	实用新型	一种面膜加液装置	2017212974155	诺斯贝尔	2017/10/7	2019/4/26
103	实用新型	一种干燥粉末与干燥颗粒均匀混合装置	201721297832X	诺斯贝尔	2017/10/7	2018/6/26
104	实用新型	一种组合式湿巾桶	2017206404065	诺斯贝尔	2017/6/3	2018/1/16
105	实用新型	一种卸妆纸盒	201720640407X	诺斯贝尔	2017/6/3	2018/1/16

序号	专利类别	专利名称	专利号	专利权人	专利申请日	授权公告日
106	实用新型	一种无需工具开拆包装箱	2017206404084	诺斯贝尔	2017/6/3	2018/1/16
107	发明专利	一种中药美白保湿凝胶霜及其制备方法	2017100937643	诺斯贝尔	2017/2/21	2018/7/20
108	发明专利	一种多功能清洁膏霜	2016111667516	诺斯贝尔	2016/12/16	2019/10/25
109	实用新型	一种条形码自动扫描装置	2016213039131	诺斯贝尔	2016/11/30	2017/7/28
110	实用新型	一种纸巾盒	2016212895360	诺斯贝尔	2016/11/28	2017/11/10
111	实用新型	一种成卷化妆棉盒	201621289538X	诺斯贝尔	2016/11/28	2017/7/28
112	发明专利	一种自然滋养修颜霜	2016110288743	诺斯贝尔	2016/11/19	2019/8/6
113	发明专利	一种超细纤维面膜布的制造方法	2016105326393	诺斯贝尔	2016/7/7	2018/8/17
114	发明专利	美白保湿雪融精华乳液	2016100463163	诺斯贝尔	2016/1/22	2019/1/11
115	发明专利	一种纸巾甩切圆盘刀片切割装置	2015109921618	诺斯贝尔	2015/12/23	2017/3/22
116	发明专利	一种面膜加液装置	2015109406509	诺斯贝尔	2015/12/15	2018/11/23
117	实用新型	一种设置布状泥的面膜	2015203545999	诺斯贝尔	2015/5/28	2015/11/18
118	发明专利	一种婴儿护臀湿巾	2014102828399	诺斯贝尔	2014/6/23	2015/7/22
119	发明专利	一种含卵磷脂的美白保湿天丝面膜液	2014102683417	诺斯贝尔	2014/6/16	2015/9/16
120	发明专利	一种高温稳定的水凝胶面膜贴	2014102261701	诺斯贝尔	2014/5/26	2015/9/16
121	发明专利	一种复合面膜的制造方法	2013106777739	诺斯贝尔	2013/12/13	2015/7/8
122	实用新型	一种带衬膜的面膜	2013208175645	诺斯贝尔	2013/12/13	2014/7/9
123	发明专利	一种眼霜	2013106835861	诺斯贝尔	2013/12/12	2016/1/20
124	发明专利	一种含有白池花籽油复配的男士棒状唇膏	2013106836313	诺斯贝尔	2013/12/12	2015/9/9
125	发明专利	一种瞬间化水的膏霜	2013106837621	诺斯贝尔	2013/12/12	2015/11/18
126	发明专利	一种多功能 CC 霜	2013106844678	诺斯贝尔	2013/12/12	2015/11/25
127	实用新型	胶原蛋白眼部按摩凝胶	2013106770087	诺斯贝尔	2013/12/11	2015/4/29
128	发明专利	一种美白保湿防晒护肤霜	2013106426978	诺斯贝尔	2013/12/3	2015/9/16

序号	专利类别	专利名称	专利号	专利权人	专利申请日	授权公告日
129	发明专利	一种湿巾粘盖用点胶机	2012105690150	诺斯贝尔	2012/12/25	2015/9/30
130	实用新型	一种湿巾粘盖用点胶机	2012207231889	诺斯贝尔	2012/12/25	2013/6/19
131	发明专利	一种化妆品生产真空乳化器	2012105343564	诺斯贝尔	2012/12/12	2015/7/22
132	实用新型	一种化妆品生产真空乳化装置	2012206831791	诺斯贝尔	2012/12/12	2013/6/12
133	实用新型	一种瓶装化妆品包装生产线	201220683214X	诺斯贝尔	2012/12/12	2013/6/12
134	实用新型	一种化妆品混合机	2012206832154	诺斯贝尔	2012/12/12	2013/7/17
135	发明专利	一种含 24K 金的 VB 面霜化妆品	2012102603555	诺斯贝尔	2012/7/25	2013/9/11
136	发明专利	一种多效修护护肤霜	2012101195188	诺斯贝尔	2012/4/20	2013/6/12
137	实用新型	一种立体面膜	2011204990727	诺斯贝尔	2011/12/5	2012/9/5

(2) 松节油深加工业务

序号	专利类别	专利名称	专利号	专利权人	专利申请日	授权公告日
1	实用新型	一种便于混料的龙涎酮加工反应釜	2022207778485	青松化工	2022/4/6	2022/7/29
2	实用新型	一种便于收料的松节油真空分离装置	2022207279453	青松化工	2022/3/31	2022/8/9
3	实用新型	一种聚合甲基丙烯酸甲酯生产用于过滤装置	2022206627219	青松化工	2022/3/25	2022/8/12
4	实用新型	一种樟脑加工快速筛分装置	2022206166481	青松化工	2022/3/21	2022/7/26
5	实用新型	一种用于冰片的分离设备	202121967637X	青松化工	2021/8/20	2022/3/15
6	实用新型	一种樟脑凝华室尾气回收装置	202121145006X	青松化工	2021/5/26	2021/12/14
7	实用新型	一种具有过滤作用的冰片制备用冷却	202120455469X	青松化工	2021/3/3	2021/12/10
8	实用新型	一种防堵塞的冰片生产用皂化釜	2021204554755	青松化工	2021/3/3	2021/12/7
9	实用新型	一种双戊烯生产用大容量蒸馏装置	2021204554806	青松化工	2021/3/3	2021/12/7
10	实用新型	一种合成樟脑加工用高精度分级筛选装置	2021204554810	青松化工	2021/3/3	2021/12/7
11	实用新型	一种具有搅拌功能的月桂烯生产用溶解装置	2021204554844	青松化工	2021/3/3	2021/12/7

序号	专利类别	专利名称	专利号	专利权人	专利申请日	授权公告日
12	实用新型	一种具有自洁功能的磺化反应器	2021204554878	青松化工	2021/3/3	2021/12/10
13	实用新型	一种片状樟脑的生产设备	2021200518162	青松化工	2021/1/8	2021/12/3
14	实用新型	一种樟脑生产装置	2020212289278	青松化工	2020/6/29	2021/4/16
15	实用新型	一种稳定性强的脱硫装置用支撑座	2020209477290	青松化工	2020/5/29	2021/6/8
16	实用新型	一种樟脑制备用定量包装装置	2020209477322	青松化工	2020/5/29	2021/4/20
17	实用新型	一种便于使用的樟脑提纯装置	2020209477341	青松化工	2020/5/29	2021/4/20
18	实用新型	一种生产冰片的升华罐	2020209477394	青松化工	2020/5/29	2021/4/20
19	实用新型	一种用于冰片生产的低温干燥设备	2020209495833	青松化工	2020/5/29	2021/6/8
20	实用新型	一种柠檬烯生产用塔釜内部残留液处理装置	2020209495852	青松化工	2020/5/29	2021/4/20
21	实用新型	一种合成冰片冷凝装置	2019223770150	青松化工	2019/12/26	2020/11/17
22	实用新型	一种合成冰片浸提装置	2019223770273	青松化工	2019/12/26	2020/11/17
23	实用新型	一种樟脑提纯装置	2019223770860	青松化工	2019/12/26	2020/11/17
24	实用新型	一种樟脑制备用反应釜加热装置	2019223804000	青松化工	2019/12/26	2021/2/5
25	实用新型	一种新型合成冰片提取用蒸馏釜	201922380441X	青松化工	2019/12/26	2020/12/11
26	实用新型	一种药用樟脑粉压包机	2019223506105	青松化工	2019/12/24	2020/10/16
27	实用新型	连续制备樟脑的设备	201921762339X	青松化工	2019/10/21	2020/6/30
28	实用新型	二甲苯尾气回收净化装置	2019214552833	青松化工	2019/9/3	2020/6/23
29	实用新型	防泄漏溶剂油回收装置	2019203760090	青松化工	2019/3/25	2020/1/31
30	实用新型	合成樟脑生产用升华装置	201920376071X	青松化工	2019/3/25	2020/3/20
31	实用新型	具有保护结构的冰片生产冷却装置	2019203760921	青松化工	2019/3/25	2020/1/31
32	实用新型	一种龙涎酮合成用包装装置	2018218640237	青松化工	2018/11/13	2019/10/18
33	实用新型	一种粗硫酸盐松节油精炼净化装置	201821864028X	青松化工	2018/11/13	2019/10/18
34	实用新型	一种月桂烯合成薄荷脑的结晶装置	2018218640504	青松化工	2018/11/13	2019/8/23

序号	专利类别	专利名称	专利号	专利权人	专利申请日	授权公告日
35	实用新型	一种双戊烯合成对孟烷的生产装置	2018218640646	青松化工	2018/11/13	2019/8/23
36	实用新型	一种生产检验中二甲苯磺酸钠泄漏清理装置	2018218640650	青松化工	2018/11/13	2019/8/27
37	实用新型	一种柠檬烯的密封存放装置	2018218640699	青松化工	2018/11/13	2019/8/27
38	实用新型	一种二氢月桂烯醇生产用储料装置	2018218641422	青松化工	2018/11/13	2019/8/27
39	实用新型	一种松油烯-4-醇合成配制装置	2018218649246	青松化工	2018/11/13	2019/8/23
40	实用新型	一种二氢月桂烯醇蒸馏装置	2018218649763	青松化工	2018/11/13	2019/11/19
41	发明专利	草酸龙脑酯制备龙脑的方法	2018101977905	青松化工	2018/3/11	2021/4/16
42	实用新型	一种 2,4-二甲苯磺酸钠制备装置	2018202316765	青松化工	2018/2/9	2018/11/20
43	实用新型	一种用于制备二氢月桂烯醇的高效反应釜	2018202331835	青松化工	2018/2/9	2018/11/13
44	实用新型	一种松油烯-4-醇精馏塔	201820233201X	青松化工	2018/2/9	2018/11/13
45	实用新型	一种脱硫装置用冷却塔	2018202351985	青松化工	2018/2/9	2018/11/13
46	实用新型	一种磺化反应器	201820235199X	青松化工	2018/2/9	2018/11/20
47	发明专利	异龙脑连续气相脱氢制樟脑的设备及生产工艺	2017114467253	青松化工	2017/12/27	2021/4/27
48	实用新型	一种浓缩釜	2017217382229	青松化工	2017/12/13	2018/11/20
49	实用新型	一种可连续环化生产龙涎酮的系统	2017213269551	青松化工	2017/10/16	2018/6/15
50	发明专利	一种用于合成樟脑连续升华、凝华的成套设备及其控制工艺	2017108419248	青松化工	2017/9/18	2020/5/5
51	发明专利	樟脑脚油回收利用的方法	2017106225873	青松化工	2017/7/27	2021/1/15
52	实用新型	用于樟脑脚油回收利用的反应釜	2017209265736	青松化工	2017/7/27	2018/3/30
53	实用新型	一种节能结构简单的松节油脱硫提纯装置	2017207465475	青松化工	2017/6/26	2018/2/13
54	实用新型	一种高效精馏蒸馏釜	2017207465719	青松化工	2017/6/26	2018/2/13
55	实用新型	一种高效的双戊烯制备对孟烷的生产	2017207465738	青松化工	2017/6/26	2018/2/13

序号	专利类别	专利名称	专利号	专利权人	专利申请日	授权公告日
		装置				
56	实用新型	一种自动清理的薄荷脑生产蒸馏釜	2017207513036	青松化工	2017/6/26	2018/2/13
57	实用新型	一种节能性二氢月桂烯醇蒸馏装置	2017207513360	青松化工	2017/6/26	2018/2/13
58	发明专利	一种合成 L-薄荷脑的方法	2017103469575	青松化工	2017/5/17	2020/6/5
59	实用新型	分层液体分离器及乙酸苄酯的连续化生产装置	2016207518196	青松化工	2016/7/18	2017/1/11
60	发明专利	一种龙涎酮的制备方法	2016105197744	青松化工	2016/7/4	2019/3/19
61	实用新型	一种用于裂解反应的生产装置	2016204111351	青松化工	2016/5/9	2016/12/7
62	实用新型	一种连续异构反应装置	201620405401X	青松化工	2016/5/6	2016/12/7
63	实用新型	一种连续干燥装置	2016204060203	青松化工	2016/5/6	2016/12/7
64	发明专利	一种用于合成茨烯的催化剂及其制备方法	2016102605154	青松化工	2016/4/25	2018/6/29
65	实用新型	一种连续茨烯蒸馏装置	2016202638897	青松化工	2016/4/1	2016/8/31
66	实用新型	一种蒸馏设备	2016202545178	青松化工	2016/3/30	2016/9/7
67	实用新型	一种用于樟脑磺酸水溶液连续快速干燥设备	2016202436560	青松化工	2016/3/25	2016/9/7
68	实用新型	一种皂化反应设备	2016202312816	青松化工	2016/3/24	2016/9/7
69	发明专利	一种钨钴铜三元催化剂制备工艺及其应用	2015108264178	青松化工	2015/11/25	2018/4/24
70	发明专利	一种异龙脑脱氢精制樟脑的方法及其设备	201510714006X	青松化工	2015/10/28	2016/6/22
71	实用新型	一种由重质松节油直接合成异长叶烷酮的设备	2015207494214	青松化工	2015/9/25	2016/3/2
72	发明专利	利用合成樟脑的副产物双戊烯合成香	2015104670844	青松化工	2015/8/3	2017/5/31
73	实用新型	一种真空反应釜专用量筒取样装置	2015205170920	青松化工	2015/7/16	2015/12/16
74	实用新型	一种物料取样装置	2015205174828	青松化工	2015/7/16	2015/12/16
75	实用新型	合成樟脑脂化工段的连续化生产装置	2015203805125	青松化工	2015/6/5	2015/11/18

序号	专利类别	专利名称	专利号	专利权人	专利申请日	授权公告日
76	发明专利	一种合成龙脑结晶制备片状冰片的新工艺	2015102928334	青松化工	2015/6/1	2016/5/18
77	实用新型	异龙脑制备正龙脑连续化生产装置	2015203681118	青松化工	2015/6/1	2015/10/28
78	实用新型	一种用于合成龙脑结晶工艺生产片状冰片的成套设备	2015203682337	青松化工	2015/6/1	2015/11/4
79	实用新型	二甲苯尾气回收装置	2013206712195	青松化工	2013/10/29	2014/4/16
80	实用新型	酯-皂法合成樟脑中二甲苯回收装置	2013205633177	青松化工	2013/9/11	2014/3/12
81	实用新型	片状樟脑生产装置	2013205648083	青松化工	2013/9/11	2014/2/19
82	外观设计	包装箱（合成冰片）	2012305265439	青松化工	2012/11/1	2013/5/1
83	外观设计	包装箱（合成樟脑）	2012305265509	青松化工	2012/11/1	2013/5/1
84	发明专利	一种分离并精制乙酸异龙脑酯的方法	2011102032253	青松化工	2011/7/20	2013/10/23

注：截至本募集说明书签署日，由于公司已转让青松化工 100%股权，上述青松化工拥有的专利已相应转出。

4、域名

根据发行人提供的材料并经合理查验，截至 2022 年 9 月 30 日，发行人拥有的域名如下表所示：

序号	域名	注册时间	到期时间	注册所有人
1	hknbc.cn	2006/11/20	2026/11/20	诺斯贝尔
2	hknbc.com	2005/3/7	2024/3/7	诺斯贝尔
3	tencelmask.com	2013/4/17	2023/4/17	诺斯贝尔
4	veocelmask.com	2018/3/24	2023/3/24	诺斯贝尔
5	zsnbc.com	2017/3/25	2023/3/25	诺斯贝尔

5、软件著作权

根据发行人提供的材料并经合理查验，截至 2022 年 9 月 30 日，发行人拥有的软件著作权如下表所示：

序号	软件名称	登记号	著作权人	权利取得方式	授权日
1	龙涎酮合成 DSC 控制系统 V1.0	2022SR0259165	青松化工、龙晟香精	开发	2022/2/22

2	乙酸苄酯的合成 DSC 控制系统 V1.0	2022SR0259164	青松化工、龙 晟香精	开发	2022/2/22
---	--------------------------	---------------	---------------	----	-----------

注：截至本募集说明书签署日，由于公司已转让青松化工 100% 股权，上述青松化工拥有的软件著作权已相应转出。

6、美术作品著作权

截至 2022 年 9 月 30 日，发行人拥有的美术作品著作权如下表所示：

序号	作者	作品名称	备案号	权利取得方式	备案日期
1	诺斯贝尔	小 T 女孩-金色丸子头	粤著转让备字-2019-F-0000853	受让	2019/11/5
2	诺斯贝尔	小 T 女孩-运动造型	粤著转让备字-2019-F-0000854	受让	2019/11/5
3	诺斯贝尔	小 T 女孩-时尚达人	粤著转让备字-2019-F-0000855	受让	2019/11/5
4	诺斯贝尔	小 T 女孩-嘻哈风造型	粤著转让备字-2019-F-0000856	受让	2019/11/5
5	诺斯贝尔	小 T 女孩-绵羊卷长发	粤著转让备字-2019-F-0000857	受让	2019/11/5
6	诺斯贝尔	小 T 女孩-简练利落短发造型	粤著转让备字-2019-F-0000858	受让	2019/11/5
7	诺斯贝尔	小 T 女孩-波浪短发造型	粤著转让备字-2019-F-0000859	受让	2019/11/5
8	诺斯贝尔	小 T 女孩-传统着装造型	粤著转让备字-2019-F-0000862	受让	2019/11/5
9	诺斯贝尔	生物质石墨烯面膜	国作登字-2020-F-00993207	受让	2020/3/9

八、技术与研发情况

（一）公司拥有的主要核心技术

1、化妆品业务

序号	技术名称	核心技术描述	技术来源
1	以重组胶原蛋白和纤连蛋白的应用为主的功效护肤产品研究	采用生物发酵生产来源的纤连蛋白或重组胶原，通过冻干技术延长生物制品保质期，并通过体外细胞实验，斑马鱼动物模型实验以及人体修护功效实验等手段，多维度的对配方制得的纤连蛋白或重组胶原冻干粉的安全性、以及皮肤修护作用的实际功效进行评估，证实其具有促进皮肤修复、代谢更新、增强淡斑减少皱纹效果，原料生产技术与应用已获得发明专利证书。	自主开发配方和工艺，实现冻干粉等护肤产品的安全性和功效性
2	纳米脂质体的开发及其在化妆品中的应用	以微乳化和包裹技术为核心的制剂技术。通过使用高压微射流技术，通过对脂质体制备成分的合理选择及比例调配，包裹油溶性和水溶性功效成分。制备出稳定性良好，功效性明显的脂质体。所开发的脂质体可以单独作为精华使用，也可以添加到面	自主研发

序号	技术名称	核心技术描述	技术来源
		膜、精华、喷雾、等多种剂型中，使用范围广泛。	
3	美白静电纺丝面膜的研发	将具有生物活性的纳米包裹体与胶原蛋白、透明质酸类天然聚合物配制成的精华液混合，制成生物活性纳米纤维纺丝液。利用静电纺丝技术，将生物活性纳米纤维纺丝液制备成海岛结构的生物质纳米纤维。开发以高分子胶原蛋白为架构，富含维生素 C 的静电纺丝面膜。	自主研发
4	具有海洋生态友好的绿鱼标志防晒产品的开发	部分防晒剂对人体存在一些安全性风险，对环境和生态也会产生有害影响。需要通过防晒剂的筛选、搭配和配方设计等，达到目标防晒指数的同时，也达到保护水生生物和环境的目标。利用斑马鱼在生理功能、免疫系统及生物信号传导通路等方面具有与人类高度的相似性，采用斑马鱼胚胎测试，如斑马鱼胚胎急性毒物测试（ATTTtest），转基因鲮鱼胚胎雌激素当量测试（EEQtest）等手段首先将安全性高的防晒剂筛选出来，再进行防晒配方的设计，这样对于人体安全及环境保护起到关键作用。	自主研发；委托水中银、环特生物等单位进行测试
5	桦树茸，灵芝，姜黄有效成分提取技术研究	分别使用普通的有机溶媒或以热水为溶媒的提取方法，超声波提取法，微波提取法对各植物进行提取，旨在确定和掌握其特性及效率。最后，以该实验结果为基础，找出提取这三种菌类的最适提取条件。	基于诺斯贝尔韩国研究所的技术进行开发、中试和产业化
6	对含有无纺布载体的面膜和湿巾进行防腐体系的构建和研究	研究不同的无纺布材质：如全棉无纺布、全粘胶无纺布、涤纶无纺布和混纺的无纺布对防腐测试造成的影响，构建出更适用于该种材质的防腐体系。	自主研发
7	马齿苋提取技术及功效研究	用不同的提取技术提取马齿苋，希望得到一种经济，有效的提取技术，得到高效的马齿苋提取物，为我司开发高品质的化妆品原料。	基于诺斯贝尔韩国研究所具备先进的植物提取技术
8	嗜热栖热菌发酵产物的功效研究及在化妆品中的应用	通过酪氨酸酶活性探究美白的功效评价、细胞测试探究抗氧化的功效评价及使用 Visia 皮肤测试仪器评价修复肌肤的效果，对嗜热栖热菌发酵产物本身进行功效研究；同时通过在面膜精华液配方体系中添加嗜热栖热菌发酵产物，并通过相应功效测试，探究嗜热栖热菌发酵产物在化妆品配方中的配伍性及应用前景。	与广东药科大学共同开发发酵工艺；由丽研公司实现大规模发酵；诺斯贝尔进行配方研发和功效研究
9	中药植物成分在头发和皮肤护理产品中的应用	利用中草药的优化组合，从不同作用机制出发，研究作用于人体毛发及皮肤的具体功效，并研制出一款具有防止毛发脱落，促进毛发生长的产品，真正科学的做到“药食同源”。	自主开发
10	以深海鱼胶原蛋白为主要基材的速溶面膜的研究与开发	通过开发专有的技术，从深海鱼的鱼皮中提取具有完整三螺旋结构的胶原蛋白；将深海鱼来源的大分子胶原蛋白以静电纺丝的技术手段制作成纳米纤维速溶面膜；以水溶性纳米纤维的产品形式，解决大分子胶原难于透皮吸收的缺点，并作为载体将化妆	与江苏海洋大学合作开发胶原蛋白的提取方法并实现产业化

序号	技术名称	核心技术描述	技术来源
		品功效成分带到皮肤深处。	

2、松节油深加工业务

序号	技术名称	核心技术描述	技术来源
1	草酸龙脑酯制备龙脑的方法	草酸龙脑酯制备龙脑的方法：将草酸龙脑酯、催化剂、液碱送入管式反应器内进行皂化反应后，进行催化剂回收，水洗粗龙脑，并将溶剂回收后，进行溶解结晶，并烘干，以获得高纯度的龙脑。通过上述方式，本发明可解决皂化反应时间长、耗能大、收率低，生产流程不紧凑，劳动强度大等问题，并采用新的结晶装置，减短结晶周期，提高生产效率；改用新型环保的溶剂，使生产中无污染、环保，安全性好，提高产品的得率，降低杂质的产生，使产品质量稳定，龙脑含量达到 65% 以上。	自主研发
2	一种用于合成茨烯的催化剂及其制备方法	涉及一种用于合成茨烯的催化剂，其制备所使用的原料包括：二氧化钛、弱酸、金属螯合剂和水，其中二氧化钛采用质量含量≥99%的二氧化钛，具体的原料的重量份比例如下：二氧化钛 0.5-1.0 份、弱酸 0.6-2.0 份、金属螯合剂 0.005-0.01 份、水 1.1-5.0 份。该发明克服现有合成茨烯的催化剂制备工序制备过程原料耗废大，工艺繁琐，且副反应多、产物得率低的缺点，其制备过程使用无需使用碱和强酸，也无需耗费大量的水，具有能大大减少原料耗用量，简化了工艺过程，且催化效率高、产物得率高的优点。	自主研发
3	一种异龙脑连续脱氢制备樟脑的方法	涉及一种异龙脑连续脱氢制备樟脑的方法。目前在樟脑合成工业中，由异龙脑脱氢制备樟脑是关键的一步。本发明提出的由异龙脑制备樟脑的方法克服了间歇操作存在的转化率低，产物提纯困难，催化剂易失活，氢气无法回收等不足，由于采用连续操作，樟脑产量高且所得氢气可回收利用；用串联的列管式反应器使反应温度和压力可控，保持物料在液相条件下进行反应，不仅提高了该可逆反应的转化率，减少了产物提纯的难度，而且选用的催化剂在该条件下催化效率高，寿命长且可再生，很大程度地弥补了原有工艺存在的不足。	与福州大学共同开发
4	合成龙脑结晶制备片状冰片的新工艺	涉及一种合成龙脑结晶制备片状冰片的新工艺，其步骤包括，1) 物料破碎步骤；2) 物料溶清步骤：将用于溶解合成龙脑的有机溶剂与合成龙脑混合，其重量比为 0.9~20:1，在加热条件下搅拌直至合成龙脑溶解；3) 梯度控温析出步骤：将溶解的物料逐步降温至第一析出温度 50~120℃；之后以 0.05~2℃/h 的速率降温至第二析出温度 40~80℃；4) 降温结晶步骤：以 0.05~2℃/h 速率降温至室温或以 0.2~5℃/h 的速率进行冷冻降温至 -5~-15℃；结晶若干天，物料内片状合成龙脑析出，经烘干得合成龙脑片状成品。该发明克服了现有的合成龙脑结晶工艺片状冰片得率低的缺点，能有效提高合成龙脑粗品的片状冰片产量。	自主研发
5	一种分离并精制乙酸异龙脑酯的方法	涉及一种分离并精制乙酸异龙脑酯的方法，该方法是在粗酯精馏塔在塔顶采出含水的醋酸溶液，侧线采出主要为茨烯和乙酸的混合物，塔釜采出乙酸异龙脑酯的粗品，所述粗品进入精酯蒸发器进行拉白操作后，进入精酯汽液分离罐中进行分离，精制出高纯度的乙酸异龙脑酯。本发明克服了原有技术的间歇分离耗能高，产品收率低等缺点，粗酯精馏塔在塔顶采出酸水，	自主研发

