

中信证券股份有限公司
关于
北京植物医生化妆品股份有限公司
首次公开发行股票并在主板上市
之
上市保荐书

保荐人（主承销商）



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

（广东省深圳市福田区中心三路8号卓越时代广场（二期）北座）

二〇二五年六月

目 录

声 明.....	2
一、发行人基本情况.....	3
二、发行人本次发行情况.....	10
三、项目保荐代表人、协办人及项目组其他成员情况.....	10
四、保荐人与发行人的关联关系.....	12
五、保荐人按照有关规定应当承诺的事项.....	13
六、保荐人对发行人是否就本次证券发行上市履行相关决策程序的说明.....	14
七、保荐人对发行人是否符合主板定位及国家产业政策的说明.....	15
八、保荐人对发行人是否符合《深圳证券交易所股票上市规则》的说明.....	22
九、对发行人持续督导期间的工作安排.....	23
十、保荐人对本次股票上市的推荐结论.....	24

声 明

中信证券股份有限公司（以下简称“中信证券”、“保荐人”或“本保荐人”）及具体负责本次证券发行上市项目的保荐代表人已根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《证券发行上市保荐业务管理办法》等法律法规和中国证监会及深圳证券交易所的有关规定，诚实守信，勤勉尽责，严格按照依法制定的业务规则和行业自律规范出具上市保荐书，并保证所出具文件真实、准确、完整。

本文件中所有简称和释义，如无特别说明，均与《北京植物医生化妆品股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书》一致。

一、发行人基本情况

（一）发行人基本情况

公司名称	北京植物医生化妆品股份有限公司
英文名称	Beijing DR PLANT Cosmetics Co., Ltd.
注册资本	8,000 万元
法定代表人	解勇
成立日期	2016 年 11 月 25 日
住所	北京市西城区西直门外大街 1 号院 3 号楼 12 层 12D5
邮政编码	100032
联系电话	010-58302307
传真号码	010-58301226
互联网地址	www.drplant.com.cn
电子信箱	stock@drplant.com.cn
负责信息披露和投资者关系的部门	董事会办公室

（二）主营业务

发行人自设立以来，致力于高山植物护肤产品的研发、生产和销售，聚焦于“植物医生”品牌，以“高山植物，纯净美肌”为定位，打造了“中国品牌、中国成分”的独特优势。

发行人主要产品为“植物医生”品牌下多个高山植物系列，例如“石斛兰紧致淡纹”、“积雪草舒缓特护”、“紫灵芝多效驻颜”、“冬虫夏草焕活奢养”、“青刺果轻敏保湿修护”、“高山松茸鲜活盈亮”和“黑松露赋活新生”等的水乳膏霜、精华及精华油、面膜等，构建起全方位的产品矩阵。

（三）主要经营和财务数据及指标

项目	2024 年度 /2024-12-31	2023 年度 /2023-12-31	2022 年度 /2022-12-31
资产总额（万元）	182,495.88	177,288.65	151,836.02
归属于母公司所有者权益（万元）	100,011.45	84,858.92	61,410.32
资产负债率（母公司）（%）	0.31	1.00	1.92
营业收入（万元）	215,571.71	215,108.84	211,719.18
净利润（万元）	24,172.57	22,894.16	16,814.57

项目	2024 年度 /2024-12-31	2023 年度 /2023-12-31	2022 年度 /2022-12-31
归属于母公司所有者的净利润 (万元)	24,300.01	22,970.73	15,803.93
扣除非经常性损益后归属于母公 司所有者的净利润(万元)	22,480.03	21,398.88	14,631.71
基本每股收益(元)	3.04	2.87	1.98
稀释每股收益(元)	3.04	2.87	1.98
加权平均净资产收益率(%)	24.95	31.21	29.87
经营活动产生的现金流量净额 (万元)	38,128.57	50,148.55	34,073.96
现金分红(万元)	10,000.00	-	-
研发投入占营业收入的比例(%)	3.08	3.53	3.48

(四) 发行人面临的主要风险

1、与发行人相关的风险

(1) 经营风险

1) 经销商管理风险

报告期内，发行人经销模式业务收入占主营业务收入的比重分别为 64.63%、63.82%和 63.37%，占比较高。发行人与所有经销商均签订《经销合同》，授权其在合同约定的地址或电商平台开设授权专卖店或线上店铺，经销植物医生系列产品。而经销商的人员、资金、财务、经营和管理均独立于发行人，其经营行为受各自经营能力和风险偏好的影响较大，若经销商的经营活动偏离发行人的品牌经营宗旨，则将对发行人的品牌形象和未来发展造成不利影响。除此之外，随着发行人业务规模的扩大，经销商与授权专卖店数量增加，并且广泛分布于全国 33 个省级行政区以及日本、印度尼西亚市场，经销模式下不断增加的进货需求对发行人的生产能力、库存管控能力、快速响应能力、经销商管理能力都提出了更高的要求，发行人实际经营中可能出现存货不足、经销商与授权专卖店管理不到位等情况。

2) 品牌形象维护风险

品牌形象是发行人实现产品销售的重要因素，一旦发现影响发行人品牌形象的事件，发行人将及时提出商标异议或侵权诉讼，以保护发行人的品牌和商标，避免受到不利影响。然而，发行人无法完全杜绝市场上仿冒发行人品牌进行非法

生产销售及其他侵犯发行人品牌形象的事件发生，发行人存在品牌形象被盗用或被侵权的风险。发行人为保护品牌形象而进行的诉讼将会产生较高费用，可能会对发行人盈利情况产生不利影响。

