

关于广州拉拉米信息科技股份有限公司 首次公开发行股票并在主板上市的

上市保荐书

保荐人



（北京市朝阳区建国门外大街 1 号国贸大厦 2 座 27 层及 28 层）

关于广州拉拉米信息科技股份有限公司 首次公开发行股票并在主板上市的上市保荐书

中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所：

广州拉拉米信息科技股份有限公司（以下简称“拉拉米”、“公司”或“发行人”）拟申请首次公开发行股票并在主板上市（以下简称“本次证券发行”或“本次发行”），并已聘请中国国际金融股份有限公司（以下简称“本机构”、“保荐机构”或“中金公司”）作为首次公开发行股票并在主板上市的保荐机构。

保荐机构及其保荐代表人已根据《中华人民共和国公司法》（以下简称“《公司法》”）、《中华人民共和国证券法》（以下简称“《证券法》”）、《首次公开发行股票注册管理办法》（以下简称“《注册管理办法》”）、《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本上市保荐书，并保证所出具文件真实、准确、完整。

如无特别说明，本上市保荐书中相关用语具有与《广州拉拉米信息科技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（申报稿）》中相同的含义。

一、本次证券发行的基本情况

（一）发行人基本情况

中文名称	广州拉拉米信息科技股份有限公司
英文名称	Guangzhou Lalami Information Technology Co., Ltd.
注册资本	6,000 万元
法定代表人	李天天
成立日期	2012 年 8 月 30 日
整体变更为股份有限公司日期	2020 年 9 月 2 日
注册地址	广州市南沙区黄阁镇望江二街 5 号 1504 房（仅限办公）
实际控制人	李天天
邮政编码	511458
电话	020-89285894
互联网地址	http://www.lalami.com
电子邮箱	ir@lalami.com
经营范围	普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；物联网技术服务；软件开发；互联网销售（除销售需要许可的商品）；化妆品批发；供应链管理服务；化妆品零售；装卸搬运；国际货物运输代理；航空国际货物运输代理；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；日用品批发；日用品销售；母婴用品销售；户外用品销售；个人卫生用品销售；日用杂品销售；销售代理；互联网数据服务；货物进出口；进出口代理；技术进出口
行业分类	互联网和相关服务（I64）
在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	无
负责信息披露和投资者关系的部门	董事会办公室
部门负责人	黎丹

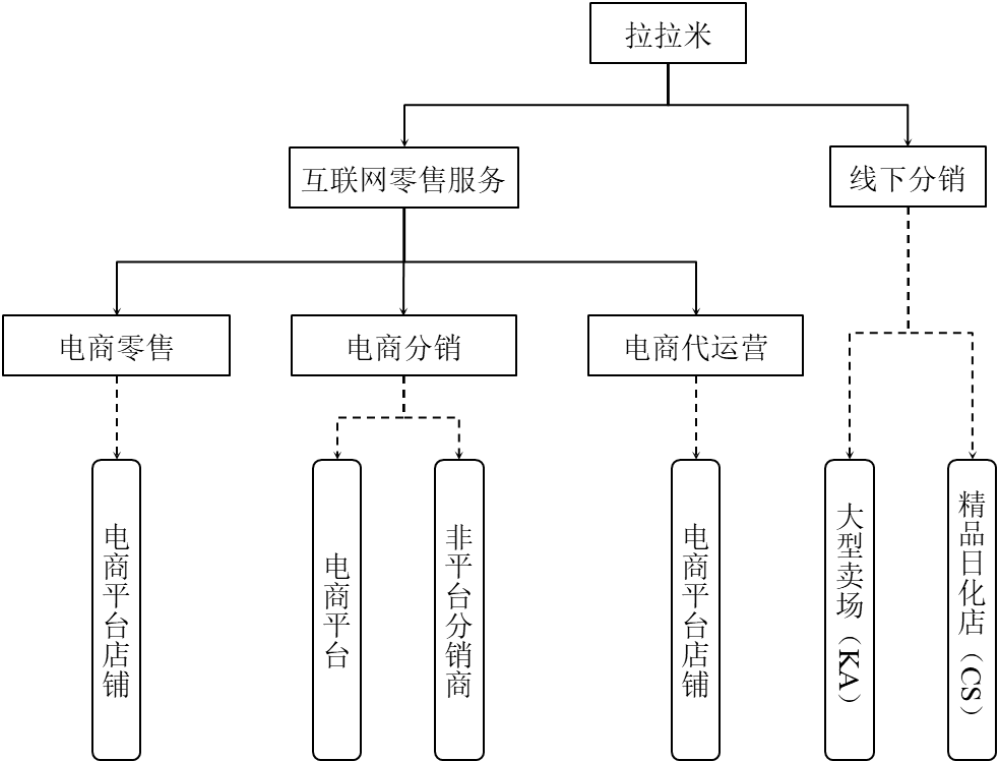
（二）发行人的主营业务

公司是面向境外优质化妆品品牌的电商综合服务商，致力于通过全方位的品牌孵化服务助力品牌方提升品牌知名度并拓展中国市场。作为境外优质化妆品品牌方在中国市场运营的重要战略合作方，公司主营业务包括互联网零售服务及线

下分销，向品牌方提供的服务内容涵盖品牌定位、品牌策划、店铺管理、营销推广、数据挖掘及分析、供应链管理等。

公司主要向境外化妆品品牌方采购化妆品产品，公司主要合作的 Naris（娜丽丝）、Avene（雅漾）、Casmara（卡蔓）、Byphasse（蓓昂丝）、Gifrer（肌肤蕾）等的品牌方为公司主要供应商。

互联网零售服务是公司的核心业务，其中包含电商零售、电商分销和电商代运营三种服务模式。公司主要销售和服务模式及其分别对应的销售渠道情况如下：



自设立以来，公司一直以“为中国女性带来美之力量”为愿景，以成为境外优质化妆品品牌在中国市场本土化的品牌管理者为己任，不断发掘境外细分赛道有实力、有潜力的优质化妆品品牌，结合公司中国本土化运营的优势，提升其在国内的知名度、美誉度、忠诚度，快速提升中国市场份额。目前，通过公司成熟的品牌管理体系和完善的全渠道销售网络，公司已帮助众多境外优质化妆品品牌快速进入中国市场，并成功帮助品牌在中国市场从 0 到 1 孵化，赋能境外品牌在中国的高效、快速、可持续发展，从而形成细分领域的多元化品牌产品矩阵，不断为中国消费者提供来自全球的优质化妆品。截至本招股说明书签署之日，公司成功孵化了 Naris（娜丽丝）、Byphasse（蓓昂丝）、Ziaja（齐叶雅）、Gifrer（肌肤

蕾)、Casmara(卡蔓)等境外美妆品牌,合作的品牌方遍布日本、西班牙、法国、波兰、澳大利亚、比利时、美国等多个国家或地区。

(三) 主要经营和财务数据及指标

报告期内,发行人财务报表主要财务数据及财务指标如下:

财务指标	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
流动比率(倍)	4.71	4.25	4.88	4.43
速动比率(倍)	2.33	2.02	1.79	2.16
资产负债率(母公司)	23.56%	19.18%	22.38%	44.42%
资产负债率(合并报表)	21.01%	23.87%	22.60%	21.69%
利息保障倍数(倍)	16.01	30.53	43.13	13.47
应收账款周转率(次/年)	26.50	47.81	73.31	46.44
存货周转率(次/年)	2.07	2.06	2.20	1.97
息税折旧摊销前利润(万元)	2,208.48	8,307.77	7,169.07	8,316.67
归属于母公司股东净利润	1,469.50	6,017.50	5,808.82	6,387.48
扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润	1,814.86	6,044.55	5,682.74	6,372.43
研发投入占营业收入的比例(%)	1.01%	0.79%	0.67%	0.67%
每股经营活动产生的现金流量(元/股)	-0.03	0.81	-0.37	2.76
每股净现金流量(元/股)	0.06	0.66	-0.41	1.83
归属于母公司股东的每股净资产(元/股)	6.80	6.22	5.40	5.86