序号	技术名称	核心技术描述	技术来源
		侧线采出膜酸，塔釜采出粗酯，单塔实现清晰分割，膜酸中只有醋酸和苧烯，用于循环反应可以提高反应的选择性和催化剂寿命，故工艺先进，能耗低，具有生产连续化，流程紧凑，能耗低，产品的得率高和质量稳定等优点。	
6	樟脑脚油回收利用的方法	一种樟脑脚油回收利用的方法。通过将樟脑脚油与对孟烷置于反应釜中，加热搅拌后静置，以实现分层，并分别将分层后的溶液通过结晶槽、溶剂回收釜以及氧化铜回收釜中进行物理化学处理，以分别获得樟脑、种重质油以及硫酸铜溶液。通过上述方式，本发明可依次回收樟脑、溶剂油及硫酸铜等高价值产品，从而降低生产成本、变废为宝，提高经济效率，且操作方式简单环保。	自主研发
7	一种用于合成樟脑连续升华、凝华的成套设备及其控制工艺	涉及一种用于合成樟脑连续升华、凝华的成套设备及其控制工艺,包括以下步骤: a.将粗樟脑液通入升华器中进行升华。b.将氮气和升华后的樟脑气体通入一级凝华塔内进行凝华; 产出优级樟脑。c.将一级凝华塔未凝华的气体通入二级凝华塔内凝华, 产出一级樟脑; d.将二级凝华塔未凝华的气体通入三级凝华塔内凝华, 产出二级樟脑; e.将三级凝华塔未凝华的气体通入四级凝华塔内凝华, 产出尾樟脑; f.将四级凝华塔未凝华的尾气通入水环真空泵塔进行尾气处理。本发明设置有一级凝华塔、二级凝华塔、三级凝华塔、四级凝华塔, 从而可根据不同凝华塔的冷凝温度实现产品质量分级。同时水环真空泵塔的设置可实现尾气的净化处理。	自主研发
8	一种异龙脑脱氢精制樟脑的方法及其设备	涉及一种异龙脑脱氢精制樟脑的方法, 依次包括脱氢反应与溶剂回收步骤、樟脑汽化升华步骤和樟脑升华收集步骤; 所述脱氢反应与溶剂回收步骤是将异龙脑与异龙脑溶解溶剂的混合溶液、脱氢催化剂送入反应釜中, 对反应釜进行加热实现脱氢反应, 利用分馏柱将脱氢反应生成的氢气排出, 并将异龙脑溶解溶剂进行回收。该发明克服了现有异龙脑脱氢精制樟脑工艺中脱氢反应、溶剂回收及汽化升华步骤需要在不同的设备中依序进行生产, 能够实现脱氢反应釜、溶剂回收装置及升华装置的一体化, 使得脱氢反应、溶剂回收及汽化升华步骤能在同一反应釜内进行, 具有节约工序, 大大降低人力及设备成本的优点。	自主研发
9	一种钨钴铜三元催化剂制备工艺及其应用	一种钨钴铜催化剂及其制备方法, 所述钨钴铜三元催化剂为钨钴铜三种金属组成的水滑石层状材料, 当其应用于异龙脑脱氢工艺中时能使异龙脑在较为温和的条件下脱氢, 且脱氢设备简单, 能耗低, 反应选择性高, 反应过程中无副产物产生, 钨钴铜催化剂可多次重复使用, 对环境不会造成污染。	自主研发
10	异龙脑连续气相脱氢制樟脑的设备及其生产工艺	涉及一种异龙脑连续气相脱氢制樟脑的设备, 包括打料泵、汽化器、换热式径向流脱氢反应器、连续精馏塔、升华釜以及凝华室; 所述打料泵与装有经水解反应后的异龙脑有机溶剂溶液的储液罐相连接, 且所述打料泵与储液罐之间的连接管道上设有第一控制阀。该发明克服了现有异龙脑连续脱氢法制备樟脑时液相进固定床反应器可能会对催化剂造成冲刷, 影响催化剂使用寿命的缺点, 其通过汽化异龙脑原料进行脱氢反应并特别设计了与其相适应的换热式径向流脱氢反应器, 具有能够进行连续化生产、对催化剂使用寿命影响小、反应物料得到更合理的分布、能大大提高催化剂的生产效率的优点。	自主研发

（二）研发投入情况

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年	2020年	2019年
研发投入金额	9,125.93	12,423.34	12,376.67	10,444.14
研发投入占营业收入比例	4.26%	3.36%	3.20%	3.59%

九、现有业务发展安排及未来发展战略

（一）现有业务发展安排

公司深挖化妆品等大消费业务产业价值，逐步将公司主要资源向化妆品大消费业务方向聚焦。公司将继续遵循精准把握客户需求，不断加大研发投入和新产品的开发力度，注重以技术优势打造行业领先地位的经营策略，增强可持续盈利能力和发展潜力。为品牌商提供从创意到产品、设计与制造等全案服务，深挖产业纵深，扩大市场份额，成为国际一流的化妆品制造服务商。

经营宗旨：以科技进步为先导，以自主创新为根本，坚持运用先进技术和科学管理，通过规范化、专业化的运营和经营，为公司和股东获得满意的经济效益。

（二）未来发展战略

随着电商的崛起，化妆品行业获得了巨大的成长空间外，美妆行业逐渐由高速增长转向高质量发展，加上逐步完善的行业标准对企业综合能力提出更高要求，市场份额向头部集中。

作为在市场上头部的代表性企业，服务好客户、把控好产品品质、做好研发创新、拓展更多机遇，是公司未来的发展重点。

1、积累大量优质客源，培育更精准市场触角

公司具有类型多元且质量较高的客户群体，既有国际知名品牌、国内一线品牌，也有社交电商品牌、新锐品牌等。

知名品牌对供应商的筛选非常严格，对工厂有质量要求和一系列体系审核，在质量管理、研发创新、成本控制等方面倒逼企业进步，公司面对国际知名品牌客户，建立专门的对接团队，点对点直接与客户的不同部门直接沟通、学习、

合作，务求在短时间满足到客户需求，尽快把产品转化成市场产品，减轻客户的负担。

另外，加强市场数据分析、优化产品经理与研发部的沟通，使站在技术前沿的研发部，能第一时间把最新的技术，结合产品经理的提炼，转化为更有功效、更富卖点的产品，能及时为不同类型的客户提供匹配的产品，满足客户攻克不同市场的需要。

集合头部客户的需求，反应更快的开发团队，能进一步巩固公司平台化的特质。公司将综合各类不同客户要求，再把这些数据加以系统性整合，更好的把握产品趋势，带动化妆品行业发展，成为行业的风向标。

2、高质量服务，高交付标准

随着近年电商不断通过直播、短视频等形式介绍产品，消费者对化妆品有了更深入的认识，这意味着消费者对产品的要求已从过去的品牌认知，进化到产品认知，再到原料认知、功效认知。

为加强产品力，公司会更好的利用规模化优势，与上游供货商紧密合作，争取更多独有原料合作、争取更多专利原料使用和共同开发特色创新原料；与全球更多的大学及科研机构，进行各类皮肤的深入研究、配方研发等；成立创意包材小组，针对外包作研究，从外型到物料使用，目标是在创新设计同时，符合持续发展的责任；和功效检测机构共同研究不同的检查模型，提升测试效率。

作为生产型企业，智能制造是公司提高竞争力的一环。面膜市场会更加圈层化、细分化，因此对企业的生产提出了更高的要求，公司也不断提升不同类型产品的产能。比如，近两年，诺斯贝尔新增两条冻干面膜生产线，新增产能9000万片。

此外，在保持面膜在市场领先的同时，公司还推动品类结构的优化。比如，逐步加大对水乳膏霜等护肤品类的投入。在产能方面，添置了冻干粉和安瓶生产设备，新增14条护肤品生产线（10条膏霜生产线，4条水乳生产线），年产量9470吨/年；同时，公司还由护肤向彩妆领域延伸，2020年推出柔和净澈奶盖眼唇卸妆液、氨基酸水感卸妆精华、纯净养肤卸妆油等产品。公司也会在未

来继续利用大数据分析市场和利用平台化挖掘市场需求，积极投入智能制造，提升交付速度及质量。

3、三大研发方向引领行业发展

研发是化妆品行业的核心，公司高度重视研发发展。在可持续发展的化妆品方面，公司已研制出业内认可的纯净美妆系列，此外，公司还将持续在原料和配方端深入挖掘相关的技术，以配合国际市场需求。在生产技术上，也将继续向可持续发展方向迈进，实现减碳目标。在包材的研发上，也将持续朝着“减塑”方向进行研发和创新，学习和讨论 ISO16128 及相关的各项细节，与国内外原料供应商进行可持续发展方面的交流和合作，从研发的全过程倡导绿色/可持续发展，满足国内外客户的多样性需求，为推动环保保护而努力。

另外，在制剂技术、生物技术、AI 技术方面，公司也将作深入探索。化妆品离不开不同的制剂技术，这关系到产品的肤感及渗透性。公司在业内率先把握微乳技术，为客户提供了更具差异化的优质产品，现在已积极提升相技术研究，进一步提升产品的效能。

公司将沿续重组纤连蛋白的生物技术经验和优势，加强生物合成技术的研发和应用。相对天然原料，生物技术有效提高活性成分、纯度及稳定性更高，有助大批量生产及使用。在原料党、成分党充斥市场之际，生物合成技术将提升市场竞争力。

除了在原料、制剂上的研发外，针对千人千面的不同皮肤特性，公司将利用 AI 技术，利用智能化测量系统，为不同皮肤制定所属的产品方向，就不同皮肤问题，针对性开发功效产品。包括建立皮肤状态数据库，通过 AI 系统分析，配合皮肤科专家的建议，基于个性化数据制定配方。

4、不断深化创新推出新品类拓展客户群

公司拥有大量优质客户资源，为公司培育更加快速精准的市场触觉和创新土壤。公司客户类型全面，包括国际品牌、国内大牌、电商巨头到新锐品牌，客户需求多，公司在保持面膜市场领先的同时，还将推动品类结构的优化。比如，其逐步加大对水乳膏霜等护肤品类的投入。

公司还由护肤向彩妆领域延伸，2020 年推出柔和净澈奶盖眼唇卸妆液、氨

基酸水感卸妆精华、纯净养肤卸妆油等产品。

在软实力上，公司需要具备较好的资源整合能力、研发创新能力；硬实力上，需要提高产品的智能制造、品控等能力。同时，要兼备对产品流行趋势、渠道变化等方面的洞察能力。

十、财务性投资情况

（一）财务性投资

1、财务性投资主要科目

截至 2022 年 9 月 30 日，发行人可能涉及财务性投资的相关科目具体情况如下：

单位：万元

会计科目	金额	是否涉及财务性投资	财务投资金额
交易性金融资产	-	否	-
衍生金融资产	-	否	-
其他应收款	1,455.72	否	-
其他流动资产	918.36	否	-
买入返售金融资产	-	否	-
发放贷款和垫款	-	否	-
债权投资	-	否	-
其他债权投资	-	否	-
其他权益工具投资	-	否	-
其他非流动金融资产	1,000.00	是	1,000.00
长期股权投资	-	否	-
其他非流动资产	5,682.88	否	-

发行人最近一期末持有财务性投资 1,000 万元，占期末归母净资产 0.68%，低于 30%。

2、发行人其他非流动金融资产概况

截至 2022 年 9 月 30 日，发行人其他非流动金融资产全部为对宝捷会基金的投资，账面价值 1,000 万元，该产业基金的基本情况如下：

名称	苏州宝捷会山启创业投资合伙企业（有限合伙）
----	-----------------------

成立时间	2021年2月10日
主要经营场所	中国（江苏）自由贸易试验区苏州片区苏州工业园区苏虹东路183号东沙湖基金小镇14幢206室
注册资本	29,513.6364万元
经营范围	一般项目：创业投资（限投资未上市企业）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
投资时间	2021年6月3日
基金的投资策略和方式	合伙企业将主要专注于满足如下条件的优质企业，并进行相应投资： （1）业务类型条件。被投资企业属于大消费领域的创新品牌商或创新渠道平台商或营销与数据科技商； （2）细分行业条件。被投资企业聚焦个护美妆（含日化）、食品饮料（含调味品）、母婴、宠物或生活方式等一种或多种行业； （3）项目阶段条件。被投资企业处于中早期高成长阶段或成熟期易变现阶段。

公司于2021年5月28日召开第四届董事会第十次会议，审议通过了《关于全资子公司参与投资产业基金的议案》，同意全资子公司广州青航投资有限公司作为有限合伙人以自有资金出资1,000万元人民币投资宝捷会基金。

本次广州青航投资有限公司参与投资宝捷会基金系为了公司在新消费产业拓展和延伸，培育产业生态；为公司储备和培育新的战略产业项目；提升公司的盈利能力和竞争力，促进公司的可持续、稳定发展。本次投资属于在公司确定的发展战略的大消费领域寻找新的业务机会，并非围绕产业链上下游以获取技术、原料或渠道为目的的产业投资。因此，上述投资为财务性投资。

上述其他非流动金融资产投资早于2022年4月11日，因此早于公司2022年创业板向特定对象发行股票相关董事会决议日前六个月。

根据合伙协议，宝捷会基金主要聚焦个护美妆（含日化）、食品饮料（含调味品）、母婴、宠物或生活方式等一种或多种行业。根据公开信息，宝捷会基金对外已陆续投资企业21家，已认缴投资金额9,653.2万元。除设立的5家投资子公司（已认缴9,094万元）待陆续开展业务外，宝捷会基金已投资的16家企业分布于个护美妆（含日化）、食品饮料（含调味品）、母婴、宠物等多个行业，已投资金额559.20万元，具体如下：

单位：万元

序号	名称	分类	投资占比	认缴金额
1	上海操作食品贸易有限公司	食品饮料	9.05%	9.90

序号	名称	分类	投资占比	认缴金额
2	上海寻遇化妆品有限公司	个护美妆	6.67%	20.00
3	舒倍登（杭州）科技有限公司	互联网销售	12.47%	17.10
4	广州圈量网络信息科技有限公司	互联网销售	4.39%	5.70
5	深圳研欣生物科技有限公司	宠物保健食品	12.15%	38.80
6	杭州闪电兔智能科技有限公司	母婴	2.83%	13.50
7	上海辰以三信息科技有限公司	化妆品、宠物用品等销售	10.00%	111.10
8	深圳市拙野创意有限公司	潮玩消费电子产品	4.00%	4.70
9	物作科技（天津）有限公司	食品饮料	4.50%	35.30
10	北京薄荷乐科技有限公司	珠宝/首饰	5.00%	3.20
11	阿创科技（上海）有限公司	食品饮料	8.00%	45.50
12	北京美丽臻颜化妆品有限公司	个护美妆	10.00%	40.00
13	上海伽盛化妆品有限公司	个护美妆	13.00%	81.30
14	上海绵霖网络科技有限公司	美妆	5.17%	8.30
15	深圳美连科技有限公司	电子产品	10.00%	11.10
16	仪菲集团有限公司	美妆营销服务商	0.95%	113.70
合计				559.20

宝捷会基金投资的行业较分散，并非仅围绕公司主营的化妆品、松节油深加工等业务相关的上下游展开。公司投资宝捷会基金系为在大消费发展领域寻找新的业务机会，为横向拓展，而非以获取技术、原料或渠道等为目的纵向拓展而进行的产业投资。因此，对宝捷会基金的投资为财务性投资。

（二）关于本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前新投入和拟投入的财务性投资金额应从本次募集资金总额中扣除

本次发行的董事会决议日前六个月至今，公司不存在需要从募集资金总额中扣除的新投入和拟投入的财务性投资。

（三）结论

截至 2022 年 9 月 30 日，公司不存在实施或拟实施的其他财务性投资及类金融业务，不存在最近一期末持有金额较大、期限较长的交易性金融资产和可供出售金融资产、借予他人款项、委托理财等财务性投资的情形，符合《审核问答》第 10 问的相关规定。

公司不存在从事类金融业务的情形，不存在将募集资金直接或变相用于类金融业务的情形；不存在从事与主营业务相关的类金融业务的情形；公司最近一年一期不存在从事类金融业务的情形，本次发行不存在违反《审核问答》第20问的情形。

十一、最近一期业绩下滑的情况

（一）公司最近一年及一期经营业绩变动的原因及合理性

报告期内，公司营业收入、营业成本、毛利率、期间费用、资产减值损失、净利润、扣除非经常性损益后的净利润情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
营业收入	214,230.32	369,325.47	386,476.22	290,811.71
营业收入同比变动	-19.61%	-4.44%	32.90%	104.57%
营业成本	203,656.38	321,289.79	287,253.67	199,937.77
毛利	10,573.94	48,035.68	99,222.55	90,873.94
毛利率	4.94%	13.01%	25.67%	31.25%
期间费用	29,561.96	41,664.37	42,035.74	31,818.11
期间费用率	13.80%	11.28%	10.88%	10.94%
资产减值损失及信用减值损失	-51,206.32	-96,621.17	-1,428.66	-3,685.55
其中：商誉减值损失	-45,270.37	-91,343.05	-	-
净利润	-65,607.98	-91,234.76	46,894.09	47,445.84
剔除商誉减值后的净利润	-20,337.61	108.29	46,894.09	47,445.84
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-66,298.65	-91,501.86	45,338.79	43,141.80
剔除商誉减值后的归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-21,028.28	-158.81	45,338.79	43,141.80

注：2022年1-9月数据未经审计。

由上表公司报告期各期的经营业绩简要情况可见，2021年、2022年1-9月（以下合并简称“最近一年及一期”）公司经营业绩存在较大幅度的下滑，主要受营业收入和毛利率的持续下降，以及计提了大额的商誉减值等资产减值所致。

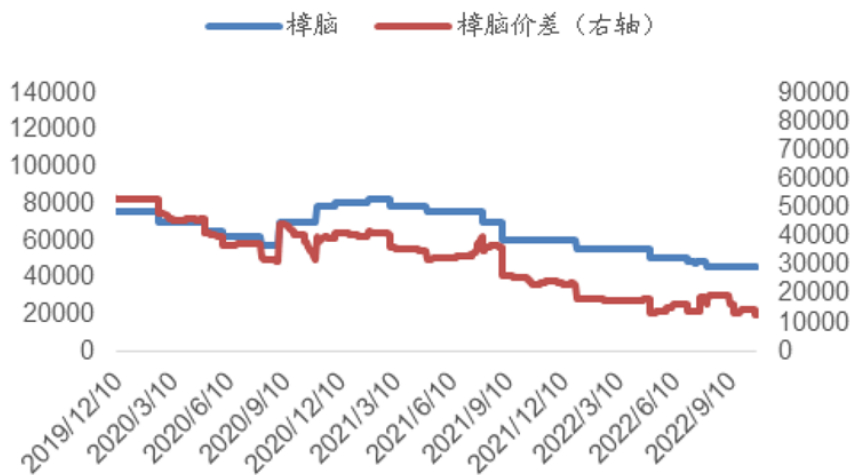
公司2021年、2022年1-9月经营业绩下滑的主要原因详细分析如下：

1、松节油深加工业务受行业景气度下行及市场竞争的影响，产品销售价格持续走低，而主要原材料采购价格波动上涨，导致营业收入及毛利率持续下降，但公司已完成松节油深加工业务两家子公司的股权转让，未来不受该部分影响

公司松节油深加工业务主要产品为合成樟脑及其中间产品、副产品，主要生产企业集中在中国及印度，经过多年的行业竞争和整合，樟脑生产企业数量曾降至历史低点，行业迎来高景气周期，行业效益在 2018 年实现历史较好水平。之后，行业格局发生较大变化，近年来，国内外竞争对手逐渐恢复、扩建合成樟脑及相关产品生产线，部分新进入者亦规划合成樟脑产能。一方面由于产品市场需求较为稳定，销售端面临更加激烈的竞争；另一方面行业新增产能也将主要原材料松节油价格维持在较高水平。松节油深加工业务进入新一轮的行业竞争周期，主要产品毛利持续下行，行业盈利能力明显回落。

2019 年以来的樟脑市场价格及其与主要原材料的价差的走势图如下：

樟脑（Camphor）价格价差走势图（元/吨）



资料来源：海通证券研究所

由 2019 年以来的樟脑市场价格及其与主要原材料价差的走势图可见，樟脑价格及价差自 2019 年高位以来的下降趋势尚未改变，行业的盈利能力明显回落。

(1) 受行业景气度下行及市场竞争的影响，产品销售价格持续走低，公司松节油深加工业务收入持续下降

报告期各期，公司松节油深加工业务收入分别为 130,440.12 万元、119,428.58 万元、118,390.86 万元、67,953.49 万元，呈现持续下降趋势。报告期

各期，公司松节油深加工业务收入主要受各个产品销售价格和销售数量的影响。

报告期各期，松节油深加工业务收入分产品情况如下：

单位：万元

项目	2022年 1-9月	占比	2021年度	占比	2020年度	占比	2019年度	占比
合成樟脑系列	54,008.57	79.48%	96,153.96	81.22%	89,087.74	74.59%	102,372.66	78.48%
冰片系列	7,258.18	10.68%	12,362.46	10.44%	15,796.74	13.23%	15,015.65	11.51%
其他林产 化学品系列	6,013.99	8.85%	8,811.41	7.44%	14,056.94	11.77%	11,575.15	8.87%
其他业务	672.74	0.99%	1,063.03	0.90%	487.16	0.41%	1,476.66	1.13%
合计	67,953.49	100.00%	118,390.86	100.00%	119,428.58	100.00%	130,440.12	100.00%

报告期各期，公司松节油深加工业务各个产品的销售数量和销售单价情况如下：

单位：吨、元/吨

项目	2022年1-9月		2021年		2020年		2019年	
	销售数量	销售单价	销售数量	销售单价	销售数量	销售单价	销售数量	销售单价
合成樟脑系列	21,064.11	25,640.09	33,600.49	28,616.83	30,624.28	29,090.56	28,686.24	35,687.03
冰片系列	537.29	135,088.68	958.09	129,032.37	984.57	160,443.01	908.79	165,226.80
其他林产化学 品系列	2,424.80	24,802.02	3,594.98	24,510.32	5,750.28	24,445.66	3,498.74	33,083.78
合计	24,026.20		38,153.56		37,359.13		33,093.77	

2021年松节油深加工业务收入较2020年度减少1,037.72万元，减幅0.87%。2021年松节油深加工业务中的合成樟脑系列销售价格较2020年进一步下滑了1.63%，但2021年销售数量较2020年上升了9.72%，综合导致合成樟脑系列销售收入较2020年增加7,066.22万元，增幅7.93%；此外，由于2021年冰片系列产品销售价格同比下降19.58%、其他林产化学品系列销售数量同比下滑37.48%，分别导致2021年销售收入减少3,434.28万元、5,245.53万元，抵消了2021年合成樟脑系列销售收入的增长，并最终导致2021年松节油深加工业务销售收入与2020年基本持平。

2022年1-9月，公司松节油深加工业务销售收入67,953.49万元，同比下滑20,422.07万元，下滑幅度23.11%，主要系由于行业竞争的影响，公司2022年

1-9 月合成樟脑系列产品的销售价格较 2021 年同期下降 9.09%，销售数量较 2021 年同期下降 16.61%，销售价格和销售数量双重下滑的影响，导致公司 2022 年 1-9 月合成樟脑系列产品销售收入同比下降 17,234.74 万元，下降幅度 24.19%；此外，2022 年 1-9 月，冰片系列产品销售价格稍有回暖，但销量同比大幅下降 34.69%，导致其销售收入同比下降 3,476.09 万元，降幅 32.38%。综上，2022 年 1-9 月，公司松节油深加工业务由于主要产品销售价格和销售数量的双重下滑，综合导致了公司松节油深加工业务 2022 年 1-9 月的销售收入同比降幅较大。

(2) 受行业景气度下行及市场竞争的影响，主要原材料采购价格波动上涨，导致松节油深加工业务毛利率持续下降

报告期各期，公司松节油深加工业务分产品类别的收入、成本及毛利率情况如下：

单位：万元

产品	2022 年 1-9 月			2021 年		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
合成樟脑系列	54,008.57	50,878.47	5.80%	96,153.96	78,233.47	18.64%
冰片系列	7,258.18	5,378.61	25.90%	12,362.46	7,901.52	36.08%
其他林产化学品系列	6,013.99	6,883.75	-14.46%	8,811.41	9,427.00	-6.99%
其他业务	672.74	653.36	2.88%	1,063.03	984.28	7.41%
合计	67,953.49	63,794.19	6.12%	118,390.86	96,546.28	18.45%

(续)

产品	2020 年			2019 年		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
合成樟脑系列	89,087.74	59,926.76	32.73%	102,372.66	64,546.77	36.95%
冰片系列	15,796.74	7,995.04	49.39%	15,015.65	9,488.13	36.81%
其他林产化学品系列	14,056.94	11,573.35	17.67%	11,575.15	7,343.27	36.56%
其他业务	487.16	408.71	16.10%	1,476.66	1,464.80	0.80%
合计	119,428.58	79,903.86	33.09%	130,440.12	82,842.97	36.49%

报告期各期，公司松节油深加工业务分产品类别的销售数量、销售单价、单位成本及毛利率情况如下：

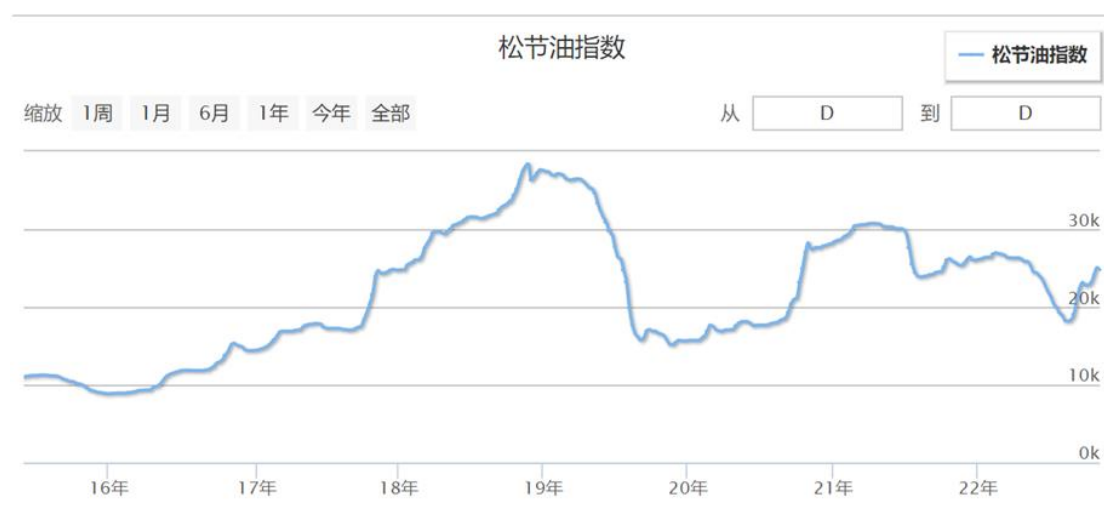
单位：吨、元/吨

产品	2022年1-9月				2021年			
	销售数量	销售单价	单位成本	毛利率	销售数量	销售单价	单位成本	毛利率
合成樟脑系列	21,064.11	25,640.09	24,154.10	5.80%	33,600.49	28,616.83	23,283.43	18.64%
冰片系列	537.29	135,088.68	100,106.19	25.90%	958.09	129,032.37	82,471.57	36.08%
其他林产化学品系列	2,424.80	24,802.02	28,388.95	-14.46%	3,594.98	24,510.32	26,222.69	-6.99%
其他业务	-	-	-	2.88%	-	-	-	7.41%
合计	24,026.20	-	-	6.12%	38,153.56	-	-	18.45%