3) 单一品牌销售集中的风险

发行人重点塑造“植物医生”单一品牌，坚持单品牌连锁经营模式，该模式集中发行人全部优势力量极大提升品牌知名度和市场美誉度的同时，也为发行人在存货管理、品牌管理等方面带来效率的提升。然而，如果“植物医生”品牌运营出现重大失误、遭受负面舆情、市场认可度降低或消费者偏好改变等，可能导致发行人产品销售数量下降，进而对发行人的经营业绩产生不利影响。

4) 产品质量控制的风险

发行人经营的主要产品为高山植物护肤产品，如果发行人未来在采购生产过程中未做到有效的质量控制，导致消费者最终使用发行人产品产生不良反应，可能引发产品质量事故、不良事件、消费者投诉，甚至受到监管部门行政处罚，进而对发行人的品牌形象和经营业绩产生不利影响。

5) 新产品销售不及预期的风险

发行人在推出新产品前需要依靠行业多年耕耘积累的生产销售经验以及高度敏锐的市场需求感知力。若由于新产品未能满足消费者的潜在需求、发行人未能制定出贴合市场偏好的销售策略或推广情况不及预期、消费者使用产品后产生不好的体验，则会影响发行人新产品的销售，进而对发行人的经营活动造成不利影响。

6) 部分门店尚未办理公共场所卫生许可证的风险

为提升消费者用户体验，发行人在线下直营门店为消费者提供免费到店护理服务。截至 2025 年 5 月 31 日，发行人尚有 32 家因提供到店护理服务而需办理卫生许可证的子公司、分公司（直营门店）尚未取得卫生许可证。根据《公共场所卫生管理条例实施细则》，发行人部分直营门店若涉及为顾客提供到店护理服务，则相应门店属于实施卫生许可证制度的“公共场所”，如未依法取得公共场所卫生许可证擅自营业，卫生防疫机构可以根据情节轻重，给予警告、罚款的行政处罚。虽然发行人的控股股东本多投资、实际控制人解勇已出具承诺，若发行

人及其子公司因未办理卫生许可证而受到相关主管部门处罚，本多投资及解勇将承担发行人由此遭受的全部经济损失，保证发行人不会因此遭受损失，但上述经营资质瑕疵的存在，仍会导致发行人面临一定的处罚风险。

（2）技术风险

1) 知识产权风险

截至 2025 年 5 月 31 日，发行人共持有境内注册商标 222 项、境外注册商标 33 项及境内授权专利 208 项、境外授权专利 4 项。发行人的知识产权可能面临侵权或保护不足的风险。如果发行人不能为正在销售或研发中的产品获得或保持足够的知识产权保护，或者发行人所获得的知识产权保护范围不够全面，则第三方可能开发出与发行人的产品或技术相似或相同的非侵权产品，并直接与发行人竞争，进而对发行人新产品的上市和销售产生负面影响。此外，发行人在售或在研的产品也可能被第三方指控侵犯其商标权或专利权，可能导致发行人面临知识产权侵权的索赔、诉讼或其他潜在法律纠纷，可能导致发行人需要支付赔偿金，并对发行人的产品研发、生产和销售产生不利影响。

2) 业务资质无法按时办理续期风险

发行人所处行业监管日趋严格，主营业务开展需取得国家或省级行业监管部门的批准，需取得化妆品生产许可证、商业特许经营备案等业务资质，生产和经营的相关产品也需取得有关注册或备案。报告期内，发行人已取得化妆品生产许可证、商业特许经营备案及所经营产品的注册证和备案等开展业务的必备资质，但若因为任何客观或非客观的原因，导致发行人及子公司未来不能如期取得相关业务资质，或相关业务资质到期后无法及时续展，将导致发行人及子公司未来不能继续生产或经营相关产品，对发行人持续经营造成不利影响。

（3）内控与管理风险

1) 规模扩张可能引致的管理风险

报告期内，发行人业务持续发展，营业收入及净利润呈增长趋势，对发行人战略管理、技术研发、财务管控、市场营销、人力资源管理等方面的要求也不断提高，对各类人才的需求相应增加。若发行人不能继续加强管理、培养引进高素质人才、保证相应的治理水平，将难以匹配、适应发行人的业务发展节奏，进而

影响发行人的长期经营和持续发展。

2) 人才流失风险

发行人拥有专业的品牌策划、营销管理、技术研发、产品开发团队，其专业知识、技术能力和业务经验构成了发行人竞争优势的重要基础。发行人的专业人员为发行人近年来技术进步、产品优化、新品推出等作出了重大贡献。发行人将通过进一步改善工作环境、提供发展空间及适当的股权激励等措施来避免上述专业人才的流失。但是，在充分竞争的市场环境下，同行业企业可能采取更为主动的人才竞争策略，若发行人无法采取积极有效的人才维护措施，或无法持续培养技术研发、营销、管理人才，将面临一定的人才流失风险。

3) 租赁房产瑕疵风险

截至本上市保荐书签署日，发行人及其子公司存在未取得房屋产权证或其他产权证明文件、部分租赁房屋的出租方未提供原出租方同意转租的证明、实际用途与证载用途不一致、未办理房屋租赁备案等房产租赁瑕疵，另外发行人子公司存在在租赁地块上扩建生产经营辅助性用房未办理建设工程规划许可证并取得权属证书的情形，虽然发行人控股股东、实际控制人已承诺对发行人及其子公司因租赁房产瑕疵及部分房屋建筑物未办理建设工程规划许可证并取得权属证书而产生的行政处罚、搬迁等情形所造成的损失予以全额补偿，但上述情形仍可能对发行人及子公司业务经营造成不利影响。