注:上述各指标计算公式如下:

- 1、流动比率=流动资产/流动负债
- 2、速动比率=(流动资产-存货)/流动负债
- 3、资产负债率(母公司)=母公司总负债/母公司总资产
- 4、资产负债率(合并报表)=合并报表总负债/合并报表总资产
- 5、利息保障倍数=(净利润+所得税+利息支出)/利息支出
- 6、应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额
- 7、存货周转率=营业成本/存货平均余额

- 8、息税折旧摊销前利润=净利润+所得税+利息支出+折旧+摊销
- 9、研发投入占营业收入的比例=研发费用 /营业收入
- 10、每股经营活动产生的现金流量=当期经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额
- 11、每股净现金流量=当期现金及现金等价物净增加额/期末股本总额
- 12、归属于母公司股东的每股净资产=期末归属于母公司所有者权益/期末股本总额

（四）发行人存在的主要风险

1、与发行人相关的风险

（1）合作品牌集中度和稳定性的风险

公司与境外品牌方的合作方式为，通过签订代理合同获得独家或非独家代理权，以在全渠道或一定渠道范围内推广和销售品牌产品。非独家授权模式下发行人销售渠道存在一定限制，因此收入来源受限，且可能面临来自其他渠道的竞争。其中，公司主要通过买断品牌方产品并对外销售以获得收入。报告期各期，公司前五大品牌合计主营业务收入占比分别为 86.44%、90.80%、89.84%和 89.47%，品牌销售的集中度较高。

授权经销合同到期后，公司是否能继续获得授权受到多方面因素的影响，包括公司在授权经销期内的推广销售情况、品牌方的销售战略调整情况、品牌方声誉管理情况等。出于自身战略考虑，部分品牌方可能选择自主运营电商平台旗舰店。另外，Naris（娜丽丝）等发行人主要合作品牌方的运营表现与市场布局亦有可能受到全球经济下行等系统性风险的影响。如果受前述因素影响，品牌方终止对公司的继续授权，则公司的业务开展将受到一定的不利影响。此外，若品牌方在授权续期时调整供货价格、信用政策等条款，也会导致公司盈利水平出现波动。同时，公司核心推广产品销售金额占比较高，若核心推广产品销售稳定性不及预期，亦会影响公司盈利水平。

（2）品牌拓展的风险

化妆品市场是发展变化迅速的快消品市场。公司在维持优势品牌和产品市场地位的同时，不断拓展新品类、新品牌、新产品以不断适应市场需求，持续产生新的市场增长点。如果公司未能保持优势品牌和产品市场地位，或者未能在新

品牌和新产品的拓展方面取得有效进展,或者公司代理的品牌和产品未能跟上市场需求的发展变化,公司的业绩增长幅度会受到不利影响。

(3) 市场营销推广效果未达预期的风险

公司致力于帮助境外优质品牌提升在国内的知名度、美誉度、忠诚度,相比于其他在国内市场已成熟的品牌,公司需要更高的市场投入以提高品牌知名度、打通销售渠道,因此营销推广费用亦相对较高。近年来受市场竞争加剧影响,公司需持续提高市场营销推广投入以保证业务规模稳步增长。但若相关投入产生的市场营销推广效果未达预期,则可能存在市场推广费用不能有效同步带动业务规模增长的风险。同时公司在推广过程中存在明星代言及达人推荐等方式,若相关明星或达人因自身声誉风险影响推广合作稳定性,亦有可能为公司业务带来不利影响。

(4) 销售渠道管理和拓展不利的风险

公司已经初步建立了较为完善的销售网络,与主要销售渠道的主要客户形成了良好的合作关系。伴随着公司合作品牌的不断增加以及新兴销售渠道的增加等,公司需不断持续拓展新的销售渠道,若未来公司出现对各类销售渠道管理不善或拓展不利的情形,则可能会对公司经营业绩产生不利影响。

(5) 存货金额较高的风险

报告期各期末,公司存货账面价值分别为 18,964.26 万元、25,474.11 万元、24,326.18 万元和 24,668.11 万元,占总资产的比例分别为 49.08%、60.84%、49.61%和 47.75%,公司存货规模较大。报告期内,公司按照存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。公司目前主要销售方式为电商零售及电商分销、线下分销,面对化妆品行业激烈的竞争格局,如果新老品牌销售增长未达预期,或者供应链管理不善,导致存货周转变缓甚至产生积压,将对公司产生如下不利影响:

(1) 计提存货跌价准备的增长将导致盈利减少;(2) 存货占用较多营运资金,影响经营性现金流,增加财务风险,降低盈利质量。

(6) 盈利能力不及预期风险

报告期各期,发行人的综合毛利率分别为 46.76%、36.58%、38.08%和 39.53%,

剔除物流成本影响后的综合毛利率分别为 46.76%、44.07%、43.43%和 45.12%，保持基本稳定。如果公司新老产品更换，加大产品推广费用，销售费用增长，但产品销售收入增长未达预期，公司盈利能力可能存在不及预期的风险。

（7）经营规模快速发展带来的管理和人力资源风险

近年来，随着互联网行业的快速发展，电商零售市场同步迅速扩张，公司经营规模也随之不断扩大，公司的组织结构和管理体系日益复杂。随着本次发行募集资金的到位和投资项目的实施，公司的规模将进一步扩大，对公司经营管理、资源整合、持续创新、市场开拓等方面都提出了更高的要求，经营决策和风险控制难度进一步增加，公司管理团队的管理水平及控制经营风险的能力将面临更大考验。如果公司管理层素质及管理水平不能适应公司规模迅速扩张的需要，组织和管理水平未能跟上公司规模扩大的步伐，则可能引起公司的经营效率下降。

电子商务服务行业良性发展离不开平台运营管理和数据挖掘与分析方面的人才。在公司的运营规模快速扩张的过程中，如果未能及时培养或者招聘足够的电子商务运营管理人才以补充现有团队，将会对公司经营和发展产生不利影响。

（8）进口商品质量管控风险

我国《化妆品监督管理条例》于 2021 年 1 月 1 日开始生效，逐渐建立起对进口化妆品全过程、全要素的监管体系。公司作为进口化妆品的经营者，是部分合作品牌的境内责任人。随着公司合作的品牌和商品数量不断增加，营业规模不断扩大，如果合作的某一品牌或商品的质量出现严重问题，而公司未能及时发现或者及时采取有效的管控措施，将面临被索赔及被监管部门处罚的风险，会对公司的市场声誉及持续经营能力造成不利影响。

2、与行业相关的风险

（1）市场竞争加剧的风险

电子商务服务业属于开放性行业，不存在严格的行业壁垒和管制。目前电子商务服务行业蓬勃发展，未来市场竞争将日趋激烈，可能对发行人造成一定冲击。此外，发行人主要运营孵化的品牌合作之初在中国市场并不具备较高知名度，需要发行人持续进行市场教育与消费者忠诚度培养。如果发行人运营推广策略不当

或力度不足，在激烈的市场竞争下，消费者复购率可能下降，进而可能影响发行人的收入水平。

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

（2）电商平台集中度较高的风险

由于我国互联网电商行业市场集中度较高，在开展线上销售时，商家往往选择在天猫、京东、唯品会等市场份额领先的电商平台开设旗舰店或参与其直营交易，发行人所代理的进口品牌化妆品电商销售也主要集中于天猫、京东、唯品会等平台。报告期内，天猫、京东、唯品会三大平台分销收入占发行人向平台客户分销收入的比例分别为 84.23%、86.79%、93.63%、96.57%，发行人通过天猫、京东、唯品会三大平台进行电商零售的收入占电商零售收入的比例分别为 96.56%、95.37%、87.58%、82.79%，存在电商平台集中度较高的风险。如果电商平台经营策略或业务模式发生重大变化，而公司不能及时做出有效调整，则公司的经营业绩可能受到不利影响。