(续)

产品	2020年				2019年			
	销售数量	销售单价	单位成本	毛利率	销售数量	销售单价	单位成本	毛利率
合成樟脑系列	30,624.28	29,090.56	19,568.38	32.73%	28,686.24	35,687.03	22,500.95	36.95%
冰片系列	984.57	160,443.01	81,203.38	49.39%	908.79	165,226.80	104,404.01	36.81%
其他林产化学品系列	5,750.28	24,445.66	20,126.58	17.67%	3,498.74	33,083.78	20,988.32	36.56%
其他业务	-	-	-	16.10%	-	-	-	0.80%
合计	37,359.13	-	-	33.09%	33,093.77	-	-	36.49%

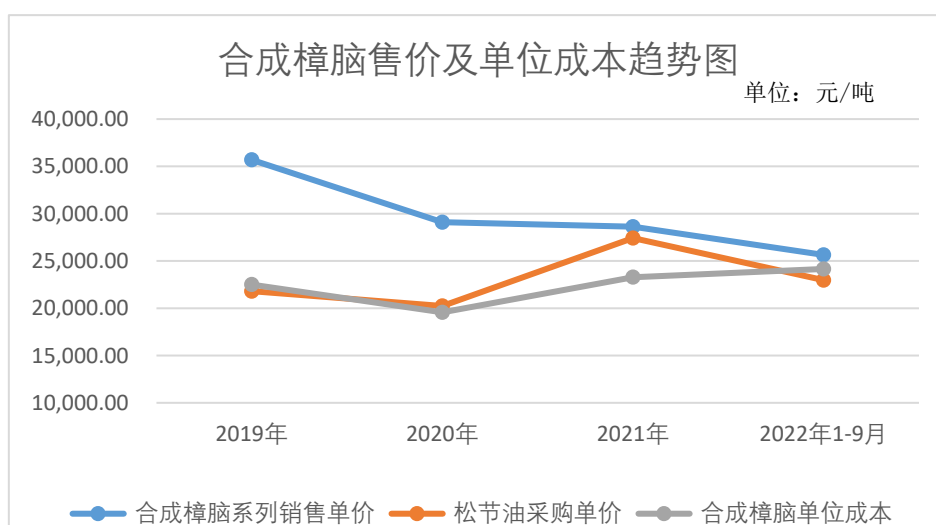
报告期各期，公司松节油深加工业务综合毛利率分别为 36.49%、33.09%、18.45%、6.12%，毛利率呈现持续下降的趋势，主要系行业周期及市场竞争导致的产品销售价格和原材料采购价格变动所致。松节油深加工业务的原材料成本占比超过 90%，而其最核心的原材料松节油的价格在 2020 年触达低谷后快速回升，目前价格仍处于较高位，详见下图松节油指数。



数据来源：松香网

2021年，公司松节油深加工业务毛利率为18.45%，同比下降14.64个百分点；2022年1-9月，公司松节油深加工业务毛利率进一步下降至6.12%，主要受行业景气度下行及市场竞争的影响，2021年以来公司主要原材料松节油采购价格上涨，加上主要产品合成樟脑系列销售价格的持续下降，导致了公司2021年以来松节油深加工业务销售毛利率的持续下滑。

2019-2022年9月，公司合成樟脑系列产品销售价格及单位成本，以及原材料松节油的采购价格趋势情况如下：



由上图可见，公司松节油采购单价2021年快速上涨，2022年1-9月采购单价虽然有所回落，但由于松节油采购备货等原因，原材料采购价格对单位成本的影响具有一定滞后性，导致公司2021年以来合成樟脑的单位成本持续上涨，再叠加合成樟脑的销售价格的持续下降，因此公司2021年以来合成樟脑的销售毛利率持续下降；由于合成樟脑销售收入占比接近80%，最终导致了公司2021年以来松节油深加工业务的销售毛利率的持续下降。

(3) 公司已完成松节油深加工业务两家子公司的股权转让，未来不受松节油深加工业务影响

公司既定战略发展规划，深挖化妆品等大消费业务产业价值，将主要资源向化妆品、大消费业务方向聚焦。公司于2022年9月28日公告拟转让从事松节油深加工业务的青松化工、香港龙晟两家全资子公司100%股权并公开征集意向受让方。2022年10月31日、2022年11月17日，公司分别召开第四届董事

会第二十五次会议、2022 年第五次临时股东大会，决议同意公司将持有的两家全资子公司青松化工、香港龙晟 100%股权分别以人民币 25,600 万元、2,822.47 万元的价格转让给王义年先生，股权转让对价合计 28,422.47 万元。2022 年 10 月 31 日，公司、王义年先生及青松化工、香港龙晟签订了附生效条件的《股权转让协议》。

截至本募集说明书签署日，公司已收到全部股权转让款，交易双方已按照《股权转让协议》的约定完成了青松化工、香港龙晟两家公司 100%的股权转让事宜，公司不再持有青松化工、香港龙晟的股权，并因被动形成的财务资助尚未全部收回而成为青松化工股权质押权人。公司已完成松节油深加工业务两家子公司的股权转让，未来不受松节油深加工业务影响。

2、2021 年消毒湿巾及口罩产品市场供需平衡发生改变，销售数量和销售价格大幅下降，导致公司 2021 年化妆品业务收入下降；2022 年大消费及化妆品行业出现短暂不景气，导致公司 2022 年 1-9 月化妆品业务产品销量及营业收入下降

报告期各期，公司化妆品业务收入分别为：160,371.59 万元、267,047.64 万元、250,934.60 万元、146,276.84 万元。公司化妆品业务分产品类型销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	占比	2021 年度	占比	2020 年度	占比	2019 年度	占比
面膜系列	61,371.68	41.96%	102,471.39	40.84%	99,126.79	37.12%	83,431.10	52.02%
护肤系列	47,574.05	32.52%	72,707.68	28.97%	65,881.57	24.67%	42,159.14	26.29%
湿巾系列	27,045.11	18.49%	58,927.46	23.48%	66,128.00	24.76%	23,917.06	14.91%
其他产品系列	8,755.35	5.99%	13,226.33	5.27%	32,937.07	12.33%	9,681.23	6.04%
其他业务	1,530.64	1.05%	3,601.75	1.44%	2,974.21	1.11%	1,183.07	0.74%
合计	146,276.84	100.00%	250,934.60	100.00%	267,047.64	100.00%	160,371.59	100.00%

报告期各期，公司化妆品业务各个产品的销售数量和销售单价情况如下：

单位：万片、万支/100ml、元/片、元/支/100ml

项目	2022 年 1-9 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	销售数量	销售单价	销售数量	销售单价	销售数量	销售单价	销售数量	销售单价

项目	2022年1-9月		2021年		2020年		2019年	
	销售数量	销售单价	销售数量	销售单价	销售数量	销售单价	销售数量	销售单价
面膜系列	47,138.65	1.3019	78,601.42	1.3037	79,717.26	1.2435	72,472.74	1.1512
护肤系列	6,291.65	7.5615	11,109.04	6.5449	13,277.50	4.9619	8,969.31	4.7004
湿巾系列	414,068.76	0.0653	835,295.00	0.0705	862,297.07	0.0767	327,193.69	0.0731
其他产品系列	56,797.18	0.1542	113,213.07	0.1168	112,121.40	0.2938	67,000.80	0.1445

(1) 2021年，公司化妆品业务实现营业收入 250,934.60 万元，同比下降 16,113.04 万元，降幅 6.03%，其中：

面膜系列和护肤系列产品营业收入同比分别增长 3,344.60 万元、6,826.10 万元，增幅比例 3.37%、10.36%，主要系 2021 年第一季度消费市场短暂复苏，营业收入同比增长所致。

湿巾系列营业收入同比下降 7,200.54 万元，降幅 10.89%，主要受海外需求减弱、海运价格大幅上涨影响，国内湿巾出口整体大幅下滑，订单数量及出货平均单价均有所下滑，且部分湿巾生产后因海外客户要求暂缓提货暂未确认收入所致。

其他产品系列营业收入同比下降 19,710.74 万元，降幅 59.84%，主要系 2020 年初受疫情影响，2020 年公司新增口罩产能并获得大量订单，2020 年实现口罩收入 24,718.36 万元；2021 年度因全球口罩产能过剩，口罩销量大幅萎缩、价格回落，导致仅实现口罩营业收入 1,084.46 万元，同比减少 23,633.91 万元，减幅 95.61%所致。

(2) 2022 年 1-9 月，公司化妆品业务实现营业收入 146,276.84 万元，同比下降 17.88%。

公司化妆品业务 2022 年 1-9 月与 2021 年 1-9 月的销售详细对比情况如下：

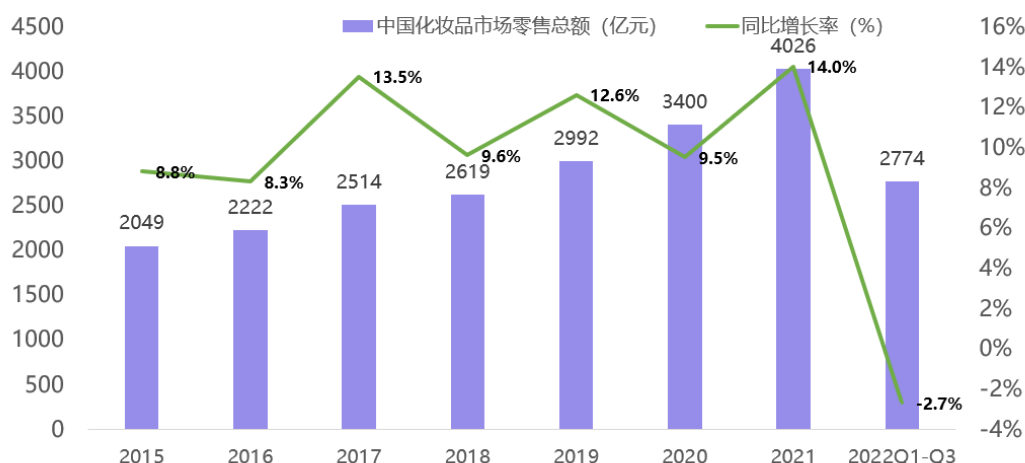
单位：万片、万支/100ml、元/片、元/支/100ml

产品分类	2022年1-9月			2021年1-9月			销售均价变动
	营业收入	销量	销售均价	营业收入	销量	销售均价	
面膜系列	61,371.68	47,138.65	1.3019	72,074.51	54,896.68	1.3129	-0.84%
护肤系列	47,574.05	6,291.65	7.5615	47,955.54	7,669.43	6.2528	20.93%
湿巾系列	27,045.11	414,068.76	0.0653	45,387.15	623,921.30	0.0727	-10.21%

产品分类	2022年1-9月			2021年1-9月			销售均价变动
	营业收入	销量	销售均价	营业收入	销量	销售均价	
其他系列	8,755.35	56,797.18	0.1542	10,184.44	74,446.94	0.1368	12.68%
其他业务	1,530.64	-	-	2,513.43	-	-	-
合计	146,276.84	-	-	178,115.07	-	-	-

2022年1-9月，公司面膜系列和护肤系列产品营业收入同比分别下滑14.85%、0.80%，主要系受疫情影响化妆品零售市场销售额由前期高增长转为负增长；同时，面膜品类在经历20多年高增长后迎来消费需求迭代，根据北京欧特欧国际咨询有限公司数据显示，2022年滚动年7月面膜销售额为376.6亿元，同比下滑11.13%。同时受行业监管政策调整因素影响，市场产品备案数量明显下降，新品迭代速度降低，面膜消费需求受到抑制。

2015-2022年Q1-Q3中国化妆品类零售总额（亿元）



2022年前三季度，国内社会消费品零售总额320,305亿元，同比增长0.7%。其中，化妆品零售总额为2,774亿元，同比下降2.7%。

2022年1-9月，公司湿巾系列产品营业收入同比下滑40.41%，主要系报告期内海外疫情形势变化导致市场对湿巾产品需求减弱，同时由于前期主要客户库存较大，加上海运价格仍维持相对高位，导致湿巾出口订单大幅下滑，订单数量及产品单价均有所下降。根据海关数据显示，2022年1-9月，国内消毒湿巾出口金额下降26.1%，数量下降42.8%。此外，部分湿巾生产后海外客户暂缓提货暂未确认收入。

2022年1-9月，其它系列的营业收入同比下降14.03%，主要系市场需求减弱，公司口罩、无纺布裁片的销售数量大幅下降所致。

3、2021年以来，公司内外部多重短暂不利因素导致化妆品业务毛利率持续下降

报告期各期，公司化妆品业务分产品类别的收入、成本及毛利率情况如下：

单位：万元

产品类型	2022年1-9月			2021年		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
面膜系列	61,371.68	59,676.13	2.76%	102,471.39	90,470.01	11.71%
护肤系列	47,574.05	46,179.74	2.93%	72,707.68	67,137.95	7.66%
湿巾系列	27,045.11	25,776.05	4.69%	58,927.46	53,357.02	9.45%
其他产品系列	8,755.35	7,491.82	14.43%	13,226.33	11,459.79	13.36%
其他业务	1,530.64	738.45	51.76%	3,601.75	2,318.75	35.62%
合计	146,276.84	139,862.19	4.39%	250,934.60	224,743.51	10.44%

(续)

产品类型	2020年			2019年		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
面膜系列	99,126.79	75,731.70	23.60%	83,431.10	58,734.82	29.60%
护肤系列	65,881.57	52,719.69	19.98%	42,159.14	31,045.26	26.36%
湿巾系列	66,128.00	52,289.53	20.93%	23,917.06	19,031.73	20.43%
其他产品系列	32,937.07	24,048.23	26.99%	9,681.23	7,632.27	21.16%
其他业务	2,974.21	2,560.66	13.90%	1,183.07	650.73	45.00%
合计	267,047.64	207,349.81	22.35%	160,371.59	117,094.80	26.99%

报告期各期，公司化妆品业务综合毛利率分别为26.99%、22.35%、10.44%、4.39%。

(1) 公司2021年化妆品业务综合毛利率较2020年下降11.91个百分点，下降幅度较大，具体情况如下：

2021年化妆品业务各产品类型的销售单价、单位成本等与2020年的比较情况如下：

单位：元/片、元/支/100ml

产品类型	销量单位	2021年					2020年			
		销售单价	单价变动	单位成本	单成变动	毛利率	销量变动	销售单价	单位成本	毛利率
面膜系列	片	1.3037	4.84%	1.1510	21.16%	11.71%	-1.40%	1.2435	0.9500	23.60%
护肤系列	支/100ml	6.5449	31.90%	6.0435	52.21%	7.66%	-16.33%	4.9619	3.9706	19.98%
湿巾系列	片	0.0705	-8.01%	0.0639	5.34%	9.45%	-3.13%	0.0767	0.0606	20.93%
其他产品系列		0.1168	-60.23%	0.1010	-52.81%	13.36%	0.97%	0.2938	0.2145	26.99%

1) 受市场供需平衡关系影响，消毒湿巾及口罩产品销售数量和销售价格大幅下降

2020年受新冠疫情的影响，口罩及消毒湿巾产品曾一度供不应求，产品价格高企；但随着市场需求的减弱、市场供应量的增加，公司2021年以来口罩及消毒湿巾的销售数量和销售价格均出现较大幅下降，导致公司2021年湿巾系列产品平均销售单价同比下降8.01%、其他产品系列（主要为无纺布裁片、口罩）平均销售单价同比下降60.23%，因此公司2021年湿巾系列、其他产品系列毛利率大幅下降。

2) 受大宗商品价格上涨、部分供应链紧张等影响，公司主要原材料的采购价格上涨明显

报告期各期，公司化妆品业务采购的包装材料和化工原料占采购总额的比例超过70%。受大宗商品价格上涨、部分供应链紧张等因素影响，公司化妆品业务采购的主要化工原料和包装材料的价格总体呈增长趋势，具体如下：

主要原料	2021年度			2020年度	
	采购额占采购总额的比例	2021年平均价格	价格变动幅度	采购额占采购总额的比例	2020年平均价格
包装材料（元/件）	43.59%	0.29	7.41%	43.74%	0.27
化学原料（万元/吨）	31.05%	5.62	5.64%	28.50%	5.32
无纺布纤维（万元/吨）	24.78%	2.07	-4.17%	27.51%	2.16

由上表可见，公司化妆品业务中的包装材料2021年平均采购价格较2020年上涨7.41%、化学原料2021年平均采购价格较2020年上涨5.64%，涨幅较大。

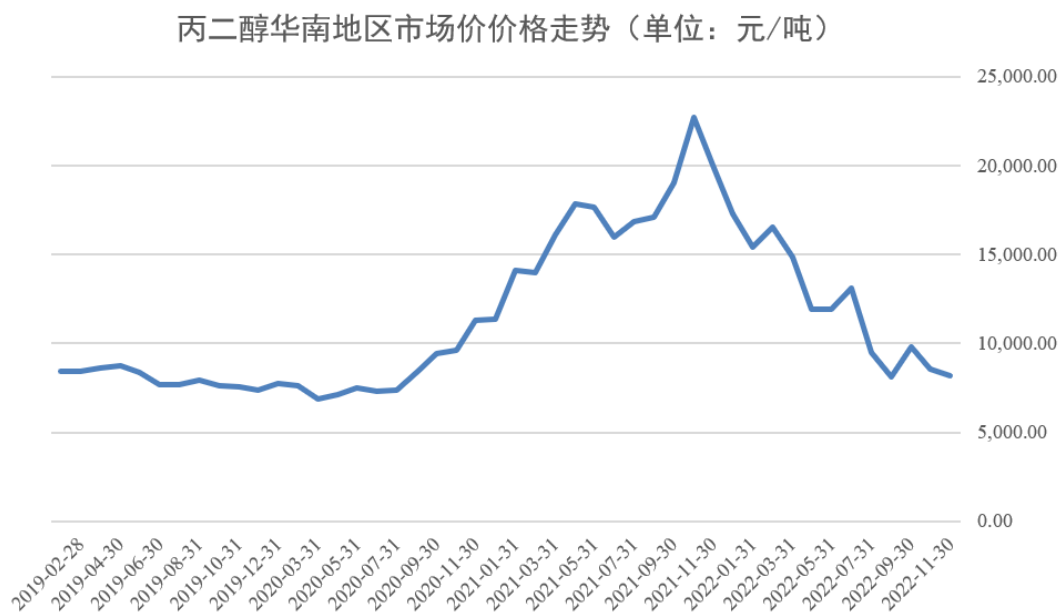
公司化妆品业务中的包材、化工原料采购价格上涨的趋势与该等商品的市

场价格变动趋势基本一致，具体如下：

①公司采购的化工原料主要包括甘油、丙二醇等大宗商品，其市场价格走势具体如下：



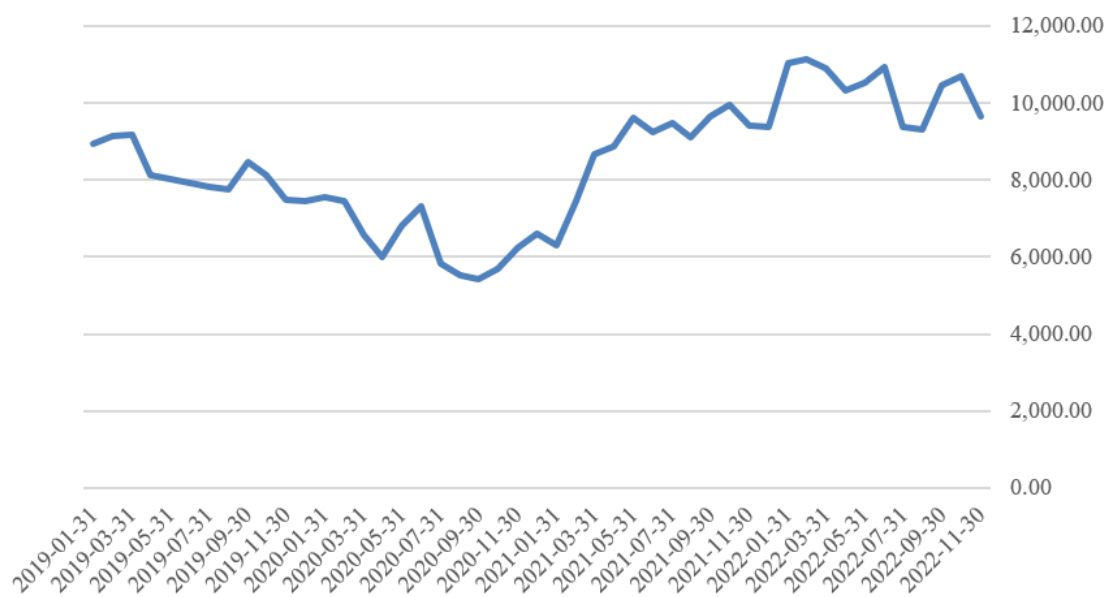
数据来源：海关总署、iFinD



数据来源：海关总署、iFinD

②公司采购的化工原料对羟基苯乙酮主要以苯酚作为原料，苯酚大宗商品的价格走势如下：

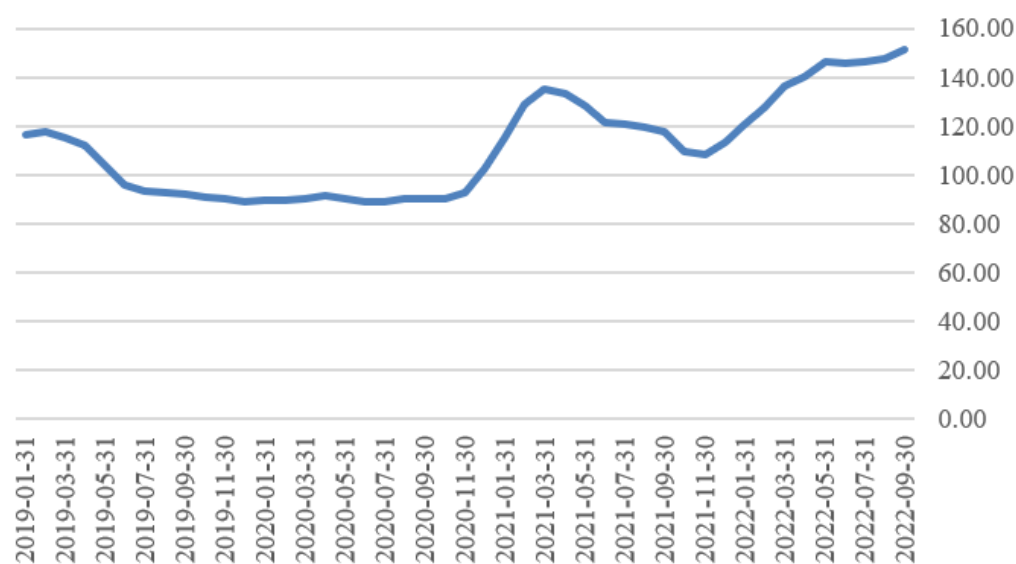
苯酚华南地区市场价（单位：元/吨）



数据来源：iFinD

③公司采购的包装材料主要为纸箱、铝箔袋等，主要受纸浆、铝等大宗商品价格的影响，具体如下：

纸浆价格指数



数据来源：中国造纸协会、iFinD

现货价:铝



数据来源：iFinD

3) 生产线改扩建陆续投产，但订单不及预期导致产能利用率较低，新增折旧摊销及扩充人员提高了单位成本

①公司按照既定的发展规划和经营目标，在收购诺斯贝尔后，积极布局化妆品业务，化妆品生产线改扩建项目陆续建成投产，长期资产折旧和摊销以及租金支出等同比较大幅度增长，导致单位成本同比增加。

公司化妆品业务 2021 年度新增投产的产线情况如下：

A.广东诺斯贝尔健康护理用品有限公司扩建项目一期新增 14 条护肤品生产线（10 条膏霜生产线，4 条水乳生产线），年产量 9,470 吨/年。二期新增 39 条湿巾生产线，年产量 192 亿片；1 条冻干面膜生产线，年产量 6,000 万片；1 条泡泡巾生产线，年产量 1.14 亿片。一期项目于 2021 年 3 月 13 日通过竣工环境保护验收；二期于 2021 年 3 月 30 日通过竣工环境保护验收。

B.诺斯贝尔化妆品股份有限公司改扩建项目：淘汰中央厂区 C 栋厂房 1 层的 10 条护肤品生产线，在中央厂区 C 栋厂房 1 层新增乳化机组 13 套，精华液年产量增加 24,000 吨。该项目已于 2021 年 4 月 17 日通过竣工环境保护验收。

C.诺斯贝尔中央工厂新增 8 条护肤品灌装包装生产线，并于 2021 年 5 月 15 日建成投产。

D.2021 年，诺斯贝尔新增 3 套真空乳化机组，新增 4 条手足膜生产线、3 条护肤品灌装包装生产线、4 条泡罩生产线、4 条唇膏生产线和 1 条次抛产品的 BFS 吹灌封一体生产线。

E.2021 年，诺斯贝尔下属全资子公司诺斯贝尔健康护理新增 5 条湿巾灌装包装生产线。

诺斯贝尔 2020-2021 年资产折旧、长摊摊销及租金支出对比情况如下：

单位：万元、%

成本/费用项目	2021 年度	2020 年度	增长金额	增长率
折旧	7,468.41	5,688.74	1,779.67	31.28
长摊摊销	6,522.16	3,777.85	2,744.31	72.64
租金及仓储服务费	6,630.52	5,748.72	881.80	15.34
合计	20,621.09	15,215.31	5,405.78	35.53