(4) 财务风险

1) 存货管理的风险

发行人产品的仓储与配送需满足终端需求的及时性和多样性，以提升消费者购物体验，因此发行人需保持合理的库存规模。然而，发行人产品品类、产品系列较为丰富，如无法进行有效的库存管理，则可能导致存货积压或配送效率下降，进而影响发行人正常业务开展。此外，化妆品的有效期管理较为严格，临近有效期的产品无法对外销售。虽然发行人已建立严格的有效期管理制度，但若因存货管理不善或者未能有效执行相关制度，导致存货临期、毁损、丢失等情况发生，将给发行人经营活动带来不利影响。

2) 经营业绩下滑的风险

报告期各期，发行人主营业务收入分别为 211,621.61 万元、215,000.49 万元和 215,496.81 万元，归属于母公司股东的净利润分别为 15,803.93 万元、22,970.73 万元和 24,300.01 万元，均呈持续增长趋势。然而，如果未来宏观经济政策发生重大不利变动、化妆品行业景气度不及预期、行业竞争进一步加剧，或者发行人出现对经销商管理不善、品牌形象维护不佳等情况，则可能对发行人业绩产生负面影响，导致经营业绩出现波动甚至下降的风险。

3) 毛利率波动或下滑的风险

报告期内，发行人主营业务毛利率分别为 55.22%、60.34%和 58.90%，有所波动，其变动主要受产品结构及促销政策等因素共同影响。如果未来发行人产品价格发生较大波动，或者未来宏观经济政策发生重大不利变动、化妆品行业景气度不及预期、市场竞争加剧等因素致使发行人产品竞争能力减弱，以及出现发行人未能有效开发新配方、产品淘汰过时等不利情形，发行人主营业务毛利率可能出现波动甚至下降的风险。

2、与行业相关的风险

(1) 宏观经济波动风险

发行人所生产的化妆品最终消费对象主要为国内消费者，而中国的宏观经济状况很大程度上将影响终端消费者的购买能力以及购买意愿。如果出现国内经济增速放缓、居民人均可支配收入或购买力下降、经济前景不明朗等情形，则可能会影响消费者的消费信心，进而导致化妆品市场需求波动，影响行业整体增速及发行人的经营业绩和财务状况。

(2) 市场竞争风险

在中国化妆品市场，欧莱雅集团、宝洁集团及雅诗兰黛集团等国际大型日化集团凭借在品牌矩阵、渠道控制力与产品研发方面的显著竞争优势，占据较高的市场份额，而本土企业近年来在产品力提升、电商渠道拓展与精准营销方面持续发力，市场影响力稳步增强，逐步形成与国际品牌共存发展的格局。面对日益激烈的市场竞争，若发行人在工艺研发、产品质量、性能功效等方面无法保持领先优势，抑或是在品牌形象塑造、销售网络建设和营销策略设计等方面无法适应市

场变化，发行人可能无法巩固或进一步提高当前市场地位，甚至被同行业公司抢夺市场占有率，从而影响发行人的财务状况和经营业绩。

3、其他风险

（1）募集资金投资项目实施风险

发行人本次募集资金拟投资于营销渠道及品牌建设项目、总部及研发中心建设项目、生产基地技术改造项目和信息化系统升级建设项目，上述募集资金投资项目均经过审慎论证，充分考虑了发行人现有生产条件、未来发展规划以及美妆护肤行业的未来发展趋势、市场竞争环境、国内外宏观经济形势等综合因素。但由于从募集资金投资项目论证完成到募集资金到位、项目实施完毕的周期较长，在此期间内，上述各项因素均有可能发生较大变化而导致项目无法顺利实施或无法实现预定的研发或市场目标。

（2）摊薄即期回报的风险

本次募集资金到位后，发行人总股本及净资产规模将有所增长，而募集资金投资项目建设和实施需要一定的时间周期，在发行人总股本和净资产规模增加的情况下，若发行人盈利水平短期内未能产生相应幅度增长，则发行人的即期回报（每股收益、净资产收益率等财务指标）存在被摊薄的风险。

（五）发行人的技术水平

为及时响应不断变化的市场需求，持续推出适销对路的优质护肤产品，发行人高度重视自身研发实力的提升，采取自主研发与合作研发并行的模式，打造了“一个中心，五大基地”的研发架构，其中：“一个中心”指中国科学院昆明植物研究所与发行人联合设立的中科昆植植物医生研发中心，主要负责产品基础研究和新品研发；“五大基地”包括昆明植物护肤研发实验室、北京亚太皮肤科学研究所、广州顺德植物护肤配方及临床研究基地、日本东京汉方护肤科学研究中心和植物医生—江南大学中国化妆品原料成分研发基地，主要负责活性原料、产品配方、生产工艺、品质保证等研发。截至 2025 年 5 月 31 日，发行人已取得专利 212 项，其中发明专利 59 项。

二、发行人本次发行情况

(一) 本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股（A股）		
每股面值	人民币 1.00 元		
发行股数	不超过 2,667 万股	占发行后总股本比例	不低于 25.00%
其中：发行新股数量	不超过 2,667 万股	占发行后总股本比例	不低于 25.00%
股东公开发售股份数量	不适用	占发行后总股本比例	不适用
发行后总股本	不超过 10,667 万股		
每股发行价格	【】元（由发行人及主承销商根据询价结果确定）		
发行市盈率	【】倍（每股收益按【】年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股本计算）		
发行前每股净资产	【】元（按经审计的截至【】年【】月【】日归属于母公司所有者的净资产除以本次发行前总股本计算）	发行前每股收益	【】元（按经审计截至【】年【】月【】日期间扣除非经常损益前后孰低的归属于母公司所有者净利润除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元（按照本次发行后归属于母公司所有者的净资产除以本次发行后总股本计算，其中，发行后归属于母公司所有者的净资产按照经审计的截至【】年【】月【】日归属于母公司所有者的净资产和本次募集资金净额之和计算）	发行后每股收益	【】元（按经审计的截至【】年【】月【】日期间扣除非经常损益前后孰低的归属于母公司所有者净利润除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	【】元（按发行价格除以本次发行后每股净资产计算）		
预测净利润	不适用		
发行方式	采取网下对投资者询价配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式或证券监管部门认可的其他方式		
发行对象	符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象和已开立深圳证券交易所股票交易账户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）		
承销方式	余额包销		
募集资金总额	【】万元		
募集资金净额	【】万元		
募集资金投资项目	营销渠道及品牌建设项目		