（3）受电商平台流量获取和分配规则影响的风险

电商平台的流量获取和分配规则对电商综合服务商的经营至关重要。由于我国电商平台的集中度较高，电商平台掌握流量资源的分配权，其大数据分析程序和流量分配规则，对电商综合服务商的流量获取起决定性作用。若未来电商平台的流量获取需主要通过付费方式，或者公司采取的推广方式未能适应电商平台的流量分配规则，则可能会增加公司的运营成本，从而对运营效果和销售业绩产生不利影响。

（4）跨境电商行业法规政策变化的风险

我国为了大力推进跨境电商零售进口市场，推出了多个跨境电商零售进口税收优惠政策，相关政策对于相关进口商品迅速抢占国内消费市场起到了重要作用。

报告期各期，发行人主营业务收入中跨境业务收入分别为 58,275.03 万元、55,328.03 万元、52,193.06 万元、26,633.43 万元。若未来跨境电商零售进口的行业政策发生变化，如缩小政策范围或者减少、取消税收优惠，则会对发行人的经营业绩产生一定的不利影响。

（5）互联网经济模式下监管要求快速变化的风险

公司通过互联网平台进行品牌孵化和产品销售，各项业务活动都与互联网息息相关。随着我国互联网经济快速发展，各种电商平台、业务模式、盈利模式等层出不穷，公司的销售、推广等业务活动的内容和形式也随之不断更新。与此相对应，有关互联网行业的规范制度、业务资质、网络信息安全、税务合规、反不正当竞争等相关法律实践和监管要求也在不断跟进行业的发展步伐。在这样的背景下，公司需要及时面对各种新规则做出反应，确保业务经营能够满足不断调整的监管要求，适应频繁变化的监管环境，否则可能对公司的业务合规及运营情况产生一定的不利影响。

3、其他风险

（1）税收优惠政策风险

公司分别于 2020 年 12 月和 2021 年 1 月被认定为高新技术企业和技术先进型服务企业，2020 年至 2022 年享受所得税税收优惠，适用的企业所得税税率为 15%。如果相关税收优惠政策发生变化，或者公司未能持续取得高新技术企业或技术先进型服务企业资格，将可能增加纳税负担，对公司净利润产生不利影响。

（2）国际贸易摩擦产生的风险

发行人作为面向境外优质化妆品品牌的电商综合服务商，绝大部分合作品牌为国际品牌。报告期各期，发行人前五大品牌供应商均为境外品牌方。尽管中国签署的区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）已经生效，且中国完成了中欧投资协定谈判，但仍然存在国际贸易摩擦导致的贸易壁垒增加的可能性。若中国未来与其他国家产生贸易摩擦、国际贸易壁垒发生不利变动，且直接涉及公司合作品牌的主要产品，则可能对公司经营业绩产生不利影响。

（3）网络信息安全风险

互联网零售服务的开展需要使用运营商的网络基础设施和各类信息系统，并且会在运营中积累大量业务和客户信息。公司作为电商综合服务商，负有保障信息安全的法律义务。公司存在因信息和通信系统发生故障、受到重大干扰或者其他因素导致数据丢失和客户信息被泄露的风险，这将使公司的正常业务受到干扰，还可能因客户信息泄露而受到平台或监管机关处罚，从而对公司的正常经营产生不利影响。

（4）募集资金项目风险

公司本次发行募集资金主要计划用于“品牌孵化与运营推广建设项目”、“综合运营中心建设项目”、“信息系统建设项目”和“补充流动资金项目”，该等项目的开发进度和经营情况将对公司未来几年的发展和盈利水平产生较大影响。

如果行业市场形势等外部因素发生变化，不排除部分项目存在无法如期实施或实际投资收益水平低于预期的风险。

（5）股东即期回报被摊薄的风险

本次公开发行股票并上市后，公司总股本和净资产将有较大幅度的增加，但募集资金投资项目的建设和实现效益需要一定的时间。因此，在总股本和净资产增加的情况下，公司的每股收益和净资产收益率等指标将在短期内出现一定幅度下降，股东即期回报存在被摊薄的风险。

（6）发行人股东搜于特所持有发行人股权冻结的风险

截至本上市保荐书签署之日，搜于特作为发行人股东之一，持有发行人 892.1520 万股股份，占发行人总股本比例为 14.8692%，搜于特所持有发行人股份被多家法院轮候冻结，若冻结的股份未能采取有效应对措施后续被司法处置，发行人股东可能发生变更。

（7）未足额缴纳社会保险、住房公积金的风险

报告期内，发行人及其子公司存在未为部分员工缴纳社会保险、住房公积金的情形，主要由于少部分员工因当月入职次月缴纳、原单位未减员和自愿放弃缴纳等原因未缴纳社会保险和住房公积金。公司已积极采取措施为未缴人员缴纳社

会保险和住房公积金，同时发行人控股股东及实际控制人已出具相关承诺承担相关补缴金额和相关所有费用及/或相关的经济赔偿责任，但公司仍存在因未足额缴纳社会保险和住房公积金后续受到处罚或追缴的风险。

（8）发行失败的风险

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

（9）不可抗力因素的风险

诸如重大疫病、自然灾害、国外政府发生突变等不可抗力事件的发生可能给公司的正常经营和盈利能力带来不利影响。发行人的主要合作的品牌方位于境外，很多国家或地区受 2020 年以来新冠病毒引发的肺炎疫情影响严重，当地化妆品品牌方的生产和商品国际货运可能受到间歇性疫情隔离管控措施的影响，存在不能及时保证货源供给的风险。

此外，如果疫情在全球范围内反复爆发，各国、各地政府有可能采用隔离等疫情控制措施，限制人员流动，物流受阻，市场整体需求下降，则可能导致公司产品销售收入未达预期，进而使得公司存在业绩下滑的风险。

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	1.00 元		
发行股数	不超过 2,000 万股（最终发行数量授权公司董事会与主承销商按照深圳证券交易所审核通过和中国证监会同意注册的数量协商确定）	占发行后总股本比例	不低于 25%
其中：发行新股数量	不超过 2,000 万股（最	占发行后总股本比	不低于 25%

	终发行数量授权公司 董事会与主承销商按 照深圳证券交易所审 核通过和中国证监会 同意注册的数量协商 确定)	例	
股东公开发售股份数量	本次发行不涉及股东 公开发售股份	占发行后总股本比 例	不适用
发行后总股本	不超过 8,000 万股		
每股发行价格	【】元		
发行市盈率	【】倍（按每股发行价格除以发行后每股收益确定）		
发行前每股净资产	【】元（按照本公司【】 年【】月【】日经审计的 净资产除以本次发行前 总股本计算）	发行前每股收益	【】元（按照本公司【】 年度经审计的扣除非 经常性损益前后归属 于母公司股东的净利 润的较低者除以本次 发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元（按照本公司【】 年【】月【】日经审计的 净资产加上本次发行筹 资净额之和除以本次发 行后总股本计算）	发行后每股收益	【】元（按照本公司【】 年度经审计的扣除非 经常性损益前后孰低 的归属于母公司股东 的净利润除以发行后 总股本计算）
发行市净率	【】倍（按每股发行价格除以发行后每股净资产确定）		
发行方式	本次发行采用网下向询价对象配售发行与网上按市值申购定价发 行相结合的方式，或者中国证监会要求或认可的其他方式（包括但 不限于向战略投资者、公司高级管理人员与核心员工设立的专项资 产管理计划等法律法规允许的投资者配售股票）		
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以及已开立深 圳证券交易所股票交易账户的境内自然人、法人等投资者（法律、 法规及深圳证券交易所等业务规则禁止购买者除外），或中国证监 会规定或认可的其他对象		
承销方式	采取网下向询价对象配售与网上向符合资格的社会公众投资者定 价发行相结合的方式或监管机构认可的其他发行方式		
拟公开发售股份股东名 称	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户的境内自然人、法 人、证券投资基金及符合法律规定的其他投资者（法律、行政法规、 所适用的其他规范性文件及公司须遵守的其他监管要求所禁止者 除外）		
发行费用的分摊原则	余额包销		
募集资金总额	募集资金总额【】万元		
募集资金净额	扣除新股发行费用后，募集资金净额【】万元		
募集资金投资项目	品牌孵化与运营推广建设项目		
	综合运营中心建设项目		
	信息系统建设项目		
	补充流动资金项目		