如上表所示，诺斯贝尔 2021 年资产折旧、长摊摊销及租金支出合计较 2020 年增加 5,405.78 万元，增幅 35.53%，导致其 2021 年制造费用大幅增加，从而抬升了单位成本。

②为匹配新增产能，并基于对 2021 年度订单较为乐观的预估，诺斯贝尔在 2021 年初开始大规模招聘员工，员工数量同比较大大幅度增加。同时由于 2021 年一季度用工相对紧缺，公司在 2021 年提高了一线员工及部分办公室员工薪酬及补贴待遇，使得 2021 年化妆品业务用工成本大幅增加，在 2021 年各主要产品系列（如面膜系列、护肤系列、湿巾系列）销量均出现下滑的情况下，当期营业成本中的人工成本还增加了 4,498.57 万元，增幅 13.23%，因此导致了 2021 年各类产品的单位成本同比增加、毛利率下降。

诺斯贝尔 2020-2021 年各季度平均在职人数对比见下表：

单位：人

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	平均人数
2020 年季度平均人数	5,495	8,023	7,722	7,320	7,140
2021 年季度平均人数	7,622	9,652	8,366	7,624	8,316
人数同比增长	2,127	1,629	644	304	1,176

③2021 年度化妆品业务订单不及预期，2021 年面膜系列销量同比下降

1.40%、护肤系列销量同比下降 16.33%、湿巾系列同比下降 3.13%，既影响营收规模，也导致新增产能无法快速释放并形成规模效益，产能利用率较低，抬升了产品单位成本。

公司化妆品业务 2021 年主要产品产能利用率与 2020 年的对比情况如下：

产品	单位	2021 年		2020 年	
		产能	产能利用率	产能	产能利用率
面膜系列	万片	213,400.00	38.54%	196,500.00	41.03%
护肤品系列	万支 /100ml	28,447.14	38.04%	18,950.00	76.30%
湿巾系列	万片	2,604,069.00	36.24%	1,220,000.00	73.46%

由上表可见，随着 2021 年新增产能的陆续投产，2021 年的产能利用率明显低于 2020 年。

(2) 公司 2022 年 1-9 月化妆品业务综合毛利率较 2021 年同期下降 8.25 个百分点，下降幅度较大，具体情况如下：

单位：万元

产品分类	2022 年 1-9 月			2021 年 1-9 月			毛利率同比增减
	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率	
面膜系列	61,371.68	59,676.13	2.76%	72,074.51	61,986.06	14.00%	-11.23%
护肤系列	47,574.05	46,179.74	2.93%	47,955.54	42,888.80	10.57%	-7.63%
湿巾系列	27,045.11	25,776.05	4.69%	45,387.15	40,266.05	11.28%	-6.59%
其他系列	8,755.35	7,491.82	14.43%	10,184.44	8,725.52	14.32%	0.11%
其他业务收入	1,530.64	738.45	51.76%	2,513.43	1,735.06	30.97%	20.79%
合计	146,276.84	139,862.19	4.39%	178,115.07	155,601.49	12.64%	-8.25%

由上表可知，化妆品业务 2022 年 1-9 月综合毛利率为 4.39%，较 2021 年同期下降 8.25 个百分点，具体原因如下：

1) 2022 年大消费及化妆品行业出现短暂不景气，导致面膜系列部分产品单价下降；叠加海外需求趋于饱和，湿巾系列产品出现量价齐跌的状况

2022 年以来，受疫情影响化妆品零售市场销售额由前期高增长转为负增长；同时，面膜品类在经历 20 多年高增长后迎来消费需求迭代，根据北京欧特欧国际咨询有限公司数据显示，2022 年滚动年 7 月面膜销售额为 376.6 亿元，同比

下滑 11.13%。同时受行业监管政策调整因素影响，市场产品备案数量明显下降，新品迭代速度降低，面膜消费需求受到抑制。

2022 年 1-9 月，面膜系列和湿巾系列产品销售占比分别为 41.96%、18.49%，面膜系列和湿巾系列产品销售单价较上年同期分别下降 0.011 元/片、0.0074 元/片，降幅比率分别为 0.84%、10.21%，从而导致化妆品业务整体的综合毛利率较上年同期大幅下滑。

2) 2021 年生产线改扩建项目建成投产导致 2022 年折旧摊销进一步增加，而产能利用率未有大幅提升，导致 2022 年单位成本进一步提升

由于 2021 年产线改扩建项目的建成投产并开始折旧摊销时点在 2021 年中，2021 年 1-9 月并未有完整的 9 个月的折旧摊销期间，而 2022 年 1-9 月基本为完整的 9 个月的折旧摊销期间，因此导致 2022 年 1-9 月的折旧摊销及租金等固定费用增长并导致营业成本构成中的制造费用较上年同期增加 8,108.88 万元，增长比例 42.50%，而本期销量较上年同期下降 24.54%，从而导致产品单位成本较上年同期大幅增长。

化妆品业务 2022 年 1-9 月的营业成本构成及同比情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月			2021 年 1-9 月			占营业成本比重同比增减	占营业收入比重同比增减
	发生额	占营业成本比重	占营业收入比重	发生额	占营业成本比重	占营业收入比重		
原材料	93,607.50	66.93%	63.99%	108,179.86	69.52%	60.74%	-2.59%	3.26%
人工成本	18,997.50	13.58%	12.99%	28,342.20	18.21%	15.91%	-4.63%	-2.92%
制造费用	27,257.19	19.49%	18.63%	19,079.44	12.26%	10.71%	7.23%	7.92%
合计	139,862.19	100.00%	95.61%	155,601.49	100.00%	87.36%	-	8.25%

3) 受大宗商品价格上涨、部分供应链紧张等影响，2022 年公司部分原材料的采购价格继续上涨，导致单位成本上涨

2022 年 1-9 月，原材料占营业收入比重为 63.99%，较上年同期增长 3.26 个百分点。2021 年以来，受大宗商品价格上涨、供应链缺货等因素影响，公司部分主要材料的采购成本仍呈增长趋势，导致 2022 年 1-9 月较上年同期原材料成本增长，进而导致单位成本上涨，总体毛利率下滑。

4、2021 年以来计提了较大额的商誉减值、固定资产减值、存货跌价准备等

商誉减值：2021 年、2022 年 1-9 月，由于受疫情、宏观经济、行业市场等因素影响，诺斯贝尔订单及营收不及预期，同时也导致新增产能无法快速释放及形成规模效益；另外，受大宗商品价格上涨、部分供应链紧张等影响，公司主要材料的采购价格上涨明显，抬升了产品单位成本，导致诺斯贝尔 2021 年度、2022 年 1-9 月销售毛利率和经营业绩大幅下滑。2021 年末，2022 年 9 月末，公司经对商誉进行减值测试后分别计提了商誉减值准备 91,343.05 万元、45,270.37 万元；截至 2022 年 9 月末，公司商誉账面价值为零。

固定资产减值：2021 年度，诺斯贝尔 2020 年初因疫情原因新增口罩生产线，2021 年因全球口罩产能过剩，诺斯贝尔口罩销量大幅缩、价格回落，因此 2021 年末口罩生产线计提减值 2,053.37 万元；2022 年 1-9 月，青松化工的樟脑三产线资产组在当前存在生产技术以及产品质量问题无法克服，管理层委托评估机构进行减值测试后计提固定资产减值损失 4,834.50 万元。

存货跌价准备：由于新增产能备货等影响，2021 年末公司存货账面价值较 2020 年末增加 31,124.90 万元，增幅 41.25%，增幅较大，并导致当期计提了较大额的存货跌价准备 3,012.36 万元；2022 年 9 月末，存货余额有所降低，但当期亦净计提了存货跌价准备 436.82 万元。

综上，公司 2021 年、2022 年 1-9 月经营业绩同比下滑的原因为：（1）松节油深加工业务受行业景气度下行及市场竞争的影响，产品销售价格持续走低，而主要原材料采购价格波动上涨，导致公司营业收入及毛利率持续下降，但公司已完成松节油深加工业务两家子公司的股权转让，公司未来不受松节油深加工业务影响；（2）2021 年消毒湿巾及口罩产品市场供需平衡发生改变，产品销售数量和销售价格大幅下降，导致公司 2021 年化妆品业务收入下降；2022 年大消费及化妆品行业出现短暂不景气，导致公司 2022 年 1-9 月化妆品业务产品销量及营业收入下降；（3）2021 年以来，公司内外部多重短暂不利因素导致化妆品业务毛利率持续下降，包括 1）2021 年受市场供需平衡关系影响，消毒湿巾及口罩产品销售数量和销售价格大幅下降；受大宗商品价格上涨、部分供应链紧张等影响，公司主要材料的采购价格上涨明显；生产线改扩建陆续投

产，但订单不及预期导致产能利用率较低，新增折旧摊销及扩充人员提高了单位成本，综合导致公司 2021 年化妆品业务综合毛利率较 2020 年下降 11.91 个百分点，下降幅度较大；2) 2022 年大消费及化妆品行业出现短暂不景气，导致面膜系列部分产品单价下降，叠加海外需求趋于饱和，湿巾系列产品出现量价齐跌的状况；2021 年生产线改扩建项目建成投产导致 2022 年折旧摊销进一步增加，而产能利用率未有大幅提升，导致 2022 年单位成本进一步提升；受大宗商品价格上涨、部分供应链紧张等影响，2022 年公司部分原材料的采购价格继续上涨，导致单位成本上涨；综合导致公司 2022 年 1-9 月化妆品业务综合毛利率较 2021 年同期下降 8.25 个百分点，下降幅度较大；（4）2021 年以来计提了较大额的商誉减值、固定资产减值、存货跌价准备等；综上，公司 2021 年、2022 年 1-9 月经营业绩同比下滑具有合理性。

（二）与同行业可比公司分析

报告期内，公司主要业务为化妆品业务及松节油深加工业务，其中化妆品业务营业收入占比接近 70%，同行业上市公司未有完全与公司业务相同的可比公司。故选取具有相似主营业务——化妆品 ODM 的上市（公众）公司，包括嘉亨家化（300955）、洁雅股份（301108）、安特股份（871692）、芭薇股份（837023）作为同行业可比公司。

报告期内，同行业可比公司的营业收入及增长率、净利润及增长率的情况如下：

单位：万元

公司	项目	2022年 1-9月	20221年	2020年	2019年
芭薇股份 (837023)	营业收入	19,071.14	41,558.88	31,404.27	23,212.99
	营业收入增长率	7.23%	32.34%	35.29%	0.68%
	营业成本	13,899.19	29,369.58	21,679.13	14,875.14
	毛利率	27.12%	29.33%	30.97%	35.92%
	净利润	240.91	2,137.45	2,835.67	2,084.99
	扣非后归母净利润	120.46	2,051.28	2,572.24	1,727.65
	扣非后归母净利润 增长率	-88.53%	-20.25%	48.89%	-17.33%
安特股份	营业收入	5,750.80	11,104.77	8,141.12	8,062.35

公司	项目	2022年 1-9月	2021年	2020年	2019年
(871692)	营业收入增长率	36.84%	36.40%	0.98%	-26.64%
	营业成本	4,642.20	9,206.64	6,291.81	6,836.24
	毛利率	19.28%	17.09%	22.72%	15.21%
	净利润	-165.36	-206.64	186.08	-748.53
	扣非后归母净利润	-156.53	-209.29	220.67	-840.97
	扣非后归母净利润增长率	56.28%	-194.84%	-126.24%	-2300.92%
嘉亨家化 (300955)	营业收入	76,295.43	116,129.52	96,860.63	78,565.86
	营业收入增长率	-8.29%	19.89%	23.29%	9.42%
	营业成本	58,663.35	88,520.04	72,390.93	55,984.58
	毛利率	23.11%	23.77%	25.26%	28.74%
	净利润	4,829.55	9,716.93	9,341.15	6,332.60
	扣非后归母净利润	4,655.42	9,427.64	9,074.44	6,227.76
	扣非后归母净利润增长率	-25.98%	3.89%	45.71%	50.07%
洁雅股份 (301108)	营业收入	52,564.21	98,444.87	74,301.05	27,743.03
	营业收入增长率	-35.46%	32.49%	167.82%	-1.98%
	营业成本	35,103.19	66,120.15	47,709.46	17,603.44
	毛利率	33.22%	32.84%	35.79%	36.55%
	净利润	14,821.68	25,185.39	20,706.26	7,857.42
	扣非后归母净利润	12,558.57	21,022.13	17,194.99	5,913.20
	扣非后归母净利润增长率	-30.13%	22.26%	190.79%	15.47%
营业收入增长率算术平均值		-12.17%	28.24%	75.46%	2.71%
扣非后归母净利润增长率算术平均值		-48.21%	1.97%	95.13%	16.07%
青松股份营业收入增长率		-19.61%	-4.44%	32.90%	104.57%
青松股份扣非后归母净利润增长率		-680.83%	-301.82%	5.09%	6.24%
青松股份剔除商誉减值并扣非后归母净利润增长率		-284.23%	-100.35%	5.09%	6.24%

注：由于安特股份（871692）规模较小，且报告各期数据及比例波动过大，因此计算平均值时将其剔除。

1、2021年度，公司营业收入较2020年下降4.44%，其中化妆品业务、松节油深加工业务的降幅分别为6.03%、0.87%。

公司化妆品业务2021年度收入同比下降6.03%，主要系2021年市场需求

减弱、市场供应量增加，公司 2021 年口罩及消毒湿巾产品的销售数量和销售价格均出现较大幅度下降，因此导致销售收入较大幅度下降所致。

公司松节油深加工业务 2021 年度收入同比下降 0.87%，降幅较小，主要系产品销售数量和销售价格综合变动的影响。

2021 年度同行业可比公司的营业收入增长率算术平均值为 28.24%，明显低于 2020 年的 75.46%。公司 2021 年营业收入下降的趋势整体上与同行业可比公司营业收入增长率大幅减少的趋势具有一致性，具有合理性。

2、2021 年度，由于经商誉减值测试，公司对收购诺斯贝尔产生的商誉计提了商誉减值准备 91,343.05 万元，所以公司当期净利润呈现较大额亏损。2021 年，公司扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者的净利润、剔除商誉减值且扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者的净利润分别同比下降 301.82%、100.35%；同行业可比公司扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者的净利润增长率算术平均值为 1.97%，明显低于 2020 年的 95.13%。公司 2021 年净利润下降的原因详见前文分析，公司净利润下降的趋势整体上与同行业可比公司净利润增长率大幅减少的趋势具有一致性，具有合理性。

3、2022 年 1-9 月，公司营业收入较去年同期减少 19.61%，主要系：（1）2022 年大消费行业不景气、我国化妆品行业消费出现短暂的负增长，公司化妆品业务部分产品销售价格和数量下降，并导致公司化妆品业务收入整体下降 17.88%；（2）受行业景气度下行及市场竞争的影响，公司松节油深加工业务收入大幅下降 23.11%。2022 年 1-9 月，同行业可比公司营业收入增长率算术平均值为-12.17%，公司营业收入下降的趋势与同行业可比公司基本一致。

4、2022 年 1-9 月，由于经商誉减值测试，公司对收购诺斯贝尔产生的商誉计提了商誉减值准备 45,270.37 万元，所以公司当期净利润呈现较大额亏损。2022 年 1-9 月，公司扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者的净利润、剔除商誉减值且扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者的净利润分别同比下降 680.83%、284.23%；同行业可比公司扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者的净利润增长率算术平均值为-48.21%；公司 2022 年 1-9 月净利润下降的原因详见前文分析，公司净利润下降的趋势整体上与同行业可比公司具有一致

性，具有合理性。

综上，同行业可比公司最近一年及一期的营业收入及业绩亦出现了增速大幅下滑、以及较大幅度下降的趋势，公司最近一年及一期的营业收入及业绩下滑的趋势整体上与同行业可比公司具有一致性，相比具有合理性。

（三）最近一年及一期业绩下滑不利因素的持续性分析

公司最近一年及一期业绩下滑不利因素的持续性分析及公司正在采取的改善措施具体如下：

1、化妆品行业市场空间广阔，增速短暂下滑未改变长期增长趋势

经过 20 多年的迅猛发展，我国化妆品总体消费水平已超越欧盟、日本，仅次于美国，成为世界上化妆品第二消费大国。基于我国人口众多，人均消费水平还较低，还存在相当大的市场消费潜力，给化妆品企业带来很多发展机会。

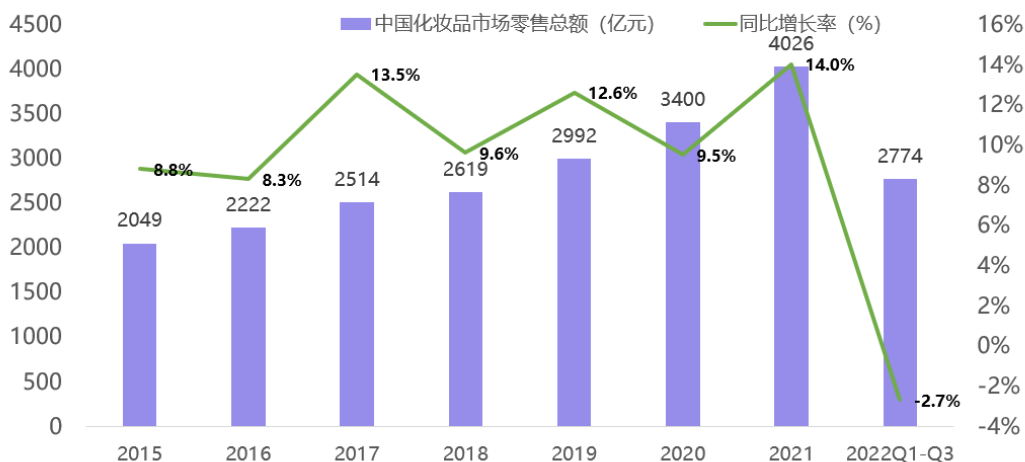
中国化妆品市场是全球最大的新兴市场，中国化妆品行业从小到大，由弱到强，从简单粗放到科技领先、集团化经营，全行业形成了初具规模、极富生机活力的产业大军。

中国化妆品行业天花板较高，市场规模仍有较大提升空间。对比美国、日本、韩国，中国化妆品的人均消费额较低，提升空间大。根据信息咨询机构 Euromonitor（欧睿国际）的研究数据显示，2021 年中国化妆品人均消费额为 62.9 美元，而美国/英国/日本/韩国的化妆品人均消费额约为 260-300 美元。

2015-2021 年，我国化妆品的消费规模从 2,049 亿元增长到 4,026 亿元，复合增长率达到 11.92%。受疫情及地缘政治危机影响，2022 年以来国内经济复苏节奏显著放缓，并伴随结构分化，其中消费市场影响较为严重。2022 年前三季度，国内社会消费品零售总额 320,305 亿元，同比增长 0.7%。其中，化妆品零售总额为 2,774 亿元，同比下降 2.7%。

2015-2022 年前三季度，化妆品类零售总额数据对比如下图表：

2015-2022年Q1-Q3中国化妆品类零售总额（亿元）



数据来源：国家统计局

随着疫情防控政策的放开、疫苗广泛应用以及治疗药品的面市应用，我国消费市场需求和景气度有望快速回暖；此外，随着国内年轻消费者占比提升、电商持续高增并渗透、高端品牌消费升级、短视频直播/网红带货火爆等有利因素将继续作用，推动化妆品高速增长的趋势不变。

根据 Euromonitor（欧睿国际）预计，2022-2026 年中国化妆品行业的 CAGR（复合年均增长率）为 7.8%，2026 年市场空间可达 8,443 亿元。

综上，化妆品行业虽然短期增速下滑，但预计长期高速增长的趋势不变。

2、公司化妆品业务生产规模位居全球前列，下游客户覆盖海内外知名品牌，未来订单及产能利用率有望提升、收入增速有望触底反弹

公司化妆品业务经 2021 年产线改扩建后，截至 2022 年 9 月 30 日，公司拥有面膜年产能 21.34 亿片，护肤品年产能 2,840 万升，湿巾年产能 260.41 亿片，产能超过大部分同行。前期由于新冠疫情、大消费行业不景气等影响，公司化妆品业务产能利用率在 50% 以下。

公司化妆品业务下游客户覆盖海内外知名品牌，产品远销全球多个国家和地区，长期为国内外众多知名品牌提供优质专业的服务。公司主要客户包括国际知名品牌、国内知名品牌、知名渠道商品品牌、社交电商品牌、新锐电商品牌、微商品牌等。国际知名品牌包括联合利华、宝洁、丝芙兰、屈臣氏、资生堂、

妮维雅、elf、滴露、GAMA、爱茉莉等；国内知名品牌包括上海家化、植物医生、自然堂、高姿、韩后、相宜本草、伊贝诗等；新锐电商品牌包括完美日记、花西子、肤漾、半亩花田、三草两木、纽西之谜、云集等。知名品牌对供应商筛选非常严格，并对优质供应商存在持续依赖，因而能够为公司化妆品业务未来订单的增长提供良好保证。

此外，公司通过加强研发部门与业务部门的协作，提高新品上市速度，积极拓展新客户资源和销售订单。2020年以来，公司新开发客户150多家，新开发客户产品销售金额8,250多万元。

未来，随着疫情防控政策的放开、化妆品行业消费重回高速增长，公司化妆品业务未来订单及产能利用率有望提升，收入增速有望触底反弹。

3、即使在现有产能利用率较低的情况下，公司化妆品业务亦有正向的经营 活动现金净流入，可维持持续正常经营

2021年、2022年1-9月，公司化妆品业务产能利用率相对不足，面膜系列产能利用率分别为38.54%、29.81%，护肤品系列产能利用率分别为38.04%、26.33%，湿巾系列产能利用率分别为36.24%、20.50%。

受化妆品业务ODM模式对产能较高的要求、公司各系列产品具体种类较多且部分种类无法共用设备产线、以及受气候和消费习惯的影响公司部分产品的生产和销售存在淡旺季区分等影响，公司报告各期产能利用率总体不高。此外，基于历史业绩长期增长和对市场乐观的预期，公司从2020年下半年开始投入了较大规模的化妆品生产线改扩建项目，使得公司2020年、2021年化妆品业务产能有了较大的提升；但由于宏观经济环境变动、行业增长趋势短暂向下等影响，自2021年以来公司化妆品业务既有客户及新增客户下单量不及预期，部分新品生产线投入后，产品尚需进一步市场推广，新增产能短期未能得到释放，因此导致了公司2021年以来的产能利用率的较低。

公司化妆品业务2021年以来即使产能利用率较低，但由于固定资产、长期待摊费用的折旧摊销虽然减少利润，但无现金流出，因此仍有正向的经营活动现金净流入，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年
净利润	-13,201.69	-5,514.31
加：长期资产折旧摊销	15,540.19	19,020.25
存货的减少	12,953.19	-22,805.18
经营性应收、应付项目的变动	-5,411.05	8,718.20
其他项目	191.93	4,000.60
经营活动产生的现金流量净额	10,072.57	3,419.56

注：以上数据取自公司子公司诺斯贝尔合并财务报表。

由上表可见，公司化妆品业务 2021 年以来长期资产折旧摊销金额较大，对净利润的影响亦较大，但由于无现金流出，因此公司化妆品业务仍有正向的经营活动现金净流入，可确保维持持续正常经营活动。

4、公司积极采取措施进一步优化生产经营管理，以实现降本增效

公司通过优化生产工序、精简人员，以提高生产和管理效率、降低生产成本。同时在消费市场未明显复苏前，采取较为保守的用工策略，在保证订单交付的情况下，节省用工成本。

公司化妆品业务 2022 年 1-9 月员工人数与上年同期情况见下表：

单位：人

项目	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	平均人数
2021年	6,710	6,710	9,441	10,070	9,729	9,155	8,596	8,282	8,219	8,546
2022年	6,282	5,674	5,941	5,768	5,390	5,103	5,163	5,164	5,220	5,523
同比变动	-428	-1,036	-3,500	-4,302	-4,339	-4,052	-3,433	-3,118	-2,999	-3,023

如上表，公司化妆品业务 2022 年 1-9 月同比减少的员工主要为生产部门员工。经统计，报告期内化妆品业务员工减少影响职工薪酬合计 12,731 万元。

5、公司已完成松节油深加工业务两家子公司的股权转让，未来不再受松节油深加工业务影响

截至本募集说明书签署日，公司已收到松节油深加工业务两家子公司股权转让的全部款项，交易双方已按照《股权转让协议》的约定完成了青松化工、香港龙晟两家公司 100% 的股权转让事宜，公司不再持有青松化工、香港龙晟的股权，并因被动形成的财务资助尚未全部收回而成为青松化工股权质押人。公

司已完成松节油深加工业务两家子公司的股权转让，公司不再经营松节油深加工业务，松节油深加工业务对公司业绩下滑的不利影响将消除。

综上，公司化妆品行业市场空间广阔，增速短暂下滑未改变长期增长趋势；公司化妆品业务生产规模位居全球前列，下游客户覆盖海内外知名品牌，未来订单及产能利用率有望提升、收入增速有望触底反弹；即使在现有产能利用率较低的情况下，公司化妆品业务亦有正向的经营活动现金净流入，可维持持续正常经营；公司积极采取措施进一步优化生产经营管理，以实现降本增效；公司已完成松节油深加工业务两家子公司的股权转让，公司不再经营松节油深加工业务，松节油深加工业务对公司业绩下滑的不利影响已消除，因此公司近一年及一期业绩下滑的不利影响因素预计不会长期持续，不会形成短期内不可逆转的下滑。

（四）结论

1、公司 2021 年、2022 年 1-9 月经营业绩同比下滑的原因为：1）松节油深加工业务受行业景气度下行及市场竞争的影响，产品销售价格持续走低，而主要原材料采购价格波动上涨，导致公司营业收入及毛利率持续下降，但公司已完成松节油深加工业务两家子公司的股权转让，未来不受松节油深加工业务影响；2）2021 年消毒湿巾及口罩产品市场供需平衡发生改变，产品销售数量和销售价格大幅下降，导致公司 2021 年化妆品业务收入下降；2022 年大消费及化妆品行业出现短暂不景气，导致公司 2022 年 1-9 月化妆品业务产品销量及营业收入下降；3）2021 年以来，公司内外部多重短暂不利因素导致化妆品业务毛利率持续下降，包括①2021 年受市场供需平衡关系影响，消毒湿巾及口罩产品销售数量和销售价格大幅下降；受大宗商品价格上涨、部分供应链紧张等影响，公司主要材料的采购价格上涨明显；生产线改扩建陆续投产，但订单不及预期导致产能利用率较低，新增折旧摊销及扩充人员提高了单位成本；综合导致公司 2021 年化妆品业务综合毛利率较 2020 年下降 11.91 个百分点，下降幅度较大；②2022 年大消费及化妆品行业出现短暂不景气，导致公司面膜系列部分产品单价下降，成本上升未能有效向下游传导，随着海外湿巾需求趋于饱和，湿巾产品出现量价齐跌的状况；2021 年生产线改扩建项目建成投产导致 2022 年折旧摊销进一步增加，而产能利用率未有大幅提升，导致 2022 年单位成本进