	总部及研发中心建设项目
	生产基地技术改造项目
	信息化系统升级建设项目
发行费用概算	本次发行费用总额为【】万元，包括：保荐承销费【】万元，审计及验资费用【】万元，评估费用【】万元，律师费用【】万元，信息披露费用【】万元，发行手续费用【】万元
高级管理人员、员工拟参与战略配售情况	不适用
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	不适用
拟公开发售股份股东名称	不适用
(二) 本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

三、项目保荐代表人、协办人及项目组其他成员情况

本次证券发行上市保荐代表人、协办人及项目组其他成员情况如下：

保荐代表人：	康恒溢、李建
项目协办人：	殷越
项目经办人：	白居一、李心予、程俊博、曾子林、李菁
联系地址：	广东省深圳市福田区中心三路8号卓越时代广场（二期）北座
电话：	010-60838192

（一）保荐代表人

康恒溢先生：现任本保荐人投资银行管理委员会副总裁、保荐代表人。曾负责或作为核心人员参与了青岛食品股份有限公司（001219.SZ）首次公开发行股票并上市项目、山东瑞丰高分子材料股份有限公司（300243.SZ）向不特定对象发行可转换公司债券项目、山东瑞丰高分子材料股份有限公司（300243.SZ）向特定对象发行股票项目等。

李建先生：现任本保荐人投资银行管理委员会执行总经理、保荐代表人。负责或作为项目组主要成员先后参与了鲁阳股份（002088.SZ）首次公开发行股票

并上市项目、沃华医药（002107.SZ）首次公开发行股票并上市项目、出版传媒（601999.SH）首次公开发行股票并上市项目、福瑞股份（300049.SZ 首次公开发行股票并上市项目）、金正大（002470.SZ）首次公开发行股票并上市项目、利源铝业（002501.SZ）首次公开发行股票并上市项目、凯美特气（002549.SZ）首次公开发行股票并上市项目、瑞丰高材（300243.SZ）首次公开发行股票并上市项目、埃斯顿（002747.SZ）首次公开发行股票并上市项目、广生堂（300436.SZ）首次公开发行股票并上市项目、丸美股份（603983.SH）首次公开发行股票并上市项目、欢乐家（300997.SZ）首次公开发行股票并上市项目、青岛食品（001219.SZ）首次公开发行股票并上市项目的首发上市工作；山东药玻、同方股份、东方环宇、广生堂、瑞丰高材、曲江文旅的向特定对象发行股票项目等。

（二）项目协办人

殷越先生：现任本保荐人投资银行管理委员会副总裁。曾作为项目组核心成员参与了青岛食品股份有限公司（001219.SZ）首次公开发行股票并上市项目、山东省药用玻璃股份有限公司（600529.SH）非公开发行股票项目、山东瑞丰高分子材料股份有限公司（300243.SZ）向特定对象发行股票项目等。

（三）项目组其他成员

本次发行的项目组其他成员包括白居一、李心予、程俊博、曾子林、李菁。

四、保荐人与发行人的关联关系

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

截至本上市保荐书签署日，本保荐人或其控股股东、实际控制人、重要关联方未持有或者通过参与本次发行战略配售持有发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份。

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

截至本上市保荐书签署日，除可能存在少量、正常的二级市场证券投资外，

发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方未持有本保荐人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份。

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

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

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

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

（五）保荐人与发行人之间的其他关联关系

截至本上市保荐书签署日，本保荐人与发行人之间不存在其他关联关系。

五、保荐人按照有关规定应当承诺的事项

保荐人通过尽职调查和对申报文件的审慎核查，做出如下承诺：

（一）本保荐人已按照法律法规和中国证监会及深圳证券交易所相关规定，对发行人及其控股股东、实际控制人进行了尽职调查、审慎核查，充分了解发行人经营状况及其面临的风险和问题，履行了相应的内部审核程序。

本保荐人同意推荐发行人本次证券发行上市，并据此出具本上市保荐书，相关结论具备相应的保荐工作底稿支持。

（二）本保荐人有充分理由确信发行人符合法律法规及中国证监会有关证券发行上市的相关规定。

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

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

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

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

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

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

(九)本保荐人自愿接受中国证监会依照《证券发行上市保荐业务管理办法》采取的监管措施。

(十)本保荐人自愿接受深交所及证监会的自律监管。

(十一)若因本保荐人为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,给投资者造成直接经济损失的,将依法赔偿投资者损失。

六、保荐人对发行人是否就本次证券发行上市履行相关决策程序的说明

(一) 董事会决策程序

发行人于2025年4月30日召开了第一届董事会第七次会议,审议通过了本次首次公开发行人民币普通股(A股)股票并上市的相关议案,并同意提交股东会审议。

(二) 股东会决策程序

发行人于2025年5月15日召开了2025年第二次临时股东会,本次首次公开发行人民币普通股(A股)股票并上市的相关议案。

综上，本保荐人认为，发行人本次发行已就本次证券发行上市履行了《公司法》《证券法》和中国证监会及深圳证券交易所规定的决策程序，决策程序合法有效。

七、保荐人对发行人是否符合主板定位及国家产业政策的说明

（一）发行人符合主板定位

根据《首次公开发行股票注册管理办法》第三条相关规定，发行人申请首次公开发行股票并上市，应当符合相关板块定位。主板突出“大盘蓝筹”特色，重点支持业务模式成熟、经营业绩稳定、规模较大、具有行业代表性的优质企业。