发行费用概算	本次发行费用总额为【】万元，其中： 1、承销保荐费【】万元（不含增值税）； 2、审计、验资费【】万元（不含增值税）； 3、律师费【】万元（不含增值税）； 4、与本次发行相关的信息披露费【】万元（不含增值税）； 5、发行手续费及其他费用【】万元（不含增值税）
（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	本次股票发行结束后将尽快申请在深交所主板挂牌上市

三、本次证券发行上市的项目保荐代表人、协办人及项目组其他成员情况

（一）项目保荐代表人

朱力：于 2020 年取得保荐代表人资格，曾经担任嘉环科技股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市项目的保荐代表人，在保荐业务执业过程中严格遵守《证券发行上市保荐业务管理办法》等相关规定，执业记录良好。

张军锋：于 2020 年取得保荐代表人资格，曾经担任凌云光技术股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市项目的保荐代表人，在保荐业务执业过程中严格遵守《证券发行上市保荐业务管理办法》等相关规定，执业记录良好。

（二）项目协办人及其他项目组成员

项目协办人：王伟，于 2017 年取得证券从业资格，曾经参与执行天水众兴菌业科技股份有限公司公开发行可转换债券项目、阿尔特汽车技术股份有限公司首次公开发行股票项目、广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票项目、成都极米科技股份有限公司首次公开发行股票项目、阿尔特汽车技术股份有限公司向特定对象发行股票项目等。

项目组其他成员：赵言、黄弋、杨威、杨彬、周松涵、王钰欢、路凡、刘涛、

侯军帅、龙新力。

四、保荐机构是否存在可能影响其公正履行保荐职责的情形的说明

中金公司作为发行人的上市保荐机构，截至本上市保荐书出具日：

1、截至 2022 年 12 月 31 日，本机构衍生品自营账户持有发行人股东潮宏基 516,108 股股票、持有发行人股东搜于特 6,778,820 股股票，占其总股本比例分别为 0.0581%和 0.2221%，穿透后间接持有发行人股份的比例分别为 0.0093%和 0.0330%。本机构资管账户持有发行人股东潮宏基 52,000 股股票，占其总股本比例为 0.0059%，穿透后间接持有发行人股份的比例为 0.0009%。本机构的子公司 CICC Financial Trading Limited 持有发行人股东搜于特 6 股股票，占其总股本比例为 0.0000%，穿透后间接持有发行人股份的比例为 0.0000%。本机构通过发行人股东潮宏基、搜于特合计持有发行人约 0.0432%的股份。本机构通过上述主体间接持有发行人股份的情形均系相关主体所做出的独立投资决策，并非主动对发行人进行投资或施加影响。

除上述情形外，本机构自身及本机构下属子公司不存在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。

2、发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方不存在持有本机构及本机构下属子公司或本机构控股东、实际控制人、重要关联方股份的情况。

3、本机构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。

4、中金公司控股股东为中央汇金投资有限责任公司（以下简称“中央汇金”或“上级股东单位”），截至 2022 年 9 月 30 日，中央汇金直接持有中金公司约 40.11%的股权，同时，中央汇金的下属子公司中国建银投资有限责任公司、建投投资有限责任公司、中国投资咨询有限责任公司共持有中金公司约 0.06%的股权。中央汇金为中国投资有限责任公司的全资子公司，中央汇金根据国务院授权，对国有

重点金融企业进行股权投资，以出资额为限代表国家依法对国有重点金融企业行使出资人权利和履行出资人义务，实现国有金融资产保值增值。中央汇金不开展其他任何商业性经营活动，不干预其控股的国有重点金融企业的日常经营活动。根据发行人提供的资料及公开信息资料显示，中金公司上级股东单位与发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方之间不存在相互持股的情况，中金公司上级股东单位与发行人控股股东、实际控制人、重要关联方之间不存在相互提供担保或融资的情况。

5、本机构与发行人之间不存在其他关联关系。

本机构依据相关法律法规和公司章程，独立公正地履行保荐职责。

五、保荐机构承诺事项

1、保荐机构已按照法律法规和中国证监会及深交所的相关规定，对发行人及其控股股东、实际控制人进行了尽职调查、审慎核查，充分了解发行人经营状况及其面临的风险和问题，履行了相应的内部审核程序。

保荐机构同意推荐广州拉拉米信息科技股份有限公司在深圳证券交易所主板上市，相关结论具备相应的保荐工作底稿支持。

2、根据《证券发行上市保荐业务管理办法》第二十六条的规定，中金公司作出如下承诺：

（1）有充分理由确信发行人符合法律法规及中国证监会、深交所有关证券发行上市的相关规定；

（2）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；

（3）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；

（4）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；

（5）保证所指定的保荐代表人及保荐机构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；

（6）保证本上市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；

（7）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、深交所的规定和行业规范；

（8）自愿接受中国证监会、深交所依照《证券发行上市保荐业务管理办法》采取的监管措施。

中金公司承诺，自愿按照《证券发行上市保荐业务管理办法》的规定，自证券上市之日起持续督导发行人履行规范运作、信守承诺、信息披露等义务。

中金公司承诺，将遵守法律、行政法规和中国证监会、深交所对推荐证券上市的规定，接受深交所的自律管理。

六、发行人就本次证券发行上市履行的决策程序

经核查，发行人已就本次证券发行履行了《公司法》《证券法》及中国证监会、深圳证券交易所规定的决策程序，具体如下：

1、2022年4月13日，发行人召开第一届董事会第十次会议，审议通过了《关于公司申请首次公开发行股票并上市的议案》，决议内容如下：

审议通过了《关于公司申请首次公开发行股票并上市的议案》《关于提请股东大会授权董事会办理公司申请首次公开发行股票并上市具体事宜的议案》《关于首次公开发行股票前公司滚存利润分配的议案》《关于公司首次公开发行股票募集资金投资项目及可行性的议案》《关于公司首次公开发行股票完成后填补被摊薄即期回报的措施和承诺的议案》《关于公司首次公开发行股票并上市后适用的<广州拉拉米信息科技股份有限公司章程（草案）>的议案》《关于公司首次公

开发行股票并上市后股东分红回报规划的议案》《关于公司首次公开发行股票并上市后稳定公司股价预案的议案》《关于公司进行公开承诺及违反承诺事项的约束措施的议案》《关于聘请天健会计师事务所（特殊普通合伙）的议案》《关于对公司报告期内关联交易进行确认的议案》《关于调整公司股改净资产的议案》等与本次发行上市相关的议案，并决定于 2022 年 4 月 29 日召开 2022 年第二次临时股东大会，审议与本次发行上市相关的议案。

2、2022 年 4 月 29 日，发行人召开 2022 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于公司申请首次公开发行股票并上市的议案》，决议内容如下：