一步提升；受大宗商品价格上涨、部分供应链紧张等影响，2022 年公司部分原材料的采购价格继续上涨，导致单位成本上涨，以上综合导致公司 2022 年 1-9 月化妆品业务综合毛利率较 2021 年同期下降 8.25 个百分点，下降幅度较大；4) 2021 年以来计提了较大额的商誉减值、固定资产减值、存货跌价准备等；综上，公司 2021 年、2022 年 1-9 月经营业绩同比下滑具有合理性。

2、同行业可比公司最近一年及一期的营业收入及业绩亦出现了增速大幅下滑、以及较大幅度下降的趋势，公司最近一年及一期的营业收入及业绩下滑的趋势整体上与同行业可比公司具有一致性，相比具有合理性。

3、公司化妆品行业市场空间广阔，增速短暂下滑未改变长期增长趋势；公司化妆品业务生产规模位居全球前列，下游客户覆盖海内外知名品牌，未来订单及产能利用率有望提升、收入增速有望触底反弹；即使在现有产能利用率较低的情况下，公司化妆品业务亦有正向的经营活动现金净流入，可维持持续正常经营；公司积极采取措施进一步优化生产经营管理，以实现降本增效；公司已完成松节油深加工业务两家子公司的股权转让，公司将不再经营松节油深加工业务，松节油深加工业务对公司业绩下滑的不利影响将消除，因此公司近一年及一期业绩下滑的不利影响因素预计不会长期持续，不会形成短期内不可逆转的下滑。

第二节 本次发行股票方案概要

一、本次发行的背景和目的

（一）本次向特定对象发行的背景

1、化妆品行业市场空间广阔，市场容量和消费能力持续增长

经过 20 多年的迅猛发展，我国化妆品总体消费水平已超越欧盟、日本，仅次于美国，成为世界上化妆品第二消费大国。基于我国人口众多，人均消费水平还较低，还存在相当大的市场消费潜力，给化妆品企业带来很多发展机会。

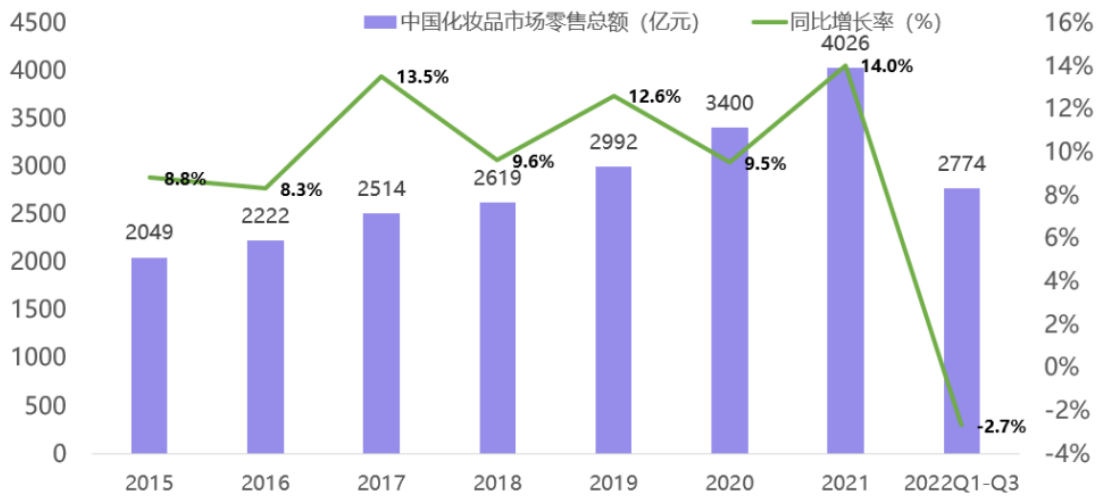
中国化妆品市场是全球最大的新兴市场，中国化妆品行业从小到大，由弱到强，从简单粗放到科技领先、集团化经营，全行业形成了初具规模、极富生机活力的产业大军。

中国化妆品行业天花板较高，市场规模仍有较大提升空间。对比美国、日本、韩国，中国化妆品的人均消费额较低，提升空间大。根据信息咨询机构 Euromonitor（欧睿国际）的研究数据显示，2021 年中国化妆品人均消费额为 62.9 美元，而美国/英国/日本/韩国的化妆品人均消费额约为 260-300 美元。

2015-2021 年，我国化妆品的消费规模从 2,049 亿元增长到 4,026 亿元，复合增长率达到 11.92%。受疫情及地缘政治危机影响，2022 年以来国内经济复苏节奏显著放缓，并伴随结构分化，其中消费市场影响较为严重。2022 年前三季度，国内社会消费品零售总额 320,305 亿元，同比增长 0.7%。其中，化妆品零售总额为 2,774 亿元，同比下降 2.7%。

2015-2022 年前三季度，化妆品类零售总额数据对比如下图表：

2015-2022年Q1-Q3中国化妆品类零售总额（亿元）



数据来源：国家统计局

随着疫情防控政策的放开、疫苗广泛应用以及治疗药品的面市应用，我国消费市场需求和景气度有望快速回暖；此外，随着国内年轻消费者占比提升、电商持续高增并渗透、高端品牌消费升级、短视频直播/网红带货火爆等有利因素将继续作用，推动化妆品高速增长的长期趋势不变。

根据 Euromonitor（欧睿国际）预计，2022-2026 年中国化妆品行业的复合年均增长率为 7.8%，2026 年市场空间可达 8,443 亿元。

2、销售渠道多元化健康发展助力化妆品行业发展

化妆品销售渠道主要包括电商平台、专营店、超市、商场、百货、药妆店、便利店、美容院等。近年来在网红经济、直播平台等带动下，居民化妆品消费意识增强，电商渠道交易规模迅速提升。根据 Euromonitor（欧睿国际）统计，化妆品电商渠道份额从 2010 年开始迅速提升，至 2020 年达 38%，已成为第一大销售渠道。电商等渠道催生的新兴化妆品品牌，其轻资产的运营方式及快速推出产品的需求，在供应链环节将更加依赖于有较强研发实力、稳定生产能力的制造商企业。下游终端流通市场的多元化健康发展有利于化妆品行业的发展并为其提供必要的渠道支撑。

3、国内化妆品企业逐渐崛起

目前国内获得化妆品生产许可证的企业已经有 5,700 多家，国产化妆品种类接近 50 万种。欧美及日韩等跨国企业在国内化妆品市场仍处于优势地位，以

化妆品市场份额最大的护肤品为例，Euromonitor（欧睿国际）的统计数据显示，2020年国内市场销售排名前20的企业市占率43.7%，其中跨国企业的市占率达30.5%。

与此同时，随着经济增长、国内消费者理念逐步成熟和本土审美元素的兴起，以及近年来电商渠道的快速发展，注重品牌策划、技术研发及市场营销的国内化妆品企业加大投入，依靠本土优势，逐步抢占跨国企业的市场份额。包括百雀羚、珀莱雅、薇诺娜、御泥坊、上海家化等本土化妆品品牌出现在化妆品国内市场占有率排名前20的名单中，且大都呈现上升趋势。国内本土化妆品企业通过更好地贴近国内消费者需求，了解国内消费者的消费偏好，精准的品牌定位，灵活的供应链管理，以及与日化专营店、电商等渠道的默契配合，提升品牌知名度和信任度，本土化妆品品牌有望保持持续稳定增长。

（二）本次向特定对象发行股票的目的

1、第一大股东及其一致行动人提高持股比例获得控制权，有利于发展战略的稳定，提高公司竞争力，维护全体股东利益

截至本募集说明书签署日，公司无控股股东和实际控制人，公司的发展缺乏强有力的引领和支持，经营业绩也承受较大压力。截至2022年9月30日，林世达先生100%控股的香港诺斯贝尔直接持有公司9.17%的股份，为公司第一大股东。林世达先生基于对上市公司未来发展的坚定信心，为支持上市公司业务发展所需资金，促进上市公司深挖化妆品、大消费业务产业价值，因此拟以现金认购本次向特定对象发行的股份。

本次发行完成后，林世达先生及其100%控股的香港诺斯贝尔合计持有上市公司股权的比例将不低于20.27%且不超过24.04%，林世达先生将成为上市公司控股股东、实际控制人。

公司控股股东、实际控制人的明确，有利于发展战略的稳定，为公司经营发展带来更多资源，提升公司在化妆品领域的竞争优势。此外，林世达先生通过现金认购公司本次向特定对象发行的股份，是其支持公司业务发展的重要举措，有利于提高公司竞争力，维护全体股东利益。

2、减轻财务负担，增强公司的盈利能力

近年来，公司通过收购诺斯贝尔，涉足化妆品、大消费领域，利用并购贷款及自筹资金支付并购款的现金对价，并使用自有资金和银行借款完成了化妆品业务的扩建项目。截至 2022 年 9 月末，公司一年内到期需要偿付的短期借款、一年内到期的非流动负债为 8.16 亿元，长期借款也达到 5.91 亿元，公司的长短期债务负担均较重。同时，公司有息负债余额较高，也导致利息负担较重，进而影响公司的利润水平，2021 年和 2022 年 1-9 月，公司实现的净利润分别为-91,234.76 万元和-65,607.98 万元，同期的利息费用分别为 4,448.36 万元和 4,839.62 万元，利息费用对公司净利润水平的影响较大。

本次募集资金扣除发行费用后全部用于补充流动资金和偿还银行贷款，可以减轻公司的债务负担，降低公司财务费用，进而增强公司的盈利能力。

3、优化资本结构，提高公司未来融资和抗风险能力

现阶段，公司通过银行贷款等债务融资方式的融资成本相对较高，且未来可新增的融资额度相对有限。虽然公司还本付息情况较好，但如果受国家宏观经济政策、法规、产业政策等不可控因素影响，公司经营情况、财务状况发生重大变化，公司仍存在授信额度收紧、融资成本大幅提高等流动性风险。公司化妆品业务长期向好，未来整体业务规模预计仍将持续增大，流动资金需求将保持持续增长。若公司后续业务发展所需资金完全借助银行贷款，一方面将导致公司的资产负债率攀升，加大公司的财务风险，另一方面较高的利息支出将会降低公司整体利润水平。

公司拟通过本次向特定对象发行股票募集资金，补充公司主营业务发展所需的营运资金，偿还部分银行贷款，有效降低公司财务费用，缓解偿债压力，优化公司资本结构，提高公司未来融资和抗风险能力，满足未来业务快速发展的资金需求。

二、发行对象及与发行人的关系

本次发行的发行对象林世达先生为公司董事；截至 2022 年 9 月 30 日，林世达先生 100%控股的香港诺斯贝尔直接持有公司 9.17%的股份，为公司第一大股东。因此，本次向特定对象发行股票构成关联交易。

三、本次发行方案概要

（一）发行股票的种类和面值

本次发行的股票种类为人民币普通股（A 股），每股面值为人民币 1.00 元。

（二）发行方式

本次发行采取向特定对象发行 A 股股票的方式，在经深交所审核通过以及获得中国证监会同意注册批复文件的有效期限内择机发行。

（三）发行对象及认购方式

本次向特定对象发行的发行对象为林世达先生。发行对象以现金方式认购本次向特定对象发行的股票。

（四）定价基准日、发行价格与定价原则

本次向特定对象发行股票的定价基准日为公司第四届董事会第二十二次会议决议公告日。本次向特定对象发行股票的发行价格为 4.45 元/股，不低于定价基准日前 20 个交易日股票交易均价的 80%。定价基准日前 20 个交易日股票交易均价=定价基准日前 20 个交易日股票交易总额/定价基准日前 20 个交易日股票交易总量。

若公司股票在定价基准日至发行日期间发生派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，本次发行价格将进行相应调整，调整方式如下：

派发现金股利： $P1=P0-D$

送股或转增股本： $P1=P0/(1+N)$

两项同时进行： $P1=(P0-D)/(1+N)$

其中，P0 为调整前发行价格，P1 为调整后发行价格，D 为每股派发现金股利，N 为每股送股或转增股本数。

（五）发行数量

本次向特定对象发行数量不低于 71,910,113 股（含本数）且不超过 101,123,595 股（含本数），不超过本次发行前公司总股本的 30%，最终发行股票数量将在本次发行经深交所审核通过并取得中国证监会同意注册的批复后，

由公司董事会根据公司股东大会的授权及发行时的实际情况，与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。

在定价基准日至发行日期间，若公司发生派息、送股、资本公积金转增股本、回购股份并注销等除权、除息事项，本次发行数量及发行对象认购本次向特定对象发行的股份数量将作相应调整。

（六）限售期安排

本次发行对象认购的本次向特定对象发行的股票自发行结束之日起 18 个月内不得转让。

本次向特定对象发行股票结束后，上述股份由于公司送红股、资本公积转增股本等原因增加的公司股份，亦应遵守上述限售期安排。法律法规对限售期另有规定的，依其规定。限售期届满后发行对象减持认购的本次向特定对象发行的股票须遵守中国证监会、深交所等监管部门的相关规定。

（七）募集资金用途

本次向特定对象发行股票的募集资金总额不低于 32,000.00 万元（含本数）且不超过 45,000.00 万元（含本数），扣除发行费用后全部用于补充流动资金和偿还银行贷款。

如本次向特定对象发行募集资金到账时间与公司实际偿还相应借款进度不一致，公司可以使用自有资金先行偿还，待本次向特定对象发行募集资金到账后予以置换，或对相关借款进行续借，待募集资金到账后再归还。在相关法律法规允许及公司股东大会决议授权范围内，公司董事会会有权对募集资金偿还的每笔借款及金额等具体使用安排进行确定或调整。

（八）本次向特定对象发行前公司滚存未分配利润的安排

本次向特定对象发行股票完成后，本次发行前滚存的未分配利润将由公司新老股东按发行后的股份比例共享。

（九）上市地点

本次向特定对象发行的股票将申请在深交所创业板上市交易。

（十）本次向特定对象发行股票决议的有效期

本次发行决议有效期为自公司股东大会审议通过本次向特定对象发行股票相关议案之日起 12 个月。

四、本次发行是否构成关联交易

本次发行的发行对象林世达先生为公司董事；截至 2022 年 9 月 30 日，林世达先生 100%控股的香港诺斯贝尔直接持有公司 9.17%的股份，为公司第一大股东。因此，本次向特定对象发行股票构成关联交易。

公司严格遵照法律法规以及公司内部规定履行关联交易的审批程序。独立董事对本次关联交易进行了事前审核并发表了事前认可意见和独立意见。公司董事会在表决本次向特定对象发行股票相关议案时，关联董事回避表决，相关议案由非关联董事表决通过。在股东大会审议本次向特定对象发行股票相关事项时，关联股东已对相关议案回避表决。

五、本次向特定对象发行是否导致公司控制权发生变化

截至 2022 年 9 月 30 日，林世达先生 100%控股的香港诺斯贝尔直接持有公司 9.17%的股份，为公司第一大股东。公司无控股股东及实际控制人。

本次向特定对象发行数量不低于 71,910,113 股（含本数）且不超过 101,123,595 股（含本数），由林世达先生 100%认购，不超过本次发行前公司总股本的 30%。

林世达、香港诺斯贝尔、吉安广佳于 2022 年 10 月 11 日出具书面文件，确认：“自本确认函签署之日起，2018 年 11 月由杨建新、山西广佳汇企业管理咨询有限公司、柯维龙、柯维新、林世达、香港诺斯贝尔签署的《关于本次交易完成后福建青松股份有限公司董事会人员具体提名安排的确认函》失效，不再对各方具有法律约束力，各方对终止该确认函所述事项无异议。”

吉安广佳于 2022 年 10 月 11 日出具书面文件，确认：“自本次发行完成之日起，本公司及本公司的一致行动人作为上市公司股东期间，不单独、联合、通过他人以接受委托行使表决权、征集投票权、签署一致行动协议等任何方式主动谋求上市公司的实际控制人地位，也不向上市公司提名或推荐董事、监事

和高级管理人员，并对第一大股东及其一致行动人提名的人选投赞成票。”

范展华实际控制的中山协诚通投资管理咨询有限公司和中山合富盈泰投资管理咨询有限公司已于 2018 年 11 月 8 日出具书面文件，承诺：“本人/本企业/本公司及其一致行动人、关联方作为上市公司股东期间，不向上市公司提名或推荐董事、监事和高级管理人员。”

广东维雅已于 2018 年 11 月 8 日出具书面文件，承诺：“作为上市公司股东期间，放弃所持上市公司股票所对应的提名权、提案权和在股东大会上的表决权，且不向上市公司提名、推荐任何董事人选。”

以公司截至 2022 年 9 月 30 日的前 10 大股东及其持股数据为基础，本次发行完成后，公司预计持股 1%以上的股东持股情况如下：

股东	本次发行前		本次发行后			
	持股数量 (股)	比例	发行下限		发行上限	
			持股数量 (股)	比例	持股数量 (股)	比例
林世达	-	-	71,910,113	12.22%	101,123,595	16.37%
香港诺斯贝尔	47,392,045	9.17%	47,392,045	8.05%	47,392,045	7.67%
林世达及其一致行动人持股	47,392,045	9.17%	119,302,158	20.27%	148,515,640	24.04%
吉安广佳	44,422,557	8.60%	44,422,557	7.55%	44,422,557	7.19%
范展华	11,332,803	2.19%	11,332,803	1.93%	11,332,803	1.83%
美好鑫星	7,565,337	1.46%	7,565,337	1.29%	7,565,337	1.22%
中欧基金	6,599,268	1.28%	6,599,268	1.12%	6,599,268	1.07%
广东维雅	6,025,900	1.17%	6,025,900	1.02%	6,025,900	0.98%

本次发行完成后，林世达先生与香港诺斯贝尔将合计持有公司不低于 119,302,158 股且不超过 148,515,640 股股票，占公司本次发行后总股本的比例不低于 20.27%且不超过 24.04%。同时，本次发行后第三大股东吉安广佳已承诺在本次发行完成后放弃向公司提名、推荐任何董事人选，第四大股东范展华、第七大股东广东维雅已于 2018 年放弃向公司提名、推荐任何董事人选，第五大股东美好鑫星和第六大股东中欧基金均系以财务投资为目的的证券投资基金产品，第八大及之后的股东因持股比例不足 1%，根据《公司章程》的约定均无权

单独提名董事候选人（包括独立董事候选人）。据此，本次发行完成后，林世达先生及其一致行动人香港诺斯贝尔作为公司第一大股东和第二大股东，能够决定公司董事会半数以上成员选任。

因此，本次发行完成后，公司控股股东、实际控制人将变更为林世达先生，本次发行将导致公司控制权发生变化。

六、本次发行不会导致公司股权分布不具备上市条件

本次发行不会导致公司股权分布不具备上市条件。

七、本次发行相关决策程序

（一）本次发行已取得的授权和批准

1、2022年10月11日，发行人召开第四届董事会第二十二次会议审议通过了本次发行相关文件。

2、2022年11月25日，发行人召开第四届董事会第二十六次会议审议通过了本次发行涉及管理层收购相关事项。

3、2022年12月15日，发行人召开2022年第六次临时股东大会，审议通过了公司本次向特定对象发行股票及管理层收购相关议案，并授权公司董事会办理本次向特定对象发行的相关事宜。

（二）本次发行尚需获得的授权、批准和核准

1、深交所审核并作出上市公司是否符合发行条件和信息披露要求的审核意见。

2、中国证监会对上市公司的注册申请作出注册或者不予注册的决定。

第三节 发行对象的基本情况及股份认购协议主要内容

一、发行对象基本情况

(一) 基本情况

林世达先生基本情况如下：

姓名	林世达
性别	男
国籍	中国香港
身份证号	D48**** (8)
大陆住所	佛山市顺德区碧桂园****街
通讯地址	佛山市顺德区碧桂园****街
通讯电话	0760-22515260
是否取得其他国家或者地区的居留权	否

(二) 最近五年主要任职情况

林世达先生最近五年内主要任职的企业和职务情况如下：

序号	企业名称	职务	任职时间	是否与所任职单位存在产权关系
1	香港诺斯贝尔	董事	2003 年至今	持股 100%
2	中山方原新材料有限公司	法定代表人	2023 年至今	持股 100%
3	青松股份	董事	2020 年至今	通过香港诺斯贝尔间接持股 9.17%
4	诺斯贝尔	董事长	2004 年至今	青松股份的全资子公司
5	广东诺斯贝尔健康护理用品有限公司	董事	2018 年至今	诺斯贝尔的全资子公司
6	中山诺斯贝尔日化制品有限公司	董事	2015 年至今	诺斯贝尔的全资子公司
7	诺斯贝尔(亚洲)有限公司	董事	2014 年至今	诺斯贝尔的全资子公司

(三) 主要控股企业基本情况

截至 2022 年 9 月 30 日，林世达先生 100%控股香港诺斯贝尔，香港诺斯贝尔为发行人第一大股东，持有发行人 9.17%股权。

（四）本募集说明书披露前 12 个月内重大交易情况

本募集说明书披露前 12 个月内林世达先生与公司之间的重大关联交易情况已进行相关信息披露。公司的各项关联交易均严格履行了必要的决策和披露程序，符合有关法律法规以及公司制度的规定。详细情况请参阅登载于指定信息披露媒体的有关定期报告及临时公告等信息披露文件。

（五）认购资金来源

林世达先生承诺用于认购本次向特定对象发行股份的资金为其自有或自筹资金，资金来源合法合规、不存在违反中国法律、法规及中国证监会规定的情形。不存在直接或间接使用上市公司资金的情形；不存在接受上市公司提供的财务资助、补偿、承诺收益或者其他协议安排的情形。

二、《附生效条件的股份认购协议》的内容摘要

（一）合同主体与签订时间

甲方：青松股份

乙方：林世达

签订时间：2022 年 10 月 11 日

（二）认购价格

1、甲方本次向特定对象发行的定价基准日为甲方第四届董事会第二十二次会议决议公告日（即 2022 年 10 月 11 日），定价基准日前二十个交易日甲方股票均价为人民币 5.55 元/股。经双方协商，本次向乙方发行股票的价格为人民币 4.45 元/股。

定价基准日前二十个交易日股票交易均价=定价基准日前二十个交易日股票交易总额/定价基准日前二十个交易日股票交易总量。

2、若甲方股票在定价基准日至发行日期间发生分红派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项，则本次向特定对象发行的数量、价格将作相应调整。价格调整方式如下：

派息/现金分红： $P1=P0-D$

送股或资本公积金转增股本： $P1=P0/(1+N)$

两项同时进行： $P1=(P0-D)/(1+N)$

其中： $P0$ 为调整前发行价格， D 为每股派息， N 为每股送股或转增股本数， $P1$ 为调整后发行价格。

在定价基准日至发行日期间，如中国证监会对发行价格进行政策调整的，则本次向特定对象发行的发行价格将做相应调整。

（三）认购数量及金额

1、乙方同意认购甲方本次向特定对象发行的全部股份，认购股票数量不低于 71,910,113 股（含本数）且不超过 101,123,595 股（含本数），认购金额不低于人民币 32,000 万元（含本数）且不超过人民币 45,000 万元（含本数）。如监管部门最终核准、注册的发行数量与前述认购数量不一致的，乙方认购数量以监管部门核准、注册的发行数量为准，同时认购金额作相应调整。

2、若甲方股票在定价基准日至发行日期间发生送股、资本公积金转增股本或监管要求事项，本次向特定对象发行数量将作相应调整。

3、甲方有权于本协议签署后根据其实际融资需求对本次发行的股份数量予以调整，乙方按照甲方董事会根据股东大会的授权于发行时根据实际情况与保荐机构（主承销商）协商确定最终发行数量认购本次发行的股票。

（四）认购方式

乙方以支付现金的方式参与本次向特定对象发行，在本协议约定的生效条件全部满足的前提下，乙方应在甲方本次向特定对象发行获得深交所核准、完成中国证监会注册批复的有效期内，按照甲方与保荐机构（主承销商）发出的认购款缴纳通知的要求，以现金方式一次性将全部认购款划入主承销商为本次向特定对象发行专门开立的账户，并在验资完毕、扣除发行费用后划入甲方募集资金专项存储账户。

（五）限售期

1、本次向特定对象发行完成后，乙方认购的本次向特定对象发行的股份自本次向特定对象发行结束之日起 18 个月内不得转让，法律法规、规范性文件对

限售期另有规定的，依其规定。

2、乙方基于本次向特定对象发行所取得甲方定向发行的股票因甲方分配股票股利、资本公积转增等情形所衍生取得的股票亦应遵守上述股票锁定安排。

3、乙方因本次向特定对象发行取得的甲方股份在限售期届满后减持还需遵守法律、法规、规章、规范性文件、证券交易所相关规则以及甲方《公司章程》的相关规定，上述股份如发生送股、资本公积金转增股本等事项，亦应遵守上述限售期安排。

（六）股份交割

乙方应按照本协议约定和认购款缴纳通知所述将本次向特定对象发行股份认购价款及时、足额地汇入主承销商为甲方本次向特定对象发行专门开立的银行账户。在乙方全额支付认购价款并验资完毕后，甲方将按规定为乙方认购的股票在登记结算公司办理股票登记手续。

（七）生效条件

甲乙双方同意并确认，除非甲乙双方另行同意明示放弃并为所适用的法律法规所允许，本协议的生效以下列全部条件的满足为前提：

- （1）本协议经乙方签字、甲方法定代表人或授权代表签字并加盖公章；
- （2）甲方董事会及股东大会审议通过本次向特定对象发行事项；
- （3）深交所审核通过本次向特定对象发行；
- （4）就本次向特定对象发行完成在中国证监会注册手续。

上述所列的协议生效条件全部满足之日为本协议的生效日。如上述条件未获满足且未被豁免，则本协议自始无效。

（八）违约责任

1、本协议项下任何一方不履行或不完全履行本协议规定的义务或违反本协议任何条款（包括但不限于违反其在本协议下作出的任何陈述、保证及承诺），经守约方书面要求改正而未及时有效采取措施改正的，应按照法律规定承担相应的违约责任。