发行人在化妆品领域深耕多年，具有突出的品牌优势、渠道优势、研发优势和运营优势，属于业务模式成熟、经营业绩稳定、规模较大、具有行业代表性的优质企业，符合主板定位要求，具体情况如下：

1、发行人业务模式成熟

发行人自设立以来，基于对终端消费者需求的敏锐把握、自身差异化竞争优势的精准塑造以及与上游优质供应商的持续合作，形成了成熟、稳定的采购、生产、销售和研发模式，其中：

在采购端，发行人建立了完善的供应链管理系统，对供应链的各个环节制定了严格的制度规定，包括《供应链采购管理流程》《物料计划与采购控制程序》《供应商管理控制程序》等，涵盖合格供应商选取、采购计划制定、采购订单下达、验收入库、对账付款等采购全流程，并在报告期内得到有效执行。

在生产端，为自主把控核心技术，同时兼顾生产效率和经济效益，发行人采取自主生产、OEM 和 ODM 相结合的生产模式。发行人制定了《生产管理控制程序》《安全生产责任制度》《质量安全责任制管理程序》等制度，对生产流程、安全环保、质量控制等关键事项进行严格把控，由全资子公司广东植物医生承担集团内自主生产职能。对于 OEM 和 ODM 厂商，发行人会按照合格供应商的选取标准及考核方式进行持续考核。报告期内，发行人合作的主要 OEM 和 ODM 厂商包括诺斯贝尔化妆品股份有限公司、广州栋方生物科技股份有限公司等专业、成熟的委托加工厂商，具有较为稳定的生产能力和品质管控能力。

在销售端，发行人在线下主要采取连锁经营模式，通过直营或者由经销商开设广泛分布的线下门店，满足消费者一站式即时购物需求。同时，到店护理、会员沙龙等优质线下服务的提供，也为用户带来了独特的产品体验，提供了丰富的情绪价值。在线上，发行人一方面大力发展“小植商城”新零售模式，实现用户流量从线下到线上的延伸；另一方面，通过开设官方旗舰店、与网络达人合作等方式完成了在京东、天猫、抖音、快手等主流电商平台的深度布局。

在研发端，为及时响应不断变化的市场需求，持续推出适销对路的优质护肤产品，发行人高度重视自身研发实力的提升，采取自主研发与合作研发并行的模式，打造了“一个中心，五大基地”的研发架构，其中：“一个中心”指中国科学院昆明植物研究所与公司联合设立的中科昆植植物医生研发中心，主要负责产品基础研究和新品研发；“五大基地”包括昆明植物护肤研发实验室、北京亚太皮肤科学研究所、广州顺德植物护肤配方及临床研究基地、日本东京汉方护肤科学研究中心和植物医生—江南大学中国化妆品原料成分研发基地，主要负责活性原料、产品配方、生产工艺、品质保证等研发。截至 2025 年 5 月 31 日，公司已取得专利 212 项，其中发明专利 59 项。

综上所述，发行人采购、生产、销售、研发业务模式成熟、稳定，符合行业特点，与发行人发展现状和未来发展需求相适应，为发行人的持续经营和业务增长奠定了坚实的基础。

2、发行人经营业绩稳定、规模较大

通过在化妆品行业的多年持续深耕，发行人已形成较大的经营规模，构筑起稳定发展的坚实护城河。截至 2024 年末，植物医生品牌线下连锁门店共 4,328 家，其中授权专卖店 3,830 家、直营终端门店 498 家。发行人于 2023 年 11 月获得了 Euromonitor 颁布的“全球领先的单品牌护肤品专卖店”认证。2022 和 2023 年，发行人蝉联中国连锁经营协会(CCFA)发布的“生活服务业连锁企业 TOP100”名单美容美体行业第二名。除此之外，线上渠道的持续布局，也为发行人市场份额的提升贡献重要助力。根据中国香料香精化妆品工业协会出具的研究报告，按 2024 年度全渠道零售额计算，发行人排名中国单品牌化妆品店第一名。根据 Euromonitor 数据，2024 年发行人产品零售额在中国化妆品市场国产品牌中排名第 8，在中国护肤品市场国产品牌中排名第 7。2024 年 10 月，发行人获得了

Euromonitor 颁布的“全球领先的植萃护肤品牌”认证。

持续扩大的经营规模也反映到发行人财务数据中收入和利润水平的稳定提升，报告期各期，发行人分别实现主营业务收入 211,621.61 万元、215,000.49 万元和 215,496.81 万元，净利润 16,814.57 万元、22,894.16 万元和 24,172.57 万元，与同行业上市公司（截至 2025 年 5 月 31 日，国民经济行业分类为“268 日用化学产品制造”的国内 A 股上市公司）对比情况如下：

单位：万元

主营业务收入	2024 年度	2023 年度	2022 年度
其他上市公司中位数	137,596.57	147,524.18	131,107.18
植物医生	215,496.81	215,000.49	211,621.61
净利润	2024 年度	2023 年度	2022 年度
其他上市公司中位数	4,671.72	11,139.25	12,464.68
植物医生	24,172.57	22,894.16	16,814.57

注 1：其他上市公司包括珀莱雅、贝泰妮、上海家化、水羊股份、丸美生物、爱普股份、敷尔佳、青岛金王、登康口腔、名臣健康、华宝股份、倍加洁、两面针、拉芳家化、亚香股份、芭薇股份、洁雅股份、华业香料、中草香料；