审议通过了《关于公司申请首次公开发行股票并上市的议案》《关于提请股东大会授权董事会办理公司申请首次公开发行股票并上市具体事宜的议案》《关于首次公开发行股票前公司滚存利润分配的议案》《关于公司首次公开发行股票募集资金投资项目及可行性的议案》《关于公司首次公开发行股票完成后填补被摊薄即期回报的措施和承诺的议案》《关于公司首次公开发行股票并上市后适用的<广州拉拉米信息科技股份有限公司章程（草案）>的议案》《关于公司首次公开发行股票并上市后股东分红回报规划的议案》《关于公司首次公开发行股票并上市后稳定公司股价预案的议案》《关于公司进行公开承诺及违反承诺事项的约束措施的议案》《关于聘请天健会计师事务所（特殊普通合伙）的议案》《关于对公司报告期内关联交易进行确认的议案》《关于调整公司股改净资产的议案》等与本次发行上市相关的议案。

3、2023 年 2 月 21 日，发行人召开第一届董事会第十五次会议，审议通过了《关于修订<公司申请首次公开发行股票并上市方案>的议案》和《关于修订<公司首次公开发行股票募集资金投资项目及可行性>的议案》，同意根据中国证监会及深圳证券交易所关于全面注册制相关规定对原发行方案及募集资金使用方式进行调整。

其中《关于修订<公司申请首次公开发行股票并上市方案>的议案》的主要内容为：

（1）发行股票类型：人民币普通股（A 股），每股面值为人民币 1.00 元。

(2) 发行主体：公司。

(3) 发行数量：公司拟首次公开发行股票总数不超过 2,000 万股，不低于公开发行后公司总股本的 25%，最终发行数量由发行人董事会与主承销商协商确定，并以深圳证券交易所审核通过和中国证监会核准结果同意注册的数量为准。

(4) 发行对象：符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户的境内自然人、法人、证券投资基金及符合法律规定的其他投资者（法律、行政法规、所适用的其他规范性文件及公司须遵守的其他监管要求所禁止者除外）。

(5) 发行价格及定价方式：由发行人与主承销商根据市场情况等因素，通过向询价对象询价、发行人与主承销商自主协商直接定价或相关监管机构认可的其他发行方式确定发行价格。

(6) 发行方式：采取网下向询价对象配售与网上向符合资格的社会公众投资者定价发行相结合的方式或监管机构认可的其他发行方式。

(7) 申请上市交易所和板块：深圳证券交易所主板。

(8) 承销方式：余额包销。

(9) 本次公开发行人民币普通股股票募集资金拟投资项目情况如下：

序号	项目名称	项目投资总额（万元）	拟使用募集资金金额（万元）
1	品牌孵化与运营推广建设项目	37,965.37	37,965.37
2	综合运营中心建设项目	10,635.58	10,635.58
3	信息系统建设项目	4,213.37	4,213.37
4	补充流动资金项目	5,000.00	5,000.00
合计		57,814.32	57,814.32

若实际募集资金（扣除发行费用后）超出项目总投资额，超出部分将根据中国证监会及深圳证券交易所的有关规定、公司的实际经营需求用于公司主营业务的发展；若实际募集资金（扣除发行费用后）未能满足以上投资项目的资金需求，不足部分将通过公司自有资金或银行贷款等途径补充解决。在本次发行募集资金到位前，公司将根据上述项目的实际付款进度，通过自筹资金进行先期投入，待

本次发行募集资金到位后，以募集资金置换先期已投入的自筹资金。

（10）本次决议的有效期：自股东大会审议通过之日起 24 个月内有效。

七、发行人板块定位情况

公司业务模式成熟、经营业绩稳定、规模较大、具有行业代表性，契合主板“大盘蓝筹”特色，符合主板定位要求。

（一）公司业务模式成熟

1、公司业务模式是电商行业成熟业态

公司所从事的电商综合服务是电商行业的成熟业态。随着国内电商市场蓬勃发展，社交电商、会员电商、直播电商等等多种非传统类型的电商平台层出不穷，同时在流量红利逐渐消退的市场环境下各电商平台促销活动亦五花八门，加之各平台本身复杂且持续变化的运营规则，共同形成了目前国内错综复杂的电商运营环境。由于线上交易与线下交易在产品展示、活动推广、客户服务、交易支付、仓储物流等环节均存在较大差异，境外品牌方若自行完成电商化，将面临客户转换率低、客户复购率低、活动推广不及预期、客户消费体验差、新渠道开拓不及时等交易效率低下的问题。因此，在运营复杂度日益增加的国内电商市场环境下，境外品牌方对专业的电商综合服务产生了强烈需求，推动电商综合服务行业快速发展并逐渐成熟，目前电商综合服务行业已是中国电商行业的成熟业态，根据商务部《中国电子商务报告 2021》，2021 年中国电子商务服务业市场规模达 6.4 万亿元，同比增速达到 17.42%。

2、公司业务模式为行业普遍业务模式

公司主营业务包括互联网零售服务和线下分销，其中互联网零售服务分为电商零售、电商分销和电商代运营模式。公司各业务模式系电商综合服务行业普遍采取的业务模式，与同行业可比公司类似业务模式基本相同。公司业务模式与同行业可比公司业务模式的对应关系如下：

公司名称	拉拉米	丽人丽妆	壹网壹创	若羽臣	凯淳股份
------	-----	------	------	-----	------

可比公司业务模式 与公司对 应关系	互联网零售服务-电商零售	电商零售	品牌线上营销服务	线上代运营-零售模式	品牌线上销售服务-零售模式
	互联网零售服务-电商代运营	品牌营销运营服务	品牌线上管理服务	线上代运营-服务费模式	品牌线上运营服务
	互联网零售服务-电商分销、线下分销	其他业务	线上分销	渠道分销	品牌线上销售服务-分销模式
	NA	NA	NA	NA	客户关系管理服务
	NA	NA	内容服务	品牌策划	NA

（二）公司经营业绩稳定

1、公司营业收入和净利润稳健发展

2019 年至 2021 年，公司营业收入分别为 76,086.73 万元、78,350.51 万元、84,034.64 万元，保持持续增长态势，净利润分别为 6,387.48 万元、5,808.82 万元、6,017.50 万元，在行业普遍遭受宏观市场冲击时保持稳健，显示了公司业务的韧性。

2、公司与主要品牌方合作保持稳定

作为境外优质化妆品的电商综合服务商，公司目前在中国市场成功孵化了 Naris（娜丽丝）、Byphasse（蓓昂丝）、Ziaja（齐叶雅）、Gifrer（肌肤蕾）、Casmara（卡蔓）等境外化妆品品牌。2019 年至 2022 年 1-6 月，公司孵化品牌收入占主营业务收入比分别为 80.29%、81.01%、75.12%及 74.59%。同时公司品牌矩阵不断扩大，合作品牌数量在报告期内分别为 18 个、22 个、28 个和 27 个，公司合作的品牌方遍布日本、西班牙、法国、波兰、澳大利亚、比利时、美国等多个国家或地区。

公司与主要品牌方长期互信，建立了良好的合作关系，为公司长期稳定地带来收益。报告期各期公司前五大品牌保持稳定，各期前五大品牌合计主营业务收入占比均达 80%以上。公司报告期内销售入口径的前五大品牌方合作历史情况如下：

品牌方	公司名称	所在地区	合作历史
-----	------	------	------

品牌方	公司名称	所在地区	合作历史
Naris（娜丽丝）	Naris Cosmetics Co Ltd	日本	双方于 2017 年开始合作，并于 2020 年签订了长期合同
Avene（雅漾）	Pierre Fabre Dermo-Cosmetique	法国	双方于 2018 年开始合作
Byphasse（蓓昂丝）	Dober Import-Export S.L.	西班牙	双方于 2015 年开始合作
Gifrer（肌肤蕾）	GIFRER BARBEZAT	法国	双方于 2015 年开始合作
Ziaja（齐叶雅）	Ziaja Ltd	波兰	双方于 2016 年开始合作
Casmara（卡蔓）	Casmara cosmetics S.A.	西班牙	双方于 2021 年开始合作