2、如果一方违约而致使协议不能履行或不能完全履行时，则由此导致的损失由违约方承担；守约方有权要求违约方继续履行义务，并在要求期限内采取补救措施以保证认购协议的继续履行，同时违约方应当赔偿守约方因违约行为导致的损失。

3、对于上述第六条（生效条件）的约定，甲乙双方同意，本次向特定对象发行因任何原因未获有权部门批准/认可而导致本协议无法实施，甲乙双方互不承担任何责任。甲乙双方为本次向特定对象发行而发生的各项费用由双方各自承担。

第四节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析

一、本次募集资金使用计划

本次向特定对象发行股票的募集资金总额为不低于人民币 32,000 万元（含本数）且不超过人民币 45,000 万元（含本数），扣除发行费用后全部用于补充流动资金和偿还银行贷款。

如本次向特定对象发行募集资金到账时间与公司实际偿还相应借款进度不一致，公司可以使用自有资金先行偿还，待本次向特定对象发行募集资金到账后予以置换，或对相关借款进行续借，待募集资金到账后再归还。在相关法律法规允许及公司股东大会决议授权范围内，公司董事会对募集资金偿还的每笔借款及金额等具体使用安排进行确定或调整。

二、本次募集资金投资项目必要性与可行性分析

（一）本次募集资金用于补充流动资金和偿还银行贷款的必要性

1、第一大股东及其一致行动人提高持股比例获得控制权，有利于发展战略的稳定，提高公司竞争力，维护全体股东利益

本次发行前，公司无控股股东和实际控制人，公司的发展缺乏强有力的引领和支持，经营业绩也承受较大压力。截至 2022 年 9 月 30 日，林世达先生 100%控股的香港诺斯贝尔直接持有公司 9.17%的股份，为公司第一大股东。林世达先生看好公司未来发展前景，拟以现金认购本次向特定对象发行的股份。

本次发行完成后，林世达先生及其 100%控股的香港诺斯贝尔合计持有公司股权的比例将不低于 20.27%且不超过 24.04%，林世达先生将成为公司控股股东、实际控制人。

公司控股股东、实际控制人的明确，有利于发展战略的稳定，为公司经营发展带来更多资源，提升公司在化妆品领域的竞争优势。此外，林世达先生通过现金认购公司向特定对象发行的股份，是其支持公司业务发展的重要举措，有利于提高公司竞争力，维护全体股东利益。

2、保障公司长期发展所需资金

化妆品市场容量大并持续增长，公司看好后续化妆品高速增长的长期市场趋势。为保障公司长期发展，推动化妆品业务快速增长，公司需要关注化妆品领域的最新科研成果，加快生产、研发、销售领域的人才培养和引进力度，从而增强公司的核心竞争力，相应需要投入较大的资金。

3、满足公司业务规模增长的营运资金需求

报告期内，公司主营业务不断发展，产业链不断延伸，新产品市场积极开拓，公司业务运营对资金需求不断增加，本次向特定对象发行股票募集资金补充公司流动资金，将有效缓解公司营运资金压力，增强公司资金实力。

4、减轻财务负担，增强公司的盈利能力

近年来，公司通过收购诺斯贝尔化妆品业务，涉足化妆品、大消费领域，通过并购贷款和自筹资金支付并购款的现金对价，并使用自有资金和金融机构借款完成了化妆品业务的扩建项目。截至 2022 年 9 月末，公司一年内到期需要偿付的短期借款、一年内到期的非流动负债为 8.16 亿元，长期借款也达到 5.91 亿元，公司的长短期债务负担均较重。同时，公司有息负债余额较高，也导致利息负担较重，进而影响公司的利润水平，2021 年和 2022 年 1-9 月，公司实现的净利润分别为-91,234.76 万元和-65,607.98 万元，同期的利息费用分别为 4,448.36 万元和 4,839.62 万元，利息费用对公司净利润水平的影响较大。

本次募集资金扣除发行费用后全部用于补充流动资金和偿还银行贷款，可以减轻公司的债务负担，降低公司财务费用，进而增强公司的盈利能力。

5、优化资本结构，提高公司未来融资和抗风险能力

现阶段，公司通过银行贷款等债务融资方式的融资成本相对较高，且融资额度相对有限。虽然公司还本付息情况较好，但如果受国家宏观经济政策、法规、产业政策等不可控因素影响，公司经营情况、财务状况发生重大变化，公司仍存在授信额度收紧、融资成本大幅度提高等短期流动性风险。公司化妆品业务长期向好，未来整体业务规模预计仍将持续增大，流动资金需求将保持持续增长。若公司后续业务发展所需资金完全借助银行贷款，一方面将导致公司的资产负债率攀升，加大公司的财务风险，另一方面较高的利息支出将会降低

公司整体利润水平。

公司拟通过本次向特定对象发行股票募集资金，补充公司主营业务发展所需的营运资金，偿还部分银行贷款，有效降低公司财务费用，缓解偿债压力，优化公司资本结构，提高公司未来融资和抗风险能力，满足未来业务快速发展的资金需求。

（二）本次募集资金用于补充流动资金和偿还银行贷款的可行性

1、本次向特定对象发行募集资金用途符合法律法规的规定

本次向特定对象发行募集资金用于补充流动资金和偿还银行贷款符合相关法律法规的规定，具备可行性。本次募集资金有利于提高公司资金实力和抗风险能力，降低资产负债率和财务风险。有利于公司进一步巩固主营业务的竞争地位，增强公司核心竞争力和盈利能力，促进公司的长期持续稳定发展，为公司战略发展提供有力的资金支撑。

2、公司具有完善的公司治理结构和内控体系

公司已经根据《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》等法律、法规和规范性文件的要求，建立了规范的公司治理体系，建立健全了各项规章制度和相关内控制度。公司已根据监管要求制定了《募集资金使用管理办法》，对募集资金的存储、使用、投向及监督等进行了明确规定。本次发行募集资金到位后，募集资金将按照制度要求存放于董事会指定的专项账户中，专户专储、专款专用，以保证募集资金合理规范使用，防范募集资金使用风险。

三、发行人本次募投项目是否涉及高耗能高排放行业或产能过剩行业、限制类及淘汰类行业

本次募投项目为补充流动资金和偿还银行贷款。不涉及高耗能高排放行业或产能过剩行业、限制类及淘汰类行业。

截至本募集说明书签署日，公司已按照《股权转让协议》的约定完成了松节油深加工业务两家全资子公司青松化工、香港龙晟 100%的股权转让事宜。未来，公司业务聚焦于化妆品大消费业务方向。

根据国家发展和改革委员会发布的《关于做好 2018 年重点领域化解过剩产

能工作的通知》（发改运行〔2018〕554号）、《关于做好2019年重点领域化解过剩产能工作的通知》（发改运行〔2019〕785号）及《关于做好2020年重点领域化解过剩产能工作的通知》（发改运行〔2020〕901号），全国产能过剩情况主要集中在钢铁、煤炭及煤电等行业。

根据《国务院关于进一步加大淘汰落后产能工作的通知》（国发〔2010〕7号）、《关于印发淘汰落后产能工作考核实施方案的通知》（工信部联产业〔2011〕46号）以及《2015年各地区淘汰落后和过剩产能目标任务完成情况》（工业和信息化部、国家能源局公告2016年第50号）等规范性文件，国家淘汰落后和过剩产能行业为：炼铁、炼钢、焦炭、铁合金、电石、电解铝、铜冶炼、铅冶炼、水泥（熟料及磨机）、平板玻璃、造纸、制革、印染、铅蓄电池（极板及组装）、电力、煤炭。

未来，公司业务聚焦于化妆品大消费业务方向。化妆品业务生产的产品不属于《产业结构调整指导目录（2019）》限制类及淘汰类产品，不属于落后产能行业。

经对比发改委、商务部会同各地区各有关部门全面修订形成《市场准入负面清单（2022年版）》，公司剥离的松节油深加工业务、未来聚焦的化妆品业务不属于禁止准入类产业。

报告期内，全资子公司青松化工系松节油深加工业务的主要生产主体。根据主管部门出具的《证明》“根据国家发展改革委印发的《完善能源消耗强度和总量双控制方案》之“坚决管控高耗能高排放项目”的要求，各省建立高耗能、高排放项目清单。按照青松股份及青松化工主要产品、生产经营过程中的实际能源消耗情况、污染物排放的具体种类、指标等，青松股份及青松化工不属于所在行政区域高耗能高排放企业”。

报告期内，公司化妆品业务主要由子公司诺斯贝尔作为业务经营主体。根据广东省发展改革委关于印发《广东省坚决遏制“两高”项目盲目发展的实施方案》的通知，“两高”行业，是指煤电、石化、化工、钢铁、有色金属、建材、煤化工、焦化等8个行业。“两高”项目，是指“两高”行业生产高耗能高排放产品或具有高耗能高排放生产工序，年综合能源消费量1万吨标准煤以

上的固定资产投资项项目，具体到化工行业，包含烧碱、纯碱、工业硫酸、黄磷、钛白粉、炭黑、合成氨、尿素、磷酸一铵、磷酸二铵、聚丙烯、精对苯二甲酸、对二甲苯、苯乙烯、二苯基甲烷二异氰酸酯、乙二醇、乙酸乙酯、1,4-丁二醇、聚氯乙烯树脂等。公司化妆品业务不属于上述“高耗能、高排放”行业。

综上，此次募投项目不属于以上所述的过剩行业，不属于新增落后产能的项目，不属于“高耗能、高排放”行业。

四、本次向特定对象发行对公司经营管理和财务状况的影响

（一）对公司经营管理的影响

本次发行募集资金到位，扣除发行费用后全部用于补充流动资金和偿还银行贷款，能够进一步提高公司资产总额和资产净额，显著提升公司的资金实力，有利于公司进一步巩固主营业务的竞争地位，增强公司核心竞争力和盈利能力，促进公司的长期持续稳定发展。

（二）对公司财务状况的影响

本次发行募集资金到位后，公司股东权益进一步增加，资产负债结构得到优化，财务费用进一步降低，财务风险进一步降低。发行对象以现金认购本次发行股份使得本次发行后，公司筹资活动现金流入大幅增加，有利于缓解公司日益增长的营运资金压力。财务状况的进一步改善将为公司战略发展提供有力的资金支撑。

虽然短期内公司净资产收益率、每股收益指标可能出现一定程度的摊薄。但中长期来看，公司财务费用的降低，资金实力和抗风险能力的增强，主营业务竞争地位的巩固，都将对公司未来的持续发展和盈利水平的提高起到良好的促进作用。

五、本次发行募集资金投资项目可行性结论

综上所述，本次募集资金有利于提高公司资金实力和抗风险能力，降低资产负债率和财务风险，有利于公司进一步巩固主营业务的竞争地位，增强公司核心竞争力和盈利能力，促进公司的长期持续稳定发展，为公司战略发展提供

有力的资金支撑。本次募集资金投资项目合理、可行，符合公司及公司全体股东的利益。

六、本次募投项目与公司既有业务、前次募投项目的关系

公司本次向特定对象发行募集资金扣除相关发行费用后，将用于补充流动资金和偿还银行贷款，有助于降低公司财务费用，缓解偿债压力，优化公司资本结构，提高公司未来融资和抗风险能力，满足未来业务快速发展的资金需求。

本次募集资金投资项目是围绕公司既有业务进行，不涉及开拓新业务、新产品的情形。截至本募集说明书签署日，公司前次募集资金已经使用完毕，不会对本次募集资金投资项目的实施产生重大不利影响。本次募集资金到位后，有利于增强公司的核心竞争力，优化资本结构，提高短期偿债能力，降低财务风险。

七、关于主营业务与募集资金投向的合规性

报告期内，公司主营业务包括两大板块业务，即面膜、护肤品、湿巾等化妆品的设计、研发与制造业务，以及松节油深加工产品的研发、生产与销售。截至本募集说明书签署日，公司已按照《股权转让协议》的约定完成了松节油深加工业务两家全资子公司青松化工、香港龙晟 100%的股权转让事宜。未来，公司业务聚焦于化妆品大消费业务方向。本次募集资金用途为补充流动资金和偿还银行贷款。根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），公司化妆品业务所属行业为日用化学产品制造（C268），细分行业为化妆品制造（C2682），公司松节油深加工业务所属行业为专用化学产品制造（C266），细分行业为林产化学产品制造（C2663）。我国高度重视日用化学产品行业的建设与发展，为日用化学产品行业持续发展创造了有利的政策环境，因此发行人主营业务与募集资金投向符合国家的产业政策，本次募集资金用途为补充流动资金和偿还银行贷款，募集资金的投向不存在需要取得主管部门意见的情形。

八、前次募集资金运用

公司最近五年内通过证券市场募集资金的情形为通过非公开发行股份及支付现金方式购买诺斯贝尔 90%，相关募集资金的使用情况如下：

（一）募集资金基本情况

经中国证券监督管理委员会《关于核准福建青松股份有限公司向诺斯贝尔（香港）无纺布制品有限公司等发行股份购买资产并募集配套资金的批复》（证监许可【2019】650号）核准，本公司向香港诺斯贝尔等17名投资者发行人民币普通股130,660,886股（每股面值1元，每股发行价格为11.56元，股份支付对价为1,510,439,956.60元）及支付现金（现金对价为919,560,043.40元）合计对价24.30亿元以购买诺斯贝尔90%的股权。上述股本变更情况业经福建华兴会计师事务所（特殊普通合伙）审验，并由其出具《验资报告》（闽华兴所（2019）验字H-001号）。

中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司于2019年5月14日受理本公司非公开发行新股登记申请材料，并出具《股份登记申请受理确认书》，相关股份登记到账后将正式列入上市公司的股东名册。本公司本次非公开发行A股股票为130,660,886股（每股面值人民币1元，其中限售股数量为130,660,886股）。本次非公开发行新股于2019年5月28日起在深圳证券交易所上市。

公司该次非公开发行系发行股份及支付现金购买资产，未募集货币资金，不涉及募集资金到账时间以及资金在专项账户中的存放情况。

（二）前次募集资金使用情况

公司2019年非公开发行系发行股份及支付现金购买资产，募集资金使用情况对照表具体如下：

单位：万元

投资项目			募集资金投资总额			截止日募集资金累计投资额				项目达到预定可使用状态日期（或截止日项目完工程度）	
序号	承诺投资项目	实际投资项目	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额	实际投资金额	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额	实际投资金额	实际投资金额与募集后承诺投资金额的差额		
募集资金总额：151,044.00 变更用途的募集资金总额：不适用 变更用途的募集资金总额比例：不适用			已累计使用募集资金总额：151,044.00								
			已累计使用募集资金总额：151,044.00								
			2019年：151,044.00								
1	通过发行股份及支付现金购买诺斯贝尔90%股权	通过发行股份及支付现金购买诺斯贝尔90%股权	151,044.00	151,044.00	151,044.00	151,044.00	151,044.00	151,044.00	不适用	2019年4月	

合计	151,044.00	151,044.00	151,044.00	151,044.00	151,044.00	151,044.00		
----	------------	------------	------------	------------	------------	------------	--	--

（三）募集资金投资项目变更情况

公司 2019 年发行股份及支付现金购买资产未募集货币资金不涉及募集资金投资项目变更情况。

（四）前次募集资金项目的实际投资总额与承诺的差异内容和原因说明

公司 2019 年发行股份及支付现金购买资产实际投资总额与承诺不存在差异。

（五）前次募集资金投资项目对外转让或置换情况说明

公司 2019 年发行股份及支付现金购买资产投资项目不存在对外转让或置换情况。

（六）闲置募集资金的使用

公司 2019 年发行股份及支付现金购买资产，未募集货币资金，不涉及前次募集资金中闲置募集资金的使用情况。

（七）前次募集资金结余及节余募集资金使用情况

公司该次非公开发行系发行股份及支付现金购买资产，未募集货币资金，不涉及前次募集资金结余及节余募集资金使用情况。

（八）前次募集资金未使用完毕的情况

公司该次非公开发行系发行股份及支付现金购买资产，未募集货币资金，不涉及前次募集资金未使用完毕的情况。

（九）募集资金投资项目实现效益的情况

根据大华会计师出具的《福建青松股份有限公司前次募集资金使用情况鉴证报告》（大华核字[2022]0013345 号），公司前次募集资金投资项目实现效益的情况如下：

单位：万元

实际投资项目		截止 2022 年 9 月 30 日投资项目累计产能利用率	承诺效益 (2018 年度至 2020 年度)	承诺期实际效益			承诺期累计实现效益	是否达到预计效益
序号	项目名称			2018 年度	2019 年度	2020 年度		
1	通过发行股份及支付现金购买诺斯贝尔 90% 股权	不适用	72,800.00	21,024.02	24,311.97	28,669.76	74,005.75	是

(十) 前次发行涉及以资产认购股份的相关资产运行情况

1、资产权属变更

本公司通过非公开发行股份及支付现金方式购买诺斯贝尔 90% 的股权。

2019 年 4 月 24 日，经中山市工商行政管理局核准，诺斯贝尔 90% 股权过户事宜完成了相关工商变更登记手续，并取得了《备案登记通知书》（粤中登记外备字【2019】第 1900109466 号）；2019 年 4 月 24 日，诺斯贝尔 90% 股权过户事宜完成了相关外商投资企业股权变更备案手续，并取得中山市商务局出具的《外商投资企业变更备案回执》（粤中外资备 201900395）；上述变更登记完成后，诺斯贝尔 90% 股权已过户至本公司名下。

2、资产账面价值变化情况

诺斯贝尔各期末资产总额、负债总额、归属于母公司的净资产变化情况如下：

单位：万元

项目	2017-12-31	2018-12-31	2019-12-31	2020-12-31	2021-12-31	2022-9-30 (未经审计)
资产总额	124,478.24	150,871.68	180,153.43	205,105.16	274,258.15	264,852.35
负债总额	37,209.10	43,124.75	56,958.69	52,983.12	127,666.66	131,471.02
归属于母公司的净资产	87,079.89	107,652.30	123,127.05	152,049.90	146,550.60	133,335.80

3、生产经营情况和效益贡献情况

诺斯贝尔 2018 年度经审计后的营业收入为 197,804.29 万元，营业利润为 24,620.57 万元，利润总额为 23,795.48 万元，净利润为 20,480.15 万元，归属于母公司所有者的净利润为 20,573.83 万元，归属于母公司所有者的扣除非经常性

损益的税后净利润为 21,024.02 万元。

诺斯贝尔 2019 年度经审计后的营业收入为 217,845.89 万元，营业利润为 29,161.05 万元，利润总额为 29,285.98 万元，净利润为 25,215.76 万元，归属于母公司所有者的净利润为 25,261.37 万元，归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的税后净利润为 24,311.97 万元。

诺斯贝尔 2020 年度经审计后的营业收入为 267,063.77 万元，营业利润为 33,346.05 万元，利润总额为 33,110.71 万元，净利润为 28,927.83 万元，归属于母公司所有者的净利润为 28,923.17 万元，归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的税后净利润为 28,669.76 万元。

诺斯贝尔 2021 年度经审计后的营业收入为 250,915.36 万元，营业利润为-6,632.05 万元，利润总额为-6,903.01 万元，净利润为-5,514.31 万元，归属于母公司所有者的净利润为-5,489.56 万元，归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的税后净利润为-5,866.45 万元。

诺斯贝尔 2022 年 1-9 月营业收入（未经审计，下同）为 145,469.72 万元，营业利润为-15,284.51 万元，利润总额为-15,443.54 万元，净利润为-13,201.69 万元，归属于母公司所有者的净利润为-13,209.72 万元，归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的税后净利润为-13,775.92 万元。

4、收购资产业绩承诺实现情况

诺斯贝尔 2018 年度至 2020 年度业绩承诺实现情况业经大华会计师事务所（特殊普通合伙）审核，并由其出具了《重大资产重组业绩承诺实现情况说明的审核报告》（大华核字[2021]004806 号），诺斯贝尔 2018 年度至 2020 年度累计已完成承诺业绩，具体实现情况如下：

单位：万元

年度	业绩承诺数	实现数	实现情况
2020	72,800.00	28,669.76	101.66%
2019		24,311.97	
2018		21,024.02	
合计	72,800.00	74,005.75	101.66%

注：该次交易的利润补偿期确定为 2018 年度、2019 年度及 2020 年度。包括诺斯贝尔

（香港）无纺布制品有限公司、中山合富盈泰投资管理咨询有限公司、中山协诚通投资管理咨询有限公司、中山瑞兰投资管理咨询有限公司、刘建新、张美莹在内的业绩补偿方向本公司承诺，诺斯贝尔 2018 年度实现的经审计的归属于母公司股东的扣除非经常性损益的税后净利润数额（以下简称“净利润”）不低于 2.00 亿元；诺斯贝尔 2018 年度和 2019 年度合计实现的净利润不低于 4.40 亿元；诺斯贝尔 2018 年度、2019 年度和 2020 年度合计实现的净利润不低于 7.28 亿元。

（十一）募集资金使用专项核查情况

大华会计师对截至 2022 年 9 月 30 日止的前次募集资金使用情况进行了专项审核，并出具了《福建青松股份有限公司前次募集资金使用情况鉴证报告》

（大华核字[2022]0013345 号），结论性意见如下：

“青松股份董事会编制的《前次募集资金使用情况专项报告》符合中国证监会《关于前次募集资金使用情况报告的规定》（证监发行字[2007]500 号）的规定，在所有重大方面公允反映了青松股份截止 2022 年 9 月 30 日前次募集资金的使用情况。”

第五节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析

一、本次发行后公司业务及资产、公司章程、预计股东结构、高管人员结构、业务结构的变动情况

（一）业务及资产整合、业务结构变动情况

本次发行募集资金用于补充流动资金和偿还银行贷款，本次发行不会对公司主营业务结构产生重大影响。

本次发行前，公司既定战略发展规划，深挖化妆品等大消费业务产业价值，将主要资源向化妆品、大消费业务方向聚焦。公司于 2022 年 9 月 28 日公告拟转让从事松节油深加工业务的两家全资子公司 100% 股权并公开征集意向受让方；2022 年 10 月 31 日、2022 年 11 月 17 日，公司分别召开第四届董事会第二十五次会议、2022 年第五次临时股东大会，决议同意公司将持有的两家全资子公司青松化工、香港龙晟 100% 股权分别以人民币 25,600 万元、2,822.47 万元的价格转让给王义年先生，股权转让对价合计 28,422.47 万元。2022 年 10 月 31 日，公司、王义年先生及青松化工、香港龙晟签订了附生效条件的《股权转让协议》。截至本募集说明书签署日，公司已收到全部股权转让款，交易双方已按照《股权转让协议》的约定完成了青松化工、香港龙晟两家公司 100% 的股权转让事宜，公司不再持有青松化工、香港龙晟的股权，并因被动形成的财务资助尚未全部收回而成为青松化工股权质押人。

除此之外，公司暂无其他业务及资产整合、业务结构变动计划。

（二）本次发行对公司章程的修订

本次向特定对象发行股票完成后，公司的股本总额将增加，导致公司股本结构和注册资本发生变化。公司将按照发行的实际情况对《公司章程》中与注册资本、股本相应的条款进行修改，并办理工商变更登记。未来，若公司对《公司章程》进行其他修订，将会严格履行必要的法律程序和信息披露义务。

（三）本次发行对股东结构的影响

截至 2022 年 9 月 30 日，林世达先生 100% 控股的香港诺斯贝尔直接持有公司 9.17% 的股份，为公司第一大股东。公司无控股股东及实际控制人。

本次向特定对象发行数量不低于 71,910,113 股（含本数）且不超过 101,123,595 股（含本数），由林世达先生 100%认购，不超过本次发行前公司总股本的 30%。

林世达、香港诺斯贝尔、吉安广佳于 2022 年 10 月 11 日出具书面文件，确认：“自本确认函签署之日起，2018 年 11 月由杨建新、山西广佳汇企业管理咨询有限公司、柯维龙、柯维新、林世达、香港诺斯贝尔签署的《关于本次交易完成后福建青松股份有限公司董事会人员具体提名安排的确认函》失效，不再对各方具有法律约束力，各方对终止该确认函所述事项无异议。”

吉安广佳于 2022 年 10 月 11 日出具书面文件，确认：“自本次发行完成之日起，本公司及本公司的一致行动人作为上市公司股东期间，不单独、联合、通过他人以接受委托行使表决权、征集投票权、签署一致行动协议等任何方式主动谋求上市公司的实际控制人地位，也不向上市公司提名或推荐董事、监事和高级管理人员，并对第一大股东及其一致行动人提名的人选投赞成票。”

范展华实际控制的中山协诚通投资管理咨询有限公司和中山合富盈泰投资管理咨询有限公司已于 2018 年 11 月 8 日出具书面文件，承诺：“本人/本企业/本公司及其一致行动人、关联方作为上市公司股东期间，不向上市公司提名或推荐董事、监事和高级管理人员。”

广东维雅已于 2018 年 11 月 8 日出具书面文件，承诺：“作为上市公司股东期间，放弃所持上市公司股票所对应的提名权、提案权和在股东大会上的表决权，且不向上市公司提名、推荐任何董事人选。”

以公司截至 2022 年 9 月 30 日的前 10 大股东及其持股数据为基础，本次发行完成后，公司预计持股 1%以上的股东持股情况如下：

股东	本次发行前		本次发行后			
	持股数量 (股)	比例	发行下限		发行上限	
			持股数量 (股)	比例	持股数量 (股)	比例
林世达	-	-	71,910,113	12.22%	101,123,595	16.37%
香港诺斯贝尔	47,392,045	9.17%	47,392,045	8.05%	47,392,045	7.67%
林世达及其一致行动人持股	47,392,045	9.17%	119,302,158	20.27%	148,515,640	24.04%

股东	本次发行前		本次发行后			
	持股数量 (股)	比例	发行下限		发行上限	
			持股数量 (股)	比例	持股数量 (股)	比例
吉安广佳	44,422,557	8.60%	44,422,557	7.55%	44,422,557	7.19%
范展华	11,332,803	2.19%	11,332,803	1.93%	11,332,803	1.83%
美好鑫星	7,565,337	1.46%	7,565,337	1.29%	7,565,337	1.22%
中欧基金	6,599,268	1.28%	6,599,268	1.12%	6,599,268	1.07%
广东维雅	6,025,900	1.17%	6,025,900	1.02%	6,025,900	0.98%