注 2：为避免珀莱雅（2024 年主营业务收入和净利润较大，分别为 107.66 亿元和 15.85 亿元）以及上海家化（2024 年净利润为-8.33 亿元）等极端值影响，中位数更适合作为同行业公司整体主营业务收入和净利润的反映指标；

数据来源：其他上市公司年度报告

根据上表，报告期内，发行人主营业务收入与净利润均远超“268 日用化学产品制造”其他上市公司中位数水平，反映出发行人较大的经营规模和较强的行业代表性。

进一步聚焦于细分行业“2682 化妆品制造”，截至 2025 年 5 月 31 日，国内 A 股上市公司中，该行业上市公司共 7 家，针对各公司化妆品业务收入及毛利与发行人对比如下：

单位：万元

化妆品业务收入	2024 年度	2023 年度	2022 年度
珀莱雅	1,076,560.04	889,022.78	636,176.36
贝泰妮	570,675.73	550,162.04	499,775.60
丸美生物	296,773.54	222,493.38	172,981.74
水羊股份	165,082.28	/	/
敷尔佳	116,422.91	108,307.03	90,317.35
青岛金王	37,743.72	54,836.19	90,045.55

芭薇股份	69,325.77	46,780.09	45,794.80
中位数	165,082.28	165,400.21	131,649.55
植物医生	215,496.81	215,000.49	211,621.61
化妆品业务毛利	2024 年度	2023 年度	2022 年度
珀莱雅	768,821.54	622,336.29	444,541.10
贝泰妮	421,380.23	406,910.54	376,371.31
丸美生物	218,709.93	157,309.20	118,405.35
水羊股份	122,606.61	/	/
敷尔佳	92,229.85	86,928.07	72,453.94
青岛金王	3,272.86	4,037.74	4,049.50
芭薇股份	18,399.79	15,470.13	13,926.90
中位数	122,606.61	122,118.64	95,429.64
植物医生	126,931.82	129,737.98	116,850.33

注 1：上表中珀莱雅、丸美生物、芭薇股份和植物医生相关数据为其主营业务收入和主营业务毛利；贝泰妮、敷尔佳、青岛金王相关数据为其分产品收入中化妆品收入和毛利；

注 2：根据水羊股份年度报告，其业务体系包含自有品牌体系与 CP 体系（中国合作伙伴，China Partner，即代理品牌），上表中仅统计其自有品牌业务收入。水羊股份仅在 2024 年年度报告中披露其自有品牌业务收入，毛利系基于其披露的对应收入和毛利率计算所得。2022 年和 2023 年，水羊股份未披露其自有品牌收入及毛利数据；

数据来源：上市公司年度报告

上表中珀莱雅、贝泰妮、丸美生物通过首发上市募集发展所需资金的同时极大提升了品牌知名度，推动了经营业绩的增长。报告期内，发行人化妆品业务收入和毛利虽不及上述三家公司，但高于行业中位数水平。

3、发行人属于具有行业代表性的优质企业

(1) 发行人是化妆品行业专研高山植物护肤品的代表性优质企业

随着护肤品行业消费者对天然、安全与功效成分关注度的不断上升，源自高山生态环境的植物原料受到广泛青睐，成为行业研发热点。这些植物普遍生长于高海拔、低氧、强紫外线等高原环境，因而形成了更强的环境适应性与活性物质积累，其护肤功效在行业内得到持续验证和广泛应用，其中石斛兰、冬虫夏草、黑松露、积雪草等植物因其所含多糖、皂苷、生物碱、微量元素等活性成分，具备保湿舒缓、修护屏障、提亮肤色、紧致抗老等功效，已被敷尔佳、佰草集、相宜本草等多个主流护肤品牌选作配方核心。

在高山植物的众多研究方向中，发行人在石斛兰领域的研发深度和成果转化

尤为突出。发行人和中国科学院昆明植物研究所在长期对石斛兰的合作研发过程中，创新性地将大分子石斛多糖经过专利工艺成功制取分子量更小的石斛寡糖，对肌肤胶原蛋白的自我产生有促进作用，成为发行人持续提升产品功效的关键突破。围绕石斛寡糖，发行人持续迭代石斛兰系列产品配方，形成了较为稳定的明星产品线，深受消费者欢迎。凭借在该品类上的持续深耕与市场表现，发行人于2023年11月获得Euromonitor颁布的“全球石斛兰护肤品零售额第一”认证。此外，发行人以石斛寡糖为核心成分的“石斛活性精萃关键技术研究及其产业应用”项目，荣获中国商业联合会颁布的全国商业科技进步一等奖，标志着发行人在天然功效成分发现与技术产业化方面已具备突出的研发能力。

2024年10月，发行人获得Euromonitor颁布的“全球领先的植萃护肤品牌”认证，进一步体现了在高山植物护肤领域的领先地位和全球化专业认可。依托科学研究、技术积累与产品转化能力，植物医生已建立起以石斛兰为核心、多种高山植物协同发展的产品体系，结合行业资源、科研成果与消费者洞察，不断推动高山植物护肤从原料研究走向大规模产业应用。

综上，植物医生通过对高山植物成分的持续专研、以石斛兰为代表的核心功效突破、“一个中心、五大基地”的专业研发体系以及在行业权威机构认证下的品牌力验证，已成为中国化妆品行业中高山植物护肤品领域的代表性优质企业，具有清晰的差异化定位和持续增长潜力。