3、公司具备突出的竞争优势以支持其长期发展

（1）精准敏锐的细分市场赛道和品牌挖掘能力

基于对中国化妆品市场特性和市场空白的深刻洞察，公司善于主动挖掘海外优质化妆品品牌，结合中国消费者需求和产品特点，帮助其拓展中国市场。全球有众多化妆品品牌，其中不乏品质优秀、功效突出但不为中国市场所熟悉的化妆品品牌，其品牌在中国有极大市场空间。公司敏锐捕捉到这一市场空白，深入全球化妆品市场，聚焦优质品牌，与之建立起紧密合作。凭借在中国市场拥有丰富品牌管理能力和多个海外品牌中国本土化的成功案例，公司赢得了诸多海外品牌方的青睐，借此引入中国市场。报告期内，公司持续扩大品牌矩阵，合作品牌原产地涵盖日本、波兰、法国、西班牙、澳大利亚、比利时、美国等。

（2）成熟的海外品牌本土化孵化体系

公司根据多年深耕中国市场经验，总结出了品牌孵化的“单品爆款→爆款群→新锐品牌”方法论。以防晒品类为例，公司通过研究各类数据显示，防晒类目在中国市场增速迅猛，迅速在全球范围内筛选符合当时国内消费者需求的品牌：Naris 娜丽丝，通过对比消费者在防晒类目对功能、价格、场景、认知等多方面的需求和竞品的优劣势，确定“防晒喷雾”作为细分赛道的核心单品，同时制定有竞争力的渠道策略，配合精准高效的品牌传播投放，打造“单品爆款：Naris 娜丽丝防晒喷雾”；第二步，基于成功的单品爆款打造，数据显示防晒大类目下，关联产品“防晒霜”市场份额大且增速明显，在娜丽丝成功获得“天猫防晒喷雾类目

第一”后，公司扩充“娜丽丝防晒霜”产品线，并形成多样化品牌产品矩阵，从而实现“单品爆款→爆款群”的突破；第三，围绕爆款群，公司持续加强娜丽丝品牌投入，通过明星，社交媒体等多媒体全方位打造品牌口碑和热度，从而实现“爆款群→新锐品牌”的突破，娜丽丝目标成为“专业防晒”领域的领导者。除此之外，公司将市场和销售信息整理反馈至品牌方，辅助品牌方进行新一轮的产品升级和新产品研发，进一步提升品牌影响力和产品力。

（3）多品牌矩阵布局

公司服务品牌和行业覆盖范围持续扩大，品牌矩阵价值持续提升。目前，公司合作品牌涉及面部护理、身体护理、母婴用品、防晒、彩妆等诸多品类，消费用户群体涵盖覆盖不同年龄段，产品价位覆盖不同层级消费市场。公司在原有的品牌基础上，紧扣化妆品市场发展潮流和趋势，依托多品牌矩阵布局，不断打出组合拳，形成涵盖各消费层次、各专业领域系列的的品牌矩阵，以此吸引和维护更多的消费者。

这不仅推动了公司业绩的增长，也提升公司的抗风险能力，而且有效形成公司在上述细分领域市场多方位品牌护城河。公司未来将持续丰富品牌矩阵，深耕细分领域，引入新品牌，形成品牌矩阵叠加效应，提高整体的市场占有率，进而提高公司整体的业绩。

（4）全销售渠道网络覆盖能力

在铺设覆盖全国主流销售渠道方面，公司的销售渠道涵盖了天猫、京东、唯品会、拼多多、抖音等线上主流电商平台和屈臣氏、万宁、名创优品等线下主流实体渠道。针对化妆品行业移动端快速发展的趋势特征，公司开始深耕移动互联网端的渠道，并储备了大量的新媒体资源。公司熟知不同渠道的用户特征和用户需求，根据不同的品牌品类定位，有针对性的制定品牌营销和渠道策略，同时辅以灵活的推广策略，以品牌在单一渠道的市场地位为基础，快速扩大品牌和渠道影响力，从而全面突破形成多个渠道的市场销售。

（5）完善的供应链网络

在构建全球供应链网络方面，公司经过多年的国际合作，积累了大量优质的全球供应链资源，并以此为基础，构造搭建了覆盖欧洲、美洲、亚洲等地区的全球供应链网络体系，通过公司完善的供应链网络设计、供应链流程再造和优化，已形成海运（欧亚线、太平洋线、亚洲近洋线）、空运及中欧班列等多条较为固定的路线，合作伙伴包括德迅物流、德国辛克物流、迈辉物流等国际知名货运代理服务提供商。

（三）公司规模较大

1、公司满足主板上市相关财务指标要求

公司满足《上市规则》之 3.1.2 第一款所规定第一套财务指标要求，具体情况如下：

第一套财务指标	公司情况	是否满足
最近三年净利润均为正，且最近三年净利润累计不低于 1.5 亿元，最近一年净利润不低于 6,000 万元	2019 年、2020 年、2021 年，公司合并报表中归属于母公司的净利润（以扣除非经常性损益前后较低者为计算依据）分别为 6,372.43 万元、5,682.74 万元、6,017.50 万元，累计 1.81 亿元	是
最近三年经营活动产生的现金流量净额累计不低于 1 亿元或者营业收入累计不低于 10 亿元	2019 年、2020 年、2021 年，公司营业收入累计 23.85 亿元	是

2、公司净利润规模处于同行业上市可比公司区间

公司净利润规模处于同行业上市可比公司区间，体现出公司与同行业上市公司具有可比性的业务规模，具体情况如下：

单位：万元

公司名称	股票代码	2022 年 1-6 月净利润	2021 年净利润
壹网壹创	300792.SZ	11,229.79	35,973.87
若羽臣	003010.SZ	911.50	2,868.36
丽人丽妆	605136.SH	550.54	40,981.51
凯淳股份	301001.SZ	-1,453.26	4,840.21
公司	-	1,466.56	6,044.55

3、公司属于国家统计局标准下的大型企业

公司主要从事境外化妆品品牌相关的互联网零售服务和线下分销。根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订）和《国民经济行业分类与代码》（GB/T4754-2017）分类标准，公司所处行业属于“信息传输、软件和信息技术服务业（I）”下的“互联网和相关服务（I64）”。

根据国家统计局《统计上大中小微型企业划分办法（2017）》，软件和信息技术服务业企业，从业人员大于300人，营业收入大于1亿元的，属于大型企业。

截至2022年6月30日，公司员工人数为415人；2021年、2022年1-6月，公司营业收入分别为84,034.64万元、42,403.75万元。公司人员规模和收入规模均满足国家统计局规定的大型企业标准，因此，公司属于大型企业。

（四）公司具有行业代表性

1、公司以品牌孵化为核心的业务模式具有行业代表性

品牌孵化业务能加强电商服务企业对品牌的话语权和提高盈利能力，是若羽臣、丽人丽妆等同行电商服务企业目前发力的增长点，而公司以品牌孵化为核心，报告期内，公司孵化品牌收入占主营业务收入比分别为80.29%、81.01%、75.12%及74.59%，在同行业内具有显著的前瞻性和代表性。公司自成立之初就专注于化妆品行业，致力于发掘和孵化境外化妆品品牌，创造了独树一帜的品牌运营模式。公司经过多年的摸索试错和方法迭代，拥有成熟的品牌孵化方法论，具备深厚的行业经验，拥有为境外化妆品品牌方提供定制服务的核心能力。公司已经成功孵化了Naris（娜丽丝）、Byphasse（蓓昂丝）、Ziaja（齐叶雅）、Gifrer（肌肤蕾）、Casmara（卡蔓）等品牌的明星单品，在电商领域获得了较强的影响力和示范效应。