本次发行完成后，林世达先生与香港诺斯贝尔将合计持有公司不低于 119,302,158 股且不超过 148,515,640 股股票，占公司本次发行后总股本的比例不低于 20.27%且不超过 24.04%。同时，本次发行后第三大股东吉安广佳已承诺在本次发行完成后放弃向公司提名、推荐任何董事人选，第四大股东范展华、第七大股东广东维雅已于 2018 年放弃向公司提名、推荐任何董事人选，第五大股东美好鑫星和第六大股东中欧基金均系以财务投资为目的的证券投资基金产品，第八大及之后的股东因持股比例不足 1%，根据《公司章程》的约定均无权单独提名董事候选人（包括独立董事候选人）。据此，本次发行完成后，林世达先生及其一致行动人香港诺斯贝尔作为公司第一大股东和第二大股东，能够决定公司董事会半数以上成员选任。

因此，本次发行完成后，公司控股股东、实际控制人将变更为林世达先生。

（四）本次发行对高管人员结构的影响

本次发行不会对高级管理人员结构造成重大影响。公司未来如对高级管理人员结构进行调整，也将根据有关规定履行相应的法律程序和信息披露义务。

（五）本次发行对公司业务结构的影响

本次发行后，公司主营业务未发生改变，本次发行不会对公司业务结构产生重大变化。

公司制定战略发展规划，深挖化妆品等大消费业务产业价值，公司计划将主要资源向化妆品、大消费业务方向聚焦，拟转让从事松节油深加工业务的两家全资子公司。公司于 2022 年 9 月 28 日公告拟转让从事松节油深加工业务的两家全资子公司 100% 股权并公开征集意向受让方；2022 年 10 月 31 日、2022

年 11 月 17 日，公司分别召开第四届董事会第二十五次会议、2022 年第五次临时股东大会，决议同意公司将持有的两家全资子公司青松化工、香港龙晟 100% 股权分别以人民币 25,600 万元、2,822.47 万元的价格转让给王义年先生，股权转让对价合计 28,422.47 万元。2022 年 10 月 31 日，公司、王义年先生及青松化工、香港龙晟签订了附生效条件的《股权转让协议》。截至本募集说明书签署日，公司已收到全部股权转让款，交易双方已按照《股权转让协议》的约定完成了青松化工、香港龙晟两家全资子公司 100% 的股权转让事宜，公司不再持有青松化工、香港龙晟的股权，并因被动形成的财务资助尚未全部收回而成为青松化工股权质押权人。

二、本次发行后公司财务状况、盈利能力及现金流量的变动情况

（一）财务结构变动情况

本次向特定对象发行股票募集资金到位后，公司总资产与净资产规模将同时增加，资产负债率水平将有所下降，有利于增强公司抵御财务风险的能力，进一步优化资产结构，有利于改善公司的流动性、提高公司的偿债能力，降低财务成本和财务风险，增强未来的持续经营能力。

（二）对公司盈利能力的影响

本次发行所募集资金扣除发行费用后用于补充流动资金及偿还银行贷款。虽然公司总股本增大，短期内可能导致公司净资产收益率、每股收益指标出现一定程度的摊薄。但中长期来看，公司财务费用的降低，资金实力和抗风险能力的增强，主营业务竞争地位的巩固，都将对公司未来的持续发展和盈利水平的提高起到良好的促进作用。

（三）现金流量的变化

本次向特定对象发行股票完成后，公司筹资活动产生的现金流入量将明显增加。这将有助于提高公司营运能力，降低经营风险，也为公司未来的战略发展提供有力的资金保障，有助于增加未来经营活动产生的现金流量。

三、本次发行完成后，公司与控股股东及其关联人之间的业务关系、管理关系、关联交易及同业竞争等变化情况

（一）公司与控股股东及其关联人之间的业务关系变化情况

本次发行完成后，林世达先生将成为公司控股股东、实际控制人，公司与控股股东、实际控制人及其关联人之间的业务关系不会发生重大变化。

（二）公司与控股股东及其关联人之间的管理关系变化情况

本次发行完成后，林世达先生将成为公司控股股东、实际控制人，公司与控股股东及其关联人之间的管理关系不会因本次发行而发生重大变化。

（三）公司与控股股东及其关联人之间的关联交易变化情况

本次发行完成后，林世达先生将成为公司控股股东、实际控制人，与公司构成关联关系；林世达先生以现金方式参与本次发行的认购，构成关联交易。本次发行完成后，公司与控股股东及其关联人之间的关联交易不会发生重大变化。

（四）公司与控股股东及其关联人之间的同业竞争变化情况

本次发行完成后，公司与控股股东及其关联人之间不会因本次发行而产生同业竞争。

四、本次发行完成后，公司是否存在资金、资产被控股股东及其关联人占用的情形，或公司为控股股东及其关联人提供担保的情形

截至本募集说明书签署日，公司不存在资金、资产被主要股东及其关联人占用的情形，亦不存在公司为主要股东及其关联人违规提供担保的情形；公司也不会因本次发行而产生资金、资产被主要股东及其关联人占用以及为其提供违规担保的情况。

五、本次发行对公司负债情况的影响

本次发行募集资金到位后，公司总资产与净资产将相应增加，公司的负债将有所降低，有利于减少公司利息费用，增强公司的盈利能力，改善公司资本结构，提高公司未来融资和抗风险能力。本次发行不会导致公司出现负债比例

过低、财务成本不合理的情况，也不存在通过本次发行大量增加负债（包括或有负债）的情况。

第六节 与本次发行相关的风险因素及其他重要事项

一、风险因素

（一）宏观经济环境变化及疫情引起的经营风险

目前国内疫情防控工作取得了积极成效，随着国内疫情防控措施的有序放开，化妆品行业整体消费有望逐步恢复。但如果未来宏观经济增速难以较快恢复或者疫情后消费者偏好趋于保守，可能会对居民消费支出产生不利影响，进而使化妆品行业不能及时恢复较快增长。虽然当前国内疫情总体得到有效控制，但全球疫情的延续时间及影响范围尚不明朗，如果后续因国外疫情未能及时有效控制而波及国内，导致公司或上下游企业减产、停产停工、物流系统中断，对公司的采购和销售造成重大影响，将可能会对公司经营业绩带来不利影响。

（二）原材料采购及价格波动风险

受疫情及地缘政治危机影响，2020年以来全球主要原材料的产能急剧减少，大宗商品价格大幅上涨，报告期内化妆品行业主要原材料价格呈持续上涨趋势，压缩了化妆品制造企业的利润空间。如未来化妆品原材料价格继续上涨，且原材料价格上涨不能传递给下游客户，公司产品毛利率及经营业绩将继续受到影响。

（三）市场竞争风险

近年中国化妆品行业快速发展，不断扩大的市场规模吸引了更多的化妆品企业进入制造及品牌经营领域，化妆品代工行业竞争将更加激烈。如果公司在产品配方、生产设备、质量控制、交货时间等方面不能满足客户需求，会面临主要客户转向其他厂商的风险。同时，由于ODM业务模式是按客户订单生产产品，若客户因市场竞争加剧、经营不善、战略失误等内外原因导致其市场份额缩减，或者公司在产品配方、生产设备、质量控制、交货时间等方面不能满足客户需求导致主要客户转向其他厂商，公司的销售收入将受到较大影响。

（四）产品质量控制风险

化妆品产品直接作用于人体皮肤，如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，会导致消费者对诺斯贝尔的投诉甚至诉讼，进而对公司经营业绩及品牌声誉带来不利影响。

（五）环保风险

公司所处化工行业属于环保核查重点关注领域。公司各业务分部根据具体生产情况已经取得了排污许可或办理了排污登记。随着国家环保标准的提高，公司将不断加大环保投入，确保环保设施的正常运转，保证达标排放。但若在生产加工过程中未按章操作、处理不当仍有可能产生一定的环境污染，进而可能造成生产线被责令停产、行政处罚甚至面临被起诉的风险。

（六）公司主营业务结构将发生重大变化的风险

公司既定战略发展规划，深挖化妆品等大消费业务产业价值，将主要资源向化妆品、大消费业务方向聚焦。公司于 2022 年 9 月 28 日公告拟转让从事松节油深加工业务的青松化工、香港龙晟两家全资子公司 100% 股权并公开征集意向受让方。2022 年 10 月 31 日、2022 年 11 月 17 日，公司分别召开第四届董事会第二十五次会议、2022 年第五次临时股东大会，决议同意公司将持有的两家全资子公司青松化工、香港龙晟 100% 股权分别以人民币 25,600 万元、2,822.47 万元的价格转让给王义年先生，股权转让对价合计 28,422.47 万元。2022 年 10 月 31 日，公司、王义年先生及青松化工、香港龙晟签订了附生效条件的《股权转让协议》。截至本募集说明书签署日，公司已收到全部股权转让款，交易双方已按照《股权转让协议》的约定完成了青松化工、香港龙晟两家公司 100% 的股权转让事宜，公司不再持有青松化工、香港龙晟的股权，并因被动形成的财务资助尚未全部收回而成为青松化工股权质押人。

上述股权转让完成后，公司的主营业务结构将发生重大变化。公司将从化妆品制造、松节油深加工两大业务板块变成化妆品单一业务，公司的主要收入与利润也将集中于化妆品业务，公司的经营状况更容易受到化妆品行业景气度的影响，从而影响公司收入及盈利水平。因此，公司面临主营业务结构发生重大变化的风险。

（七）被动形成对外财务资助尚未全部收回的风险

2022 年 11 月，公司根据既定战略发展规划，以及第四届董事会第二十五次

会议、2022年第五次临时股东大会的决议，将持有的青松化工、香港龙晟两家全资子公司100%股权转让给王义年先生。

截至青松化工股权转让的评估基准日2022年6月30日，青松化工存在应付青松股份64,108.64万元拆借款。

根据《股权转让协议》，各方同意，在青松化工完成工商过户前，公司将敦促青松化工至少偿还20,000万元人民币拆借款，若青松化工自行偿还存在困难的，则王义年承诺将不足款项借款至青松化工进而偿还；在青松化工完成工商过户后3个月内，王义年将敦促青松化工偿还20,000万元人民币拆借款；在青松化工完成工商过户后6个月内，王义年将敦促青松化工偿还剩余所有拆借款及全部应计利息，王义年对青松化工拆借款承担连带保证责任。各方确认上述拆借款在青松化工工商过户完成后仍未偿还的部分按3.7%的年化利率支付利息。为保证青松化工对公司的拆借款顺利偿还，交易各方同意在办理青松化工工商过户的同时将王义年先生持有的青松化工100%股权或公司书面同意的第三方等值资产质押/抵押给公司，并办理质押/抵押登记。

截至2022年11月22日，青松化工欠公司拆借款余额为43,070.34万元，已满足交易双方约定的青松化工股权变更工商登记条件。2022年11月23日，交易双方完成了青松化工的股权转让变更登记手续，同时，王义年先生将青松化工100%股权质押给公司，并办理股权出质登记；从此时点，公司不再持有青松化工股权，并成为青松化工100%股权的质权人；同时，公司被动形成对青松化工的财务资助43,070.34万元。

公司被动形成对青松化工的财务资助，《股权转让协议》中已明确约定了青松化工的还款计划及交易对方的担保措施；截至本募集说明书签署日的还款和担保均已按约定执行，但还剩余财务资助42,183.26万元因未到约定还款时点尚未收回，存在一定的回款风险。

（八）产能利用率不足的风险

报告期内，公司化妆品业务产能利用率相对不足，面膜系列产能利用率分别为53.60%、41.03%、38.54%和29.81%，护肤品系列产能利用率分别为53.42%、76.30%、38.04%和26.33%，湿巾系列产能利用率分别为55.03%、

73.46%、36.24%和 20.50%。

受化妆品业务 ODM 模式对产能较高的要求、公司各系列产品具体种类较多且部分种类无法共用设备产线，以及由于气候和消费习惯的差异，公司部分产品的生产和销售存在淡旺季区分等影响，公司报告各期产能利用率总体不高。此外，基于历史业绩长期增长和对未来市场乐观的预期，公司从 2020 年下半年开始投入了较大规模的化妆品生产线改扩建项目，使得公司 2020 年、2021 年化妆品业务产能有了较大的提升；但由于受疫情冲击及宏观经济环境变动、行业增长趋势短暂向下等影响，自 2021 年以来公司化妆品业务既有客户及新增客户下单量不及预期，部分新品生产线投入后，产品尚需进一步市场推广，新增产能短期未能得到释放，因此导致了公司 2021 年以来的产能利用率的下降和不足。

如果未来宏观经济增速难以较快恢复或者疫情后消费者偏好趋于保守，可能会对居民消费支出产生不利影响，进而使行业未能及时恢复较快增长；另外，如果公司业务发展、经营战略等未能有效巩固和提升市场竞争优势，市场开拓及新接订单不足以提升公司产能利用率或销售不及预期，公司产能利用率可能持续不足或下滑，从而对公司业务与经营业绩造成重大不利影响。

（九）毛利率下降的风险

报告期内，公司综合毛利率分别为 31.25%、25.67%、13.01%、4.94%，其中化妆品业务的毛利率分别为 26.99%、22.35%、10.44%、4.39%，松节油深加工业务的毛利率分别为 36.49%、33.09%、18.45%、6.12%，2021 年以来，公司综合毛利率及两大主营业务的毛利率下降幅度较大。

公司松节油深加工业务，自 2021 年以来，受行业景气度下行及市场竞争的影响，产品销售价格持续走低，而主要原材料采购价格波动上涨，导致毛利率持续下降。截至本募集说明书签署日，公司已转让从事松节油深加工业务两家全资子公司青松化工、香港龙晟 100%股权，公司未来不受该部分影响。

公司化妆品业务 2021 年以来的毛利率下降幅度较大，主要原因包括：部分产品市场供需关系发生改变、行业增长趋势短暂向下等导致部分产品销售价格有所下降；大宗商品价格上涨、供应链紧张导致部分原材料采购价格上涨；公

司新增较大产能并匹配相应员工，但实际产能利用率不足，导致折旧摊销及人工成本拉高了生产成本。

未来，若上述对公司化妆品业务毛利率造成不利影响的因素持续存在或是进一步加剧，可能会造成公司毛利率持续较低或是进一步下滑，进而对公司经营业绩产生不利影响。

（十）经营业绩下滑的风险

2021年、2022年1-9月，公司营业收入分别为369,325.47万元、214,230.32万元，同比降幅分别为4.44%、19.61%，其中化妆品业务的降幅分别为6.03%、17.88%，松节油深加工业务的降幅分别为0.87%、23.11%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润分别为-91,501.86万元、-66,298.65万元，亏损金额较大，主要受公司经营业绩下滑及计提商誉减值准备的影响。

2021年、2022年1-9月，公司剔除商誉减值后的归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润分别为-158.81万元、-21,028.28万元，同比降幅分别为100.35%、284.23%，其中化妆品、松节油深加工两大主营业务自2021年以来的净利润均呈现较大幅度下降趋势。

松节油深加工业务，自2021年以来，受行业景气度下行及市场竞争的影响，产品销售价格持续走低，而主要原材料采购价格波动上涨，导致营业收入及毛利率持续下降，从而净利润呈现较大幅度下降趋势。截至本募集说明书签署日，公司已转让从事松节油深加工业务两家全资子公司青松化工、香港龙晟100%股权，公司未来不受该部分影响。

化妆品业务，2021年以来由于受疫情、宏观经济、行业市场等因素影响，公司子公司诺斯贝尔订单及营收不及预期；部分产品市场供需关系发生改变、行业增长趋势短暂向下等导致销售价格下降；大宗商品价格上涨、供应链紧张导致部分原材料采购价格上涨；公司新增较大产能并匹配相应员工，但实际产能利用率不足，导致折旧摊销及人工成本拉高了生产成本，综合导致诺斯贝尔2021年度、2022年1-9月销售毛利率和经营业绩大幅下滑。2021年末，2022年9月末，公司对收购诺斯贝尔产生的商誉进行减值测试后分别计提了商誉减

值准备 91,343.05 万元、45,270.37 万元；截至 2022 年 9 月末，公司商誉账面价值为零，对未来不会产生进一步影响。

如果未来宏观经济增速难以较快恢复或者疫情后消费者偏好趋于保守，可能会对居民消费支出产生不利影响，进而使行业未能及时恢复较快增长；另外，如果公司业务发展、经营战略等未能有效应对市场竞争或经营成本上升等不利因素，公司出现不能巩固和提升市场竞争优势、市场开拓及新接订单不足以提升公司产能利用率或销售不及预期，公司将存在经营业绩下滑的风险。

（十一）汇率风险

公司产品存在一定比例的出口销售收入，出口销售主要以美元结算。未来受全球疫情及政治经济形势影响，金融市场变化莫测，人民币与美元的汇率走势存在较大不确定性。未来若出现人民币对美元汇率大幅波动情况，公司可能产生大额汇兑损益。

（十二）因发行新股导致原股东分红减少的风险

本次向特定对象发行后，公司股本及净资产规模将上升，公司滚存未分配利润由新老股东共享，将可能导致原股东分红减少。随着募集资金使用效益体现，公司的盈利水平将逐步提升，公司将根据公司章程中关于利润分配的相关政策，积极回报投资者。

（十三）表决权被摊薄的风险

本次向特定对象发行后，公司股本将上升，公司原股东在股东大会上所享有的表决权会相应被摊薄，从而存在表决权被摊薄的风险。

（十四）股东即期回报被摊薄的风险

本次发行成功且募集资金到位后，公司的总股本和净资产将有较大幅度增加，若募集资金使用效益短期内难以显现，公司净利润在募集资金使用期内未能实现相应幅度的增长，则公司基本每股收益和加权平均净资产收益率等指标将出现一定幅度的下降。因此，本次募集资金到位后公司即期回报存在被摊薄的风险。

（十五）与本次向特定对象发行相关的审批风险

本次向特定对象发行股票方案已经获得公司第四届董事会第二十二次会议审议通过，本次发行涉及管理层收购相关事宜已经公司第四届董事会第二十六次会议审议通过，本次发行股票方案及管理层收购相关事宜已经公司 2022 年第六次临时股东大会审议通过，尚需深交所审核通过、取得中国证监会同意注册的批复后方能实施。本次发行方案能否获得上述审核通过和注册批复，以及获得审核通过和注册批复的时间都存在不确定性。

（十六）股价波动风险

本次向特定对象发行将对公司的生产经营和财务状况产生一定的影响，公司基本面的变化将影响公司股票的价格；宏观经济形势变化、国家重大经济政策的调控、公司经营状况、股票市场供求变化以及投资者心理变化等种种因素，都会对公司股票价格带来波动，给投资者带来风险。此外，公司本次向特定对象发行需要一定的时间周期方能完成，在此期间公司股票的市场价格可能会出现波动，从而直接或间接地影响投资者的收益。

二、其他重要事项

（一）公司的未决诉讼和仲裁情况

截至 2022 年 9 月 30 日，发行人及其控股子公司不存在重大诉讼、仲裁。

根据发行人提供的资料及确认、以及通过中国裁判文书网（<http://wenshu.court.gov.cn>）、中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn>）的查询，截至 2022 年 9 月 30 日，发行人及其控股子公司标的金额 1,000 万元以上的其他非重大的未决诉讼有一项，具体情况如下：

2022 年 7 月 13 日，原告诺斯贝尔就其与被告深圳凯联健康生物科技有限公司（以下简称“深圳凯联”）、单凯的买卖合同纠纷向中山市第二人民法院提起诉讼，请求判决：（1）深圳凯联立即支付原告货款 17,030,494.61 元并承担逾期违约金（第一部分违约金以 9,536,000 元为基数，按 0.1%/日的标准自 2022 年 6 月 1 日起计算至实际清偿之日，第二部分违约金以 7,494,494.61 元为基数，按 0.1%/日的标准自 2022 年 6 月 10 日起计算至实际清偿之日）；（2）单凯对深圳凯联的上述债务承担连带清偿责任；（3）原告对单凯的抵押财产（1、深

圳市南山区南新路向南海德大厦 A 座 801；2、深圳市南山区南新路向南海德大厦 A 座 802；3、深圳市南山区南新路向南海德大厦 A 座 803；4、深圳市南山区南新路向南海德大厦 A 座 804；5、深圳市南山区南新路向南海德大厦 A 座 805）的拍卖、变卖价款在抵押担保范围内享有优先受偿权；（4）两被告承担原告支出的律师费 70,000 元、担保费 9,000 元；（5）依法判决本案全部诉讼费、保全费由两被告承担。以上暂合计 17,109,494.61 元。

2022 年 9 月 7 日，中山市第二人民法院作出（2022）粤 2072 民初 12918 号《民事调解书》，确认被告深圳凯联、单凯尚欠原告诺斯贝尔货款 17,500,220 元及律师费 70,000 元、诉讼保全担保费 9,000 元，合计 17,579,220 元。

截至 2022 年 10 月 31 日，深圳凯联、单凯尚有 17,466,106.18 元未履行完毕。因此，诺斯贝尔向中山市第二人民法院申请执行（2022）粤 2072 民初 12918 号《民事调解书》。2022 年 11 月 9 日，中山市第二人民法院向诺斯贝尔出具《执行案件立案通知书》（（2022）粤 2072 执 14017 号），决定立案执行。

根据发行人的确认，截至本募集说明书出具日，上述案件尚未执行完毕。

根据发行人的确认并经对发行人相关负责人的访谈，上述诉讼不涉及发行人主要资产、核心技术、核心专利以及重要商标，不涉及第三针对发行人股东所持有的公司股份，不会对发行人的持续经营及控制权稳定产生重大不利影响，不构成本次发行的实质性法律障碍。

基于上述，上述诉讼不会对发行人的持续经营及控制权稳定产生重大不利影响，不构成本次发行的实质性法律障碍。

（二）行政处罚

报告期初至本募集说明书签署之日，发行人存在 5 起行政处罚，具体情况如下：

1、诺斯贝尔受到中华人民共和国皇岗海关的行政处罚

根据中华人民共和国皇岗海关于 2020 年 6 月 4 日向诺斯贝尔出具的《行政处罚决定书》（编号：皇关缉一决字[2020]0057 号），诺斯贝尔以一般贸易方式向海关申报出口湿巾，经海关核查，其中 3 项商品编码与申报不符，申报均

为湿巾，实际为医用消毒湿巾，属于法定检验的出口商品，诺斯贝尔对法定检验的出口商品不予报检，逃避出口商品检验，商品货值为 24.7536 万元，根据《中华人民共和国出口商品检验法》第三十三条、《中华人民共和国进出口商品检验法实施条例》第四十六条第一款规定，诺斯贝尔被科处罚款 4 万元。诺斯贝尔已于 2020 年 6 月 4 日缴纳罚款 4 万元。

根据《中华人民共和国进出口商品检验法（2018 年第二次修正）》第三十三条的规定，违反本法规定，将必须经商检机构检验的进口商品未报经检验而擅自销售或者使用的，或者将必须经商检机构检验的出口商品未报经检验合格而擅自出口的，由商检机构没收违法所得，并处货值金额百分之五以上百分之二十以下的罚款；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

根据《中华人民共和国进出口商品检验法实施条例（2019 年修订）》第四十六条第一款的规定，进出口商品的收货人、发货人、代理报检企业或者出入境快件运营企业、报检人员不如实提供进出口商品的真实情况，取得出入境检验检疫机构的有关证单，或者对法定检验的进出口商品不予报检，逃避进出口商品检验的，由出入境检验检疫机构没收违法所得，并处商品货值金额 5%以上 20%以下罚款。

根据深交所于 2020 年 6 月 12 日发布《审核问答》之问题 2 关于重大违法行为的认定标准：“（一）‘重大违法行为’是指违反国家法律、行政法规或规章，受到刑事处罚或情节严重行政处罚的行为。被处以罚款以上行政处罚的违法行为，如有以下情形之一且中介机构出具明确核查结论的，可以不认定为重大违法行为：1.违法行为显著轻微、罚款数额较小；2.相关规定或处罚决定未认定该行为属于情节严重；3.有权机关证明该行为不属于重大违法。但违法行为导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣的除外。”

就诺斯贝尔受到的本次行政处罚，鉴于：

（1）诺斯贝尔前述被中华人民共和国皇岗海关处以罚款 4 万元，占货物金额的 16%左右，不属于《中华人民共和国进出口商品检验法（2018 年第二次修正）》第三十三条、《中华人民共和国进出口商品检验法实施条例（2019 年修订）》第四十六条第一款规定的顶格处罚，也未被认定为情节严重；

(2) 前述被处罚的行为没有导致严重环境污染、重大人员伤亡、严重损害投资者合法权益或社会影响恶劣的情形，也没有对发行人的生产经营造成重大不利影响；

综上，诺斯贝尔前述被中华人民共和国皇岗海关处以罚款 4 万元的行为，不属于《审核问答》规定的重大违法行为，不会构成本次发行的实质性法律障碍。

2、诺斯贝尔受到中华人民共和国广州白云机场海关的行政处罚

根据中华人民共和国广州白云机场海关于 2020 年 6 月 17 日向诺斯贝尔出具的《行政处罚决定书》（编号：机关业简单字[2020]0182 号），诺斯贝尔委托广州安迅国际货运代理有限公司以一般贸易的方式向海关申报出口一次性使用医用口罩，货值 125,025 美元，经海关查验发现，货物品名与申报不符，实际为一次性使用医用口罩（非灭菌），货值 880,201 元，出口货物品名申报不实，影响海关监管秩序，根据当时适用的《中华人民共和国海关行政处罚实施条例（2004）》（以下简称“《海关行政处罚实施条例》”）第十五条（二）项的规定，诺斯贝尔被科处罚款 1.5 万元。诺斯贝尔已于 2020 年 6 月 17 日缴纳罚款 1.5 万元。

根据《海关行政处罚实施条例》第十五条的规定，进出口货物的品名、税则号列、数量、规格、价格、贸易方式、原产地、启运地、运抵地、最终目的地或者其他应当申报的项目未申报或者申报不实的，分别依照下列规定予以处罚，有违法所得的，没收违法所得：……（二）影响海关监管秩序的，予以警告或者处 1,000 元以上 3 万元以下罚款；……。

就诺斯贝尔受到的本次行政处罚，鉴于：

(1) 诺斯贝尔前述被中华人民共和国广州白云机场海关处以罚款 1.5 万元，不属于《海关行政处罚实施条例》第十五条规定的顶格处罚，也未被认定为情节严重；

(2) 根据《中华人民共和国广州白云机场海关简单案件办理表》（案件编号：51924322020000254），本次处罚按照当时有效的《中华人民共和国海关办理行政处罚简单案件程序规定》的规定，适用海关行政处罚简单案件程序办理。

根据当时有效的《中华人民共和国海关办理行政处罚简单案件程序规定》第二条和第三条的规定，简单案件是指海关在行邮、快件、货管、保税监管等业务现场以及其他海关监管、统计业务中发现的违法事实清楚、违法情节轻微，经现场调查后，可以当场制发行政处罚告知单的违反海关监管规定案件。简单案件程序适用于以下案件：（一）适用《海关行政处罚实施条例》第十五条第一、二项规定进行处理的；……。据此，本次被处罚的行为具备“违法情节轻微”的情形；