（2）发行人是化妆品行业采取单品牌连锁经营模式的代表性优质企业

开设单品牌连锁经营门店是化妆品行业重要的销售渠道之一，相较于日化多品牌集合店、百货、超市等传统线下化妆品渠道，单品牌连锁经营门店不仅展示区域更大、产品种类更多，方便满足顾客一站式购物需求，而且可以显著强化产品品牌在消费者心中的地位，更有利于消费者产品认可度和品牌忠诚度的提升。而相较于天猫、抖音等线上销售渠道，单品牌连锁经营门店不仅不需要支付高昂的流量费用，而且可以为消费者提供能够真切感受到的到店护理、会员沙龙等服务，降低了产品销售对线上流量和渠道的依赖，让门店人员与消费者可以建立持续、紧密的沟通，从而更加敏锐地了解消费者需求的变化，精准推荐适宜的产品，提供丰富的情绪价值。

除发行人之外，欧舒丹、林清轩、贝泰妮等同行业公司也均开设有线下单品牌连锁经营门店，具体家数如下：

单位：家

项目	2024-12-31	2023-12-31	2022-12-31
欧舒丹	3,040	2,774	3,068
林清轩	506	443	366
贝泰妮	293	123	77
植物医生	4,328	4,664	4,432

注：欧舒丹、林清轩门店数据为截至对应财年末的门店数据，来源为其年度报告；贝泰妮数据来源为其年度报告

根据上表，同行业公司也普遍布局线下连锁经营门店，报告期各期末，发行人门店数量显著高于其他同行业公司，2022 和 2023 年，发行人蝉联中国连锁经营协会（CCFA）发布的“生活服务业连锁企业 TOP100”名单美容美体行业第二名，仅次于排名第一且主要从事美容院业务的克丽缇娜，因此仅就化妆品企业而言，发行人在该榜单中排名第一，系具有行业代表性的优质企业。

综上所述，发行人具备“大盘蓝筹”特色，业务模式较为成熟、经营业绩稳步上升且规模较大、具有较强的行业代表性，符合主板定位要求。

（二）发行人符合国家产业政策

近年来，国家陆续出台多项化妆品产业支持政策，为化妆品品牌建设、产品创新和产业链升级指明发展方向，具体情况如下：

2021 年 3 月，十三届全国人大四次会议表决通过了《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》，指出要深入实施扩大内需战略，增强消费对经济发展的基础性作用；要开展中国品牌创建活动，提升自主品牌影响力和竞争力，率先在化妆品、服装、家纺、电子产品等消费品领域培育一批高端品牌。

2021 年 1 月，国务院发布的《化妆品监督管理条例》正式施行，国家鼓励和支持开展化妆品研究、创新，满足消费者需求，推进化妆品品牌建设，发挥品牌引领作用；鼓励和支持运用现代科学技术，结合我国传统优势项目和特色植物资源研究开发化妆品。

2022 年 6 月，工业和信息化部等 5 部门联合发布《关于推动轻工业高质量

发展的指导意见》，指出要增加升级创新产品，围绕健康、育幼、养老等迫切需求，大力发展功能食品、化妆品、休闲健身产品、婴童用品、适老化轻工产品等；强化品牌培育服务，在家用电器、皮革、五金制品、钟表、自行车、家具、化妆品、洗涤用品、乳制品、酿酒、功能性食品等领域培育一批国际知名品牌。

2022年11月，市场监管总局等18部门联合印发《进一步提高产品、工程和服务质量行动方案（2022—2025年）》，提出加强质量品牌建设，推动在化妆品、服装、家纺、电子产品等消费品领域培育一批高端品牌。

除国家产业政策外，北京、广东、云南等地也相应推出了具体实施方案，推动化妆品产业发展，其中：2023年9月，北京市商务局等9部门印发《关于支持美丽健康产业高质量发展的若干措施》，推动化妆品配方研发、共性技术创新、功效及安全评价、产品包装设计、工艺验证、数字服务等公共服务和资源共享平台落地北京“未来美城”；2023年7月，云南省人民政府办公厅发布《云南省推进中医药振兴发展重大工程实施方案的通知》，提出利用现代生物技术等先进技术，开发具有养护皮肤等功能的国产特殊用途化妆品；2020年12月，广东省人民政府办公厅发布《广东省推动化妆品产业高质量发展》，提出23条具体举措，强调加强规划引导和政策支持，实施产业集聚和品牌培育计划，推动广东化妆品产业高质量发展，提升国际竞争力。

在国家及各省市产业政策指导下，报告期内，发行人持续进行高山植物化妆品的产品创新和品牌建设，不断提升企业竞争力。发行人主要产品和业务符合产业政策和国家经济战略。

综上所述，发行人所处行业符合国家产业政策的支持方向，符合国家经济发展的战略导向。

（三）保荐人核查过程及意见

保荐人对发行人管理层进行了访谈，了解发行人主要业务模式；查看了发行人主要固定产权属文件；对发行人主要客户、供应商进行了走访，了解与发行人合作情况；查看了发行人财务报表和审计报告；查阅了发行人所获主要荣誉证书及资质证书；查阅了相关行业报告和市场研究资料，了解了近年来行业相关政策，对发行人所在行业的市场情况和竞争格局进行了分析。

经核查，本保荐人认为，发行人是具有“大盘蓝筹”特色、业务模式成熟、经营业绩稳定、业务规模较大、具有行业代表性的优质企业，符合主板定位，符合国家产业政策要求。

八、保荐人对发行人是否符合《深圳证券交易所股票上市规则》的说明

（一）发行人符合各项上市条件

发行人股票上市符合《中华人民共和国证券法》《深圳证券交易所股票上市规则（2025年修订）》规定的上市条件：

1、本次发行后股本总额为 10,666.67 万元，不低于 5,000.00 万元。

2、本次发行前发行人总股本为 8,000.00 万股，本次发行拟公开发行新股数量不超过 2,666.67 万股，按本次发行上限 2,666.67 万股计算，公开发行的股份占本次发行后总股本的比例不低于 25%。