2、公司凭借软件技术能力开展业务具有行业代表性

互联网与信息化技术的进步是电商综合服务行业以及线上消费市场发展的关键推动力，电商综合服务行业的技术水平主要体现在电子商务技术、供应链管

理技术以及企业信息化管理技术。公司主要从事境外化妆品品牌的电商综合服务，为提高精细化综合服务能力和运营效率，公司持续投入开发店铺配套支持系统和分销业务配套系统，在技术创新和系统开发上取得了多项成果。截至 2022 年 6 月 30 日，公司已获得 33 项计算机软件著作权。

公司凭借技术研发和服务能力获得多项奖项资质与资金扶持。2018 年，公司获得广州市科技型中小企业技术创新专项资金。2020 年 12 月，公司被广东省科学技术厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局联合认定为高新技术企业。2021 年 1 月，公司入选广东省科学技术厅等联合认定的广东省 2020 年技术先进型服务企业名单。

公司制定了《技术研发中心管理制度》《科技研发项目管理办法》《科技研发项目经费管理办法》等系列办法，从组织论证、审批立项、过程管理和结题验收等方面科学地指导研发人员进行项目立项验收，有效提高了研发效率；通过研发费用预算管理，确保研发费用合理使用。公司制定了《科技成果评比与奖励管理办法》等系列办法，规范了研发人员招聘、培养、考核、激励和发展等管理流程，优化了创新人才管理制度，为公司技术创新发展提供了有力的人才保障。

3、公司获得多项行业代表性奖项

公司在化妆品行业中独树一帜，凭借出色的行业深度认知、专业运营能力和技术服务水平获得了众多业内机构的认可。公司获得的主要成就与荣誉奖项如下：

序号	时间	成就与荣誉奖项	组织部门
1	2021 年 12 月	2021 万宁健美赏-Byphasse	万宁
2	2021 年 11 月	男士彩妆品牌市场交易量排行第 2 名-Shakeup	生意参谋
3	2021 年 11 月	2021 年双十一天猫国际回购榜第一、热销榜第五-Byphasse	天猫国际
4	2021 年 10 月	2021 屈臣氏 HWB 榜单-必试榜-Byphasse	屈臣氏
5	2021 年 4 月	2021 年天猫国际亿元俱乐部-Naris	天猫国际
6	2021 年 1 月	广东省 2020 年技术先进型服务企业名单	广东省科学技术厅等
7	2020 年 11 月	2020 年双十一京东国际美妆战报品牌成交额 TOP10-Avene	京东国际
8	2020 年 8 月	2020 屈臣氏 HWB 榜单-国民级种草榜-Byphasse	屈臣氏
9	2020 年 8 月	2020 屈臣氏 HWB 榜单-国民级种草榜-Naris	屈臣氏
10	2020 年 4 月	2020 年天猫亿元俱乐部-Naris	天猫国际

序号	时间	成就与荣誉奖项	组织部门
11	2020 年 4 月	2020 年天猫亿元俱乐部-Byphasse	天猫国际
12	2020 年 4 月	2020 年天猫亿元俱乐部- Avene	天猫国际
13	2020 年 4 月	2020 INS BEAUTY 挚爱拍档	天猫国际
14	2020 年 4 月	2020 年第二季度五星级服务商	天猫国际
15	2019 年 6 月	2019 华南电商金标奖“最具品牌价值企业”奖项	广州电子商务行业协会
16	2019 年 6 月	2019 华南电商金标奖“年度品质电商企业”奖项	广州电子商务行业协会
17	2019 年 3 月	RE:CIPE 获奖天猫金妆年度防晒奖	天猫国际
18	2019 年 1 月	Byphasse、RE:CIPE 荣获天猫国际 2019 财年亿元俱乐部	天猫国际

八、保荐机构对发行人是否符合上市条件的说明

（一）发行人符合《证券法》规定的发行条件

保荐机构依据《证券法》第十二条关于申请发行新股的条件，对发行人本次证券发行是否符合《证券法》规定的发行条件进行了尽职调查和审慎核查，核查结论如下：

1、发行人具备健全且运行良好的组织机构，符合《证券法》第十二条第一款第（一）项的规定；

2、发行人具有持续经营能力，符合《证券法》第十二条第一款第（二）项之规定；

3、发行人最近三年财务会计报告被出具无保留意见审计报告，符合《证券法》第十二条第一款第（三）项之规定；

4、发行人及其控股股东、实际控制人最近三年不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，符合《证券法》第十二条第一款第（四）项之规定；

5、发行人符合经国务院批准的国务院证券监督管理机构规定的其他条件，符合《证券法》第十二条第一款第（五）项之规定：中国证监会发布的《注册管

理办法》对于首次公开发行股票并上市规定了相关具体发行条件，保荐机构对发行人符合该等发行条件的意见请见下文第（二）部分。

保荐机构认为，发行人符合《证券法》规定的关于首次公开发行新股的发行条件。

（二）发行人符合《注册管理办法》规定的发行条件

本保荐机构对发行人是否符合《注册管理办法》规定的发行条件进行了逐项核查，核查意见如下：

1、本保荐机构核查了发行人的工商档案、《公司章程》、三会文件、内部制度等文件。发行人系拉拉米有限整体变更设立的股份有限公司，发行人持续经营时间从拉拉米有限成立之日（即 2012 年 8 月 30 日）起算，至今已持续经营三年以上。发行人具备健全且运行良好的组织结构，已依法建立股东大会、董事会、监事会以及独立董事、董事会秘书、董事会专门委员会等机构，并制定相应的议事规则和工作制度，发行人相关机构和人员能够依法履行职责。发行人符合《注册管理办法》第十条的规定：“发行人是依法设立且持续经营三年以上的股份有限公司，具备健全且运行良好的组织机构，相关机构和人员能够依法履行职责。有限责任公司按原账面净资产值折股整体变更为股份有限公司的，持续经营时间可以从有限责任公司成立之日起计算。”

2、本保荐机构核查了发行人《审计报告》《内控鉴证报告》，并核查发行人的原始报表、内部控制流程及其运行效率。经核查，发行人符合《注册管理办法》第十一条的规定：“发行人会计基础工作规范，财务报表的编制和披露符合企业会计准则和相关信息披露规则的规定，在所有重大方面公允地反映了发行人的财务状况、经营成果和现金流量，最近三年财务会计报告由注册会计师出具无保留意见的审计报告。发行人内部控制制度健全且被有效执行，能够合理保证公司运行效率、合法合规和财务报告的可靠性，并由注册会计师出具无保留结论的内部控制鉴证报告。”

3、本保荐机构核查了发行人设立至今相关的工商档案资料、主要产权属证明文件、主要业务合同、主管机构出具的证明文件，进行公开信息查询，对发

行人主要股东、管理团队和主要客户供应商进行访谈并取得相关声明承诺。经核查，发行人业务完整，具有直接面向市场独立持续经营的能力，资产完整，业务及人员、财务、机构独立，符合《注册管理办法》第十二条第（一）项的规定：“资产完整，业务及人员、财务、机构独立，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，不存在严重影响独立性或者显失公平的关联交易。”

4、本保荐机构核查了发行人设立至今相关的工商档案资料、历次董事会和股东大会相关文件，对发行人控股股东和实际控制人进行访谈并取得相关声明承诺，进行公开信息查询。经核查，发行人的主营业务为境外化妆品品牌的电商综合服务，主营业务、控制权和管理团队稳定，最近三年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；发行人的股份权属清晰，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷；发行人自设立至今实际控制人一直为李天天，最近三年实际控制人没有发生变更。发行人符合《注册管理办法》第十二条第（二）项的规定：“主营业务、控制权和管理团队稳定，首次公开发行股票并在主板上上市的，最近三年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；首次公开发行股票并在科创板、创业板上市的，最近二年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；首次公开发行股票并在科创板上市的，核心技术人员应当稳定且最近二年内没有发生重大不利变化；发行人的股份权属清晰，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷，首次公开发行股票并在主板上市的，最近三年实际控制人没有发生变更；首次公开发行股票并在科创板、创业板上市的，最近二年实际控制人没有发生变更。”