（3）前述被处罚的行为没有导致严重环境污染、重大人员伤亡、严重损害投资者合法权益或社会影响恶劣的情形，也没有对发行人的生产经营造成重大不利影响。

综上，诺斯贝尔前述被中华人民共和国广州白云机场海关处以罚款 1.5 万元的行为，不属于《审核问答》规定的重大违法行为，不会构成本次发行的实质性法律障碍。

3、诺斯贝尔受到中华人民共和国中山港海关的行政处罚

根据中华人民共和国中山港海关于 2021 年 11 月 9 日向诺斯贝尔出具的《行政处罚决定书》（编号：拱中港关缉违字[2021]0021 号），2021 年 3 月 20 日，诺斯贝尔以一般贸易监管方式向中山港海关申报出口面膜用精华液等货物一批，其中第一项商品面膜用精华液申报总价为 36,124.2 美元，第二项商品面膜用纸盒申报总价为 56,376 美元。经海关核实，诺斯贝尔上述两项出口货物申报总价为 92,500.2 美元，实际总价为人民币 92,500.2 元，申报与实际不符，影响国家出口退税管理，违反海关监管规定。本案货物申报价格折合人民币 595,618.04 元。鉴于该违法行为是当事人自查发现并向海关主动报明的，根据《中华人民共和国行政处罚法》第三十二条第（一）项的规定，应减轻处罚。根据《中华人民共和国海关法（2021 修正）》第八十六条第（三）项、《中华人民共和国海关行政处罚实施条例（2004）》第十五条第（五）项、《中华人民共和国行政处罚法》第三十二条第（一）项的规定，诺斯贝尔被科处罚款 0.1 万元。诺斯贝尔已于 2021 年 11 月 15 日缴纳罚款 0.1 万元。

根据《中华人民共和国海关法（2021 修正）》第八十六条的规定，违反本

法规定有下列行为之一的，可以处以罚款，有违法所得的，没收违法所得：……（三）进出口货物、物品或者过境、转运、通运货物向海关申报不实的；……。

根据《海关行政处罚实施条例》第十五条的规定，进出口货物的品名、税则号列、数量、规格、价格、贸易方式、原产地、启运地、运抵地、最终目的地或者其他应当申报的项目未申报或者申报不实的，分别依照下列规定予以处罚，有违法所得的，没收违法所得：……（五）影响国家外汇、出口退税管理的，处申报价格 10%以上 50%以下罚款。

根据《中华人民共和国行政处罚法（2021 修订）》第三十二条的规定，当事人有下列情形之一，应当从轻或者减轻行政处罚：……（一）主动消除或者减轻违法行为危害后果的；……。

就诺斯贝尔受到的本次行政处罚，鉴于：

（1）诺斯贝尔前述被中华人民共和国中山港海关处以罚款 0.1 万元，不属于《海关行政处罚实施条例》第十五条规定的顶格处罚，也未被认定为情节严重；

（2）根据中华人民共和国中山港海关出具的《行政处罚决定书》，上述违法行为是诺斯贝尔自查发现并向海关主动报明的，适用减轻处罚的规定；

（3）前述被处罚的行为没有导致严重环境污染、重大人员伤亡、严重损害投资者合法权益或社会影响恶劣的情形，也没有对发行人的生产经营造成重大不利影响。

综上，诺斯贝尔前述被中华人民共和国中山港海关处以罚款 0.1 万元的行为，不属于《审核问答》规定的重大违法行为，不会构成本次发行的实质性法律障碍。

4、青松化工受到南平市应急管理局的行政处罚

根据南平市应急管理局于 2022 年 3 月 2 日向青松化工出具的《行政处罚决定书》（编号：（南）应急罚[2022]8 号），因未为企业全体从业人员投保安全生产责任保险，根据《中华人民共和国安全生产法》第一百零九条、《安全生

产违法行为行政处罚办法》第五十六条第一款第二项和第二款的规定，青松化工被科处罚款 5.1 万元。青松化工已于 2022 年 3 月 15 日缴纳罚款 5.1 万元。

根据《中华人民共和国安全生产法（2021 修正）》第一百零九条的规定，高危行业、领域的生产经营单位未按照国家规定投保安全生产责任保险的，责令限期改正，处五万元以上十万元以下的罚款；逾期未改正的，处十万元以上二十万元以下的罚款。

根据《安全生产违法行为行政处罚办法（2015 修正）》第五十六条第一款第二项和第二款的规定，生产经营单位及其有关人员有下列情形之一的，应当依法从轻或者减轻行政处罚：……（二）主动消除或者减轻安全生产违法行为危害后果的；……。有从轻处罚情节的，应当在法定处罚幅度的中档以下确定行政处罚标准，但不得低于法定处罚幅度的下限。

就青松化工受到的本次行政处罚，鉴于：

（1）青松化工前述被南平市应急管理局处以 5.1 万元罚款，属于《中华人民共和国安全生产法》第一百零九条规定的法定处罚幅度的下限，也未被认定为情节严重；

（2）根据发行人提供的《地方性高危行业安全生产责任保险保险单》，青松化工已于 2022 年 4 月 27 日为全体从业人员投保安全生产责任保险；3）前述被处罚的行为没有导致严重环境污染、重大人员伤亡、严重损害投资者合法权益或社会影响恶劣的情形，也没有对发行人的生产经营造成重大不利影响。

综上，青松化工被南平市应急管理局处以 5.1 万元罚款的行为，不属于《审核问答》规定的重大违法行为，不会构成本次发行的实质性法律障碍。

5、青松化工受到南平市建阳区应急管理局的行政处罚

根据南平市建阳区应急管理局于 2022 年 8 月 18 日向青松化工出具的《行政处罚决定书》（编号：（潭）应急罚[2022]28 号），因单位主要负责人邓新贵持有的安全生产知识和管理能力考核合格证过期，存在未经规定考核合格的行为，根据《中华人民共和国安全生产法》第二十七条第二款、第九十七条第（二）项的规定，青松化工被科处罚款 1 万元。截至本募集说明书签署日，青松化工已缴纳罚款 1 万元。

根据《中华人民共和国安全生产法（2021 修正）》第二十七条第二款的规定，危险物品的生产、经营、储存、装卸单位以及矿山、金属冶炼、建筑施工、运输单位的主要负责人和安全生产管理人员，应当由主管的负有安全生产监督管理职责的部门对其安全生产知识和管理能力考核合格。考核不得收费；第九十七条的规定，生产经营单位有下列行为之一的，责令限期改正，处十万元以下的罚款；逾期未改正的，责令停产停业整顿，并处十万元以上二十万元以下的罚款，对其直接负责的主管人员和其他直接责任人员处二万元以上五万元以下的罚款：……（二）危险物品的生产、经营、储存、装卸单位以及矿山、金属冶炼、建筑施工、运输单位的主要负责人和安全生产管理人员未按照规定经考核合格的；……。

就青松化工受到的本次行政处罚，鉴于：

（1）青松化工前述被南平市建阳区应急管理局处以 1 万元罚款，不属于《中华人民共和国安全生产法》第九十七条规定的顶格处罚，且不存在被责令停产停业整顿的情况，也未被认定为情节严重；

（2）根据发行人提供的材料及其确认，青松化工负责人邓新贵已于 2022 年 8 月 4 日取得《安全生产知识和管理能力考核合格证》；

（3）前述被处罚的行为没有导致严重环境污染、重大人员伤亡、严重损害投资者合法权益或社会影响恶劣的情形，也没有对发行人的生产经营造成重大不利影响。

综上，青松化工被南平市建阳区应急管理局处以 1 万元罚款的行为，不属于《审核问答》规定的重大违法行为，不会构成本次发行的实质性法律障碍。

第七节 发行人利润分配政策及其执行情况

一、公司利润分配政策

公司在《公司章程》中对利润分配政策规定如下：

“第一百五十六条公司的利润分配政策及利润分配决策程序：

（一）公司的利润分配政策为：

1、利润分配原则：公司充分重视对投资者的合理投资回报，每年按母公司当年实现可供分配的利润为基础向股东分配股利，同时为避免出现超额分配的情况，公司以合并报表、母公司报表中可供分配利润孰低的原则来确定。在具备现金分红条件时，公司优先采用现金分红的利润分配方式，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展。

2、公司实施现金分红时应同时满足以下条件：

（1）当年每股收益不低于 0.1 元；

（2）当年每股累计可供分配利润不低于 0.2 元；

（3）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（4）公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）。上述重大投资计划或重大现金支出是指公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产、购买设备或大型项目投入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 20,000 万元。

3、利润分配形式、条件及时间间隔：

（1）公司可以采取现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配股利；公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不应损害公司持续经营能力。

（2）在利润分配方式中，相对于股票股利，公司优先采取现金分红的方式。

（3）公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。如果公司采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

(4) 在公司当年盈利且累计未分配利润为正数的前提下，公司每年度至少进行一次利润分配。

(5) 在满足上述现金分红条件的情况下，公司将积极采取现金方式分配股利，原则上每年度进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司盈利情况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

(6) 若公司快速成长，公司认为其股票价格与公司的股本规模不匹配时，可以在按照前项规定进行现金分红后仍有可供分配利润的条件下，采取股票股利的方式予以分配。公司采取股票股利分配方式时应充分考虑以股票方式分配利润后的总股本是否与公司目前的经营规模、盈利增长速度、每股净资产的摊薄等相匹配，并考虑对未来债权融资成本的影响，以确保分配方案符合全体股东的整体利益。

4、利润分配的条件

(1) 在保证公司能够持续经营和长期发展的前提下，如公司无重大投资计划或重大资金支出等事项（募集资金投资项目除外）发生，并且公司年度盈利且提取法定公积金及弥补以前年度亏损后仍有剩余时，公司应当以现金方式分配股利，公司每年以现金方式累计分配的利润不少于该年实现的可分配利润（合并报表可分配利润和母公司可分配利润孰低）的 10%，或连续三年以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的 30%。公司在按照前项规定进行了现金分红的前提下，可以发放股票股利。

(2) 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，并按照本章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

①公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

②公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

③公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，进行利润分配时，可以按照前项规定处理。

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

（二）公司的利润分配决策程序为：

1、公司年度的利润分配方案由公司管理层、董事会结合每一会计年度公司的盈利情况、资金需求、未来的业务发展规划和股东回报规划等因素，以实现股东合理回报为出发点，制订公司当年的利润分配预案，并事先征求独立董事和监事会的意见，独立董事应对分红预案发表独立意见。利润分配预案经二分之一以上独立董事以及二分之一以上监事同意后，并经全体董事过半数以上表决通过后提交股东大会审议。出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上表决同意的，即为通过。

2、董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。董事会在决策和形成利润分配预案时，要详细记录管理层建议、参会董事的发言要点、独立董事意见、董事会投票表决情况等内容，并形成书面记录作为公司档案妥善保存。股东大会对利润分配方案进行审议前，公司应当通过网络、电话、邮件等多种渠道主动与独立董事、中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

3、监事会应当对董事会和管理层执行公司分红政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督，对董事会制定或修改的利润分配政策进行审议，并经过半数监事通过，若公司有外部监事（不在公司担任职务的监事），则应经外部监事通过，并在公告董事会决议时应同时披露独立董事、外部监事（若有）和监事会的审核意见。

4、在公司当年度盈利且提取法定公积金及弥补以前年度亏损后仍有剩余时，董事会应当作出现金分红预案。在符合前项规定现金分红条件的情况下，董事会根据公司生产经营情况、投资规划和长期发展等需要，未作出现金分红预案

的，董事会应当做出详细说明，公司独立董事应当对此发表独立意见。提交股东大会审议时，公司应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。此外，公司应当在定期报告中披露未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途。

5、公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。有关调整利润分配政策的议案，由全体独立董事及监事会同意并经公司董事会审议后方可提交公司股东大会审议，在股东大会提案中应详细论证和说明原因，利润分配政策变更的议案需经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过，且公司应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。”

二、最近三年利润分配及未分配利润使用情况

（一）最近三年公司利润分配情况

公司 2019 年度、2020 年度、2021 年度的利润分配方案如下：

公司于 2020 年 4 月 23 日召开第三届董事会第四十二次会议和第三届监事会第三十二次会议，审议通过了《关于<2019 年度利润分配预案>的议案》，以公司总股本 516,580,886 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.35 元（含税），合计派发现金红利 69,738,419.61 元（含税），不送红股，不以资本公积金转增股本，剩余未分配利润结转以后年度分配。2020 年 5 月 20 日，公司召开的 2019 年度股东大会审议通过上述议案。2020 年 7 月 8 日，公司披露了《2019 年年度权益分派实施公告》（公告编号：2020-058），本次权益分派的股权登记日为 2020 年 7 月 14 日，除权除息日为 2020 年 7 月 15 日。

公司于 2021 年 4 月 26 日召开第四届董事会第八次会议和第四届监事会第七次会议，审议通过了《关于<2020 年度利润分配预案>的议案》，以公司总股本 516,580,886 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利人民币 1.80 元（含税），合计派发现金红利 92,984,559.48 元（含税），不送红股，不以资本公积金转增股本，剩余未分配利润结转以后年度分配。2021 年 5 月 20 日，公司召开的 2020 年度股东大会审议通过上述议案。2021 年 6 月 3 日，公司披露了《2020 年年度权益分派实施公告》（公告编号：2021-038），本次权益分派的股权登

记日为 2021 年 6 月 10 日，除权除息日为 2021 年 6 月 11 日。

2022 年 5 月 27 日，公司 2021 年度股东大会审议通过了《关于〈2021 年度利润分配预案〉的议案》。鉴于公司 2021 年度发生亏损，根据公司战略发展规划并综合考虑当前的宏观经济环境、公司经营现状和资金状况等因素，为保障公司生产经营的持续稳定运行和主营业务的发展，2021 年度拟不进行利润分配，确保为公司长远发展提供必要的、充足的资金，为投资者提供更加稳定、长效的回报。

最近三年具体分红实施方案和比例如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
合并报表中归属于上市公司股东的净利润	-911,66.56	46,079.57	45,316.49
可供分配利润（母公司报表口径）（注 1）	-58,556.07	12,794.53	33,976.84
现金分红（含税）	-	9,298.46	6,973.84
当年现金分红占归属于上市公司股东的净利润的比例（注 2）	-	72.68%	20.53%

注 1：根据《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》（2015 年修订、2020 年修订）以及现行有效的《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 2 号——创业板上市公司规范运作》要求，上市公司制定利润分配方案时，应当以母公司报表中可供分配利润为依据。同时，为避免出现超分配的情况，公司应当以合并报表、母公司报表中可供分配利润孰低的原则来确定具体的利润分配比例。

注 2：根据公司 2019 年适用的《公司章程》：“如公司无重大投资计划或重大资金支出等事项（募集资金投资项目除外）发生，并且公司年度盈利且提取法定公积金及弥补以前年度亏损后仍有剩余时，公司应当以现金方式分配股利，公司每年以现金方式累计分配的利润不少于该年实现的可分配利润的 20%。”因此，母公司报表口径可供分配利润以扣减提取法定盈余公积后金额列示。

（二）最近三年未分配利润使用情况

为保持公司的可持续发展，公司将留存的未分配利润用于公司主营业务，以满足公司业务发展的需要。在合理回报股东的情况下，公司未分配利润的使用，有效降低了公司的筹资成本，同时增加了公司财务的稳健性。

三、发行人三年股东回报规划

为完善公司持续、稳定、科学的利润分配机制，引导投资者树立长期投资和理性投资理念，公司根据中国证监会《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》（中国证券监督管理委员会公告[2022]3 号）文件精神以及《公司章

程》的有关规定，并结合公司实际发展经营情况，公司董事会制定了《福建青松股份有限公司未来三年股东回报规划（2022年-2024年）》，2022年10月11日、2022年12月15日，公司分别召开第四届董事会第二十二次会议、2022年六次临时股东大会，根据相关法律法规和《公司章程》等规定，审议通过了上述议案。具体内容如下：

“（一）公司股东回报规划制定的考虑因素

公司制定本规划在综合分析公司经营发展实际情况、股东要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等因素的基础上，充分考虑公司的战略发展规划及发展所处阶段、目前及未来的盈利能力和规模、现金流量状况、经营资金需求和银行信贷及融资环境等情况，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，保证利润分配政策的连续性和稳定性，有效兼顾对投资者的合理投资回报和公司的长远可持续发展。

（二）公司股东回报规划制定的基本原则

在符合国家相关法律法规及《公司章程》的前提下，公司充分重视对投资者的合理投资回报，每年按母公司当年实现可供分配的利润为基础向股东分配股利，同时为避免出现超额分配的情况，公司以合并报表、母公司报表中可供分配利润孰低的原则来确定。在具备现金分红条件时，公司优先采用现金分红的利润分配方式，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展。

（三）未来三年股东回报规划（2022年-2024年）

1、利润分配的形式

公司可以采取现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配股利。公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不应损害公司持续经营能力。在利润分配方式中，相对于股票股利，公司优先采取现金分红的方式。公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。如果公司采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

2、现金分红的具体条件

公司实施现金分红时应同时满足以下条件：

- (1) 当年每股收益不低于 0.1 元；
- (2) 当年每股累计可供分配利润不低于 0.2 元；
- (3) 审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；
- (4) 公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）。上述重大投资计划或重大现金支出是指公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产、购买设备或大型项目投入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 20,000 万元。

3、利润分配的条件

(1) 在保证公司能够持续经营和长期发展的前提下，如公司无重大投资计划或重大资金支出等事项（募集资金投资项目除外）发生，并且公司年度盈利且提取法定公积金及弥补以前年度亏损后仍有剩余时，公司应当以现金方式分配股利，公司每年以现金方式累计分配的利润不少于该年实现的可分配利润（合并报表可分配利润和母公司可分配利润孰低）的 10%，或连续三年以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的 30%。公司在按照前项规定进行了现金分红的前提下，可以发放股票股利。

(2) 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%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，进行利润分配时，可以按照前项规定处理。

4、利润分配的时间间隔

在满足现金分红条件的情况下，公司将积极采取现金方式分配股利，原则上每年度进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司盈利情况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

5、股票股利分配的条件

若公司快速成长，公司认为其股票价格与公司的股本规模不匹配时，可以在按照前项规定进行现金分红后仍有可供分配利润的条件下，采取股票股利的方式予以分配。公司采取股票股利分配方式时应充分考虑以股票方式分配利润后的总股本是否与公司目前的经营规模、盈利增长速度、每股净资产的摊薄等相匹配，并考虑对未来债权融资成本的影响，以确保分配方案符合全体股东的整体利益。

（四）股东回报规划的制定周期和相关决策机制

1、股东回报规划的制定周期：

公司董事会需确保每三年重新审阅一次本规划，并根据形势或政策变化进行及时、合理的修订，确保其内容不违反相关法律法规和《公司章程》确定的利润分配政策。

2、公司的利润分配决策程序：

（1）公司管理层、公司董事会应结合公司盈利情况、资金需求和股东回报规划提出合理的分红建议和预案并经董事会审议通过后提请股东大会审议，由独立董事及监事会对提请股东大会审议的利润分配政策预案进行审核并出具书面意见。



（2）公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。有关调整利润分配政策的议案，由全体独立董事及监事会同意并经公司董事会审议后方可提交公司股东大会审议，在股东大会提案中应详细论证和说明原因，利润分配政策变更的议案需经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过，且公司应当提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。”


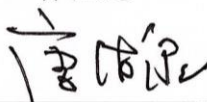
第八节 与本次发行相关的声明


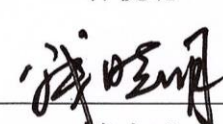
发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事：



 范展华

 董 隼


 林世达

 唐清泉


 林悦聪

 钱晓明

全体监事：


 吴德斌

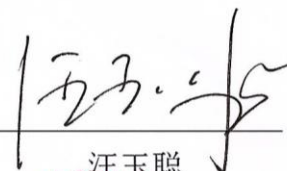

 王 勇


 余润婷

除董事以外的全体高级管理人员：


 骆棋辉


 柯诗静


 汪玉聪



发行人第一大股东声明

本公司承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。



诺斯贝爾(香港)无纺布制品有限公司

有权代表（签字）：

林世达

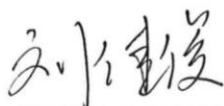
林世达

2023年1月18日

保荐机构声明

本公司已对募集说明书进行了核查，确认本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人：

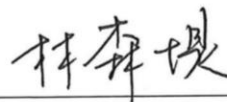


刘佳俊

保荐代表人：



柳金星



林森堤

法定代表人或授权代表：



李剑峰



保荐机构（主承销商）董事长、总经理声明

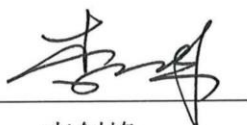
本人已认真阅读福建青松股份有限公司募集说明书的全部内容，确认募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对募集说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：



李志涛

保荐机构董事长：



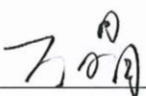
李剑峰

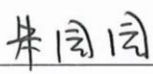


发行人律师声明

本所及经办律师已阅读募集说明书，确认募集说明书内容与本所出具的法律意见书不存在矛盾。本所及经办律师对发行人在募集说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认募集说明书不致因引用上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

经办律师：


万晶


朱园园


朱伟聪

单位负责人：


华晓军



2023年1月18日

会计师事务所声明

大华特字[2023]000272号

本所及签字注册会计师已阅读《福建青松股份有限公司 2022 年度创业板向特定对象发行 A 股股票募集说明书》(以下简称“募集说明书”), 确认募集说明书与本所出具的大华审字[2020]007391 号、大华审字[2021]007297 号、大华审字[2022]007641 号审计报告, 大华核字[2020]004322 号、大华核字[2021]004804 号、大华核字[2022]005488 号内部控制鉴证报告, 大华核字[2022]0013346 号非经常性损益鉴证报告, 大华核字[2022]0012846 号、大华核字[2022]0013345 号前次募集资金使用情况鉴证报告等文件不存在矛盾。本所及签字注册会计师对福建青松股份有限公司在募集说明书中引用的财务报告的内容无异议, 确认募集说明书不因引用本所出具的上述报告而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏, 并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人:




梁春

签字注册会计师:



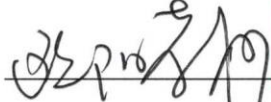


郑基




吴存进




王庆莲

欧阳孝禄

大华会计师事务所(特殊普通合伙)

二〇二三年一月十八日



董事会声明

一、董事会关于除本次发行外未来十二个月内是否有其他股权融资计划的声明

除本次发行外，在未来十二个月内，公司董事会将根据公司资本结构、业务发展情况，并考虑公司的融资需求以及资本市场发展情况确定是否安排其他股权融资计划。

二、关于应对本次发行股票摊薄即期回报采取的措施

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和提高公司未来的持续回报能力，本次发行完成后，公司将通过加强募集资金使用管理、加强经营管理和内部控制、提升公司经营效率和盈利能力、严格执行公司的分红政策等方面来增厚公司未来收益、保障公司股东利益回报，以降低本次发行摊薄股东即期回报的影响。公司拟采取的具体措施如下：

（一）加强募集资金使用管理，提高资金使用效率

为规范公司募集资金的使用与管理，确保募集资金的使用规范、安全、高效，根据《公司法》《证券法》《上市公司监管指引第 2 号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》等相关法律法规的规定，公司制定了《募集资金使用管理办法》及相关内部控制制度。

本次发行结束后，募集资金将按照制度要求存放于董事会指定的专项账户中，专户专储、专款专用，以保证募集资金合理规范使用，防范募集资金使用风险。公司未来将努力提高资金的使用效率，完善并强化投资决策程序，设计更合理的资金使用方案，合理运用各种融资工具和渠道，控制资金成本，提升资金使用效率，节省公司的各项费用支出，全面有效地控制公司经营和管控风险，提升经营效率和盈利能力。

（二）加强经营管理和内部控制，提升经营效率和盈利能力

公司将严格遵循《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》等法律、法规和规范性文件的要求，不断完善公司治理结构，确保股东能够充分行使权利，确保董事会能够按照法律、法规和公司章程的规定行使职权、做出科学、迅速

和谨慎的决策，确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权益，确保监事会能够独立有效地行使对董事、经理和其他高级管理人员及公司财务的监督权和检查权，为公司发展提供制度保障。公司将进一步加强经营管理和内部控制，全面提升经营管理水平，提升经营和管理效率，控制经营和管理风险。

（三）严格执行公司的分红政策，保障公司股东利益回报

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》《上市公司监管指引第3号—上市公司现金分红》相关要求，以及《公司章程》利润分配政策的有关规定，在关注公司自身发展的同时，高度重视股东的合理投资回报，公司制定了《未来三年股东回报规划（2022—2024）》。公司将严格执行公司制定的分红政策及股东回报规划，努力提升对股东的投资回报。

公司提请投资者注意，制定填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。公司将在后续的定期报告中持续披露填补即期回报措施的完成情况及相关承诺主体承诺事项的履行情况。

三、本次向特定对象发行股票摊薄即期回报采取填补措施的承诺

（一）公司控股股东、实际控制人的相关承诺

本次向特定对象发行 A 股股票前，公司无控股股东和实际控制人；本次发行实施完成后，林世达先生将成为公司控股股东、实际控制人。为维护公司和全体股东的合法权益，保障公司填补被摊薄即期回报措施能够得到切实履行，林世达先生就其成为控股股东、实际控制人之后作出以下承诺：

“1、继续保证上市公司的独立性，不越权干预上市公司的经营管理活动，不侵占上市公司的利益。

2、自本承诺出具日至公司本次向特定对象发行股票实施完毕前，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

3、本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任

何有关填补回报措施的承诺，若本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或投资者的补偿责任。

若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意按照中国证监会和深交所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关管理措施。”

（二）公司的董事、高级管理人员对公司本次向特定对象发行摊薄即期回报采取填补措施的承诺

公司全体董事、高级管理人员根据中国证监会相关规定，对公司填补回报措施能够得到切实履行作出如下承诺：

“1、本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。

2、本人承诺对本人的职务消费行为进行约束。

3、本人承诺不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动。

4、本人承诺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、若公司后续拟实施股权激励计划，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。

6、自本承诺出具日至公司本次向特定对象发行股票实施完毕前，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

7、本人承诺切实履行本承诺，若违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。”

（本页无正文，为《福建青松股份有限公司 2022 年度创业板向特定对象发行 A 股股票募集说明书董事会声明》之盖章页）