3、植物医生最近三年归属于母公司所有者净利润（扣除非经常性损益前后孰低）分别为 14,631.71 万元、21,398.88 万元和 22,480.03 万元，最近三年净利润均为正，且最近三年净利润累计不低于 2 亿元，最近一年净利润不低于 1 亿元。植物医生最近三年营业收入分别为 211,719.18 万元、215,108.84 万元和 215,571.71 万元，最近三年营业收入累计不低于 15 亿元，财务指标符合《深圳证券交易所股票上市规则（2025年修订）》规定的标准。

本次股票发行申请尚需深圳证券交易所审核并由中国证监会作出同意注册决定。

（二）发行人所选择的具体上市标准

发行人满足《深圳证券交易所股票上市规则（2025年修订）》3.1.2 规定的上市标准中的“（一）最近三年净利润均为正，且最近三年净利润累计不低于 2 亿元，最近一年净利润不低于 1 亿元，最近三年经营活动产生的现金流量净额累计不低于 2 亿元或者营业收入累计不低于 15 亿元”。

九、对发行人持续督导期间的工作安排

事项	工作安排
(一) 持续督导事项	在本次发行股票上市当年的剩余时间及其后两个完整会计年度内对发行人进行持续督导
1、督导发行人有效执行并完善防止控股股东、实际控制人、其他关联方违规占用发行人资源的制度	强化发行人严格执行中国证监会相关规定的意识，进一步完善各项管理制度和发行人的决策机制，协助发行人执行相关制度；通过《承销协议》与《保荐协议》约定确保保荐人对发行人关联交易事项的知情权，与发行人建立经常性信息沟通机制，持续关注发行人相关制度的执行情况及履行信息披露义务的情况
2、督导发行人有效执行并完善防止其董事、高级管理人员利用职务之便损害发行人利益的内控制度	督导发行人有效执行并进一步完善内部控制制度；与发行人建立经常性信息沟通机制，持续关注发行人相关制度的执行情况及履行信息披露义务的情况
3、督导发行人有效执行并完善保障关联交易公允性和合规性的制度，并对关联交易发表意见	督导发行人尽可能避免和减少关联交易，若有关的关联交易为发行人日常经营所必须或者无法避免，督导发行人按照《公司章程》《关联交易管理制度》等规定执行，对重大的关联交易本机构将按照公平、独立的原则发表意见
4、督导发行人履行信息披露的义务，审阅信息披露文件及向中国证监会、证券交易所提交的其他文件	与发行人建立经常性信息沟通机制，督促发行人负责信息披露的人员学习有关信息披露的规定
5、持续关注发行人募集资金的专户存储、投资项目的实施等承诺事项	督导发行人按照《募集资金管理制度》管理和使用募集资金；定期跟踪了解项目进展情况，通过列席发行人董事会、股东会，对发行人募集资金项目的实施、变更发表意见
6、持续关注发行人为他人提供担保等事项，并发表意见	督导发行人遵守《公司章程》《对外担保管理制度》以及中国证监会关于对外担保行为的相关规定
7、持续关注发行人经营环境和业务状况、股权变动和管理状况、市场营销、核心技术以及财务状况	与发行人建立经常性信息沟通机制，及时获取发行人的相关信息
8、根据监管规定，在必要时对发行人进行现场检查	定期或者不定期对发行人进行回访，查阅所需的相关材料并进行实地专项核查
(二) 保荐协议对保荐人的权利、履行持续督导职责的其他主要约定	有权要求发行人按照证券发行上市保荐有关规定和保荐协议约定的方式，及时通报与保荐工作相关的信息；在持续督导期间内，保荐人有充分理由确信发行人可能存在违法违规行为以及其他不当行为的，督促发行人做出说明并限期纠正，情节严重的，向中国证监会、深圳证券交易所报告；按照中国证监会、深圳证券交易所信息披露规定，对发行人违法违规的事项发表公开声明
(三) 发行人和其他中介机构配合保荐人履行保荐职责的相关	发行人及其高管人员以及为发行人本次发行与上市提供专业服务的各中介机构及其签名人员将全力支持、配合保荐人履行保荐工作，为保荐人的保荐工作提供必要的条件和便利，亦依照法律及

约定	其它监管规则的规定，承担相应的责任；保荐人对发行人聘请的与本次发行与上市相关的中介机构及其签名人员所出具的专业意见存有疑义时，可以与该中介机构进行协商，并可要求其做出解释或者出具依据
(四) 其他安排	无

十、保荐人对本次股票上市的推荐结论

作为植物医生首次公开发行股票并在主板上市的保荐人，中信证券认为，植物医生申请其股票上市符合《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《首次公开发行股票注册管理办法》及《深圳证券交易所股票上市规则（2025年修订）》等法律、法规的有关规定，植物医生股票具备在深圳证券交易所主板上市的条件。中信证券愿意推荐植物医生的股票在深圳证券交易所主板上市交易，并承担相关保荐责任。

（以下无正文）

(本页无正文,为《中信证券股份有限公司关于北京植物医生化妆品股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市之上市保荐书》之签字盖章页)

保荐代表人:

康恒溢

康恒溢

2015年6月25日

李建

李建

2015年6月25日

项目协办人:

殷越

殷越

2015年6月25日

保荐人公章:



中信证券股份有限公司

2015年6月25日

(本页无正文,为《中信证券股份有限公司关于北京植物医生化妆品股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市之上市保荐书》之签字盖章页)

内核负责人:



朱洁

2015年6月25日

保荐业务负责人:



孙毅

2015年6月25日

保荐人公章:


中信证券股份有限公司



2015年6月25日

（本页无正文，为《中信证券股份有限公司关于北京植物医生化妆品股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市之上市保荐书》之签字盖章页）

法定代表人：


张佑君 2025年6月25日

保荐人公章：


中信证券股份有限公司 2025年6月25日