5、本保荐机构核查了发行人主要资产权属证明、重大业务合同、报告期内涉及的诉讼仲裁案件文书，进行公开信息查询、对发行人管理团队和业务团队进行访谈。经核查，发行人符合《注册管理办法》第十二条第（三）项的规定：“不存在涉及主要资产、核心技术、商标等的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或者将要发生重大变化等对持续经营有重大不利影响的事项。”

6、本保荐机构核查了发行人的营业执照、《公司章程》、有关产业政策、业

务合同等,取得了相关主管部门出具的合规证明,并对发行人相关人员进行访谈。经核查,发行人符合《注册管理办法》第十三条第一款的规定:“发行人生产经营符合法律、行政法规的规定,符合国家产业政策。”

7、本保荐机构对发行人、控股股东、实际控制人相关人员进行访谈,取得了相关主管部门出具的合规证明文件、发行人及控股股东、实际控制人出具的说明,进行公开信息查询。经核查,发行人符合《注册管理办法》第十三条第二款的规定:“最近三年内,发行人及其控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪,不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。”

8、本保荐机构对发行人相关人员进行访谈,取得了发行人董事、监事、高级管理人员出具的调查表、公安机关出具的无犯罪记录证明,进行公开信息查询。经核查,发行人符合《注册管理办法》第十三条第三款的规定:“董事、监事和高级管理人员不存在最近三年内受到中国证监会行政处罚,或者因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查且尚未有明确结论意见等情形。”

(三) 发行人符合《深圳证券交易所股票上市规则》规定的上市条件

1、发行人本次证券发行符合《证券法》《注册管理办法》规定的发行条件,符合《深圳证券交易所股票上市规则》第 3.1.1 条第一款第(一)项的规定。

2、发行人本次公开发行前总股本为 6,000 万股,根据本次发行方案,本次发行股票数量不超过 2,000 万股,发行后总股本不低于 5,000 万股,符合《深圳证券交易所股票上市规则》第 3.1.1 条第(二)项的规定。

3、发行人本次公开发行前总股本为 6,000 万股,根据本次发行方案,本次发行股票数量不超过 2,000 万股,公开发行股份比例不低于 25%,符合《深圳证券交易所股票上市规则》第 3.1.1 条第(三)项的规定。

4、公司满足《深圳证券交易所股票上市规则》第 3.1.2 条第一款所规定第一套财务指标要求,具体情况如下:

第一套财务指标	公司情况	是否满足
最近三年净利润均为正，且最近三年净利润累计不低于 1.5 亿元，最近一年净利润不低于 6,000 万元	2019 年、2020 年、2021 年，公司合并报表中归属于母公司的净利润（以扣除非经常性损益前后较低者为计算依据）分别为 6,372.43 万元、5,682.74 万元、6,017.50 万元，累计 1.81 亿元	是
最近三年经营活动产生的现金流量净额累计不低于 1 亿元或者营业收入累计不低于 10 亿元	2019 年、2020 年、2021 年，公司营业收入累计 23.85 亿元	是

综上，保荐机构认为发行人符合《深圳证券交易所股票上市规则》规定的上市条件。

九、保荐机构对发行人持续督导工作的安排

事项	安排
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	1、督导发行人有效执行并进一步完善已有的防止控股股东、实际控制人、其他关联方违规占用发行人资源的制度； 2、与发行人建立经常性沟通机制，持续关注发行人上述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、监事、高级管理人员利用职务之便损害发行人利益的内部控制制度	1、督导发行人有效执行并进一步完善已有的防止董事、监事、高级管理人员利用职务之便损害发行人利益的内部控制制度； 2、与发行人建立经常性沟通机制，持续关注发行人上述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	1、督导发行人有效执行并进一步完善《公司章程》《关联交易管理制度》等保障关联交易公允性和合规性的制度，履行有关关联交易的信息披露义务； 2、督导发行人及时向保荐机构通报将进行的重大关联交易情况，并对关联交易发表意见。
4、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	1、督导发行人执行已制定的《募集资金管理办法》等制度，保证募集资金的安全性和专用性； 2、持续关注发行人募集资金的专户储存、投资项目的实施等承诺事项； 3、如发行人拟变更募集资金及投资项目等承诺事项，保荐机构要求发行人通知或咨询保荐机构，并督导其履行相关信息披露义务。

事项	安排
5、持续关注发行人为他人提供担保等事项，并发表意见	1、督导发行人执行已制定的《对外担保管理制度》等制度，规范对外担保行为； 2、持续关注发行人为他人提供担保等事项； 3、如发行人拟为他人提供担保，保荐机构要求发行人通知或咨询保荐机构，并督导其履行相关信息披露义务。
6、保荐协议对保荐机构的权利、履行持续督导职责的其他主要约定	1、指派保荐代表人或其他保荐机构工作人员或保荐机构聘请的第三方机构列席发行人的股东大会、董事会和监事会会议，对上述会议的召开议程或会议议题发表独立的专业意见； 2、指派保荐代表人或保荐机构其他工作人员或聘请的第三方机构定期对发行人进行实地专项核查。
7、发行人和其他证券服务机构配合保荐机构履行保荐职责的相关约定	1、发行人已在保荐协议中承诺全力支持、配合保荐机构做好持续督导工作，为保荐机构的保荐工作提供必要的条件和便利，及时、全面提供保荐机构开展保荐工作、发表独立意见所需的文件和资料，并确保发行人董事、监事、高级管理人员尽力协助保荐机构进行持续督导； 2、发行人如聘请律师事务所和/或其他证券服务机构协助其在持续督导期间履行义务的，应督促该等证券服务机构协助保荐机构做好保荐工作。

十、保荐机构和相关保荐代表人的联系地址、电话和其他通讯方式

保荐机构（主承销商）：中国国际金融股份有限公司

法定代表人：沈如军

保荐代表人：朱力、张军锋

联系地址：北京市朝阳区建国门外大街1号国贸大厦2座27层及28层

邮编：100004

电话：（010）6505 1166

传真：（010）6505 1156

十一、保荐机构认为应当说明的其他事项

无其他应当说明的事项。

十二、保荐机构对本次股票上市的推荐结论

本机构作为广州拉拉米信息科技股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市的保荐机构，按照《公司法》《证券法》《注册管理办法》《证券发行上市保荐业务管理办法》《保荐人尽职调查工作准则》等法律法规和中国证监会的有关规定，通过尽职调查和对申请文件的审慎核查，并与发行人、发行人律师及发行人审计师充分沟通，认为广州拉拉米信息科技股份有限公司具备首次公开发行股票并在主板上市的基本条件。因此，本机构同意保荐广州拉拉米信息科技股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市。

（以下无正文）

（本页无正文，为中国国际金融股份有限公司《关于广州拉米信息科技股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市的上市保荐书》之签章页）

董事长、法定代表人：


沈如军

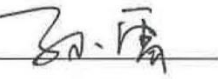
2023 年 2 月 28 日

首席执行官：


黄朝晖

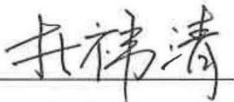
2023 年 2 月 28 日

保荐业务负责人：


孙 雷

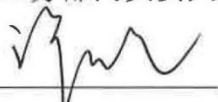
2023 年 2 月 28 日

内核负责人：


杜祎清

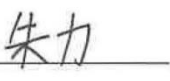
2023 年 2 月 28 日

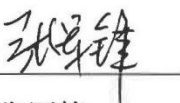
保荐业务部门负责人：


许 佳

2023 年 2 月 28 日

保荐代表人：


朱 力


张军锋

2023 年 2 月 28 日

项目协办人：


王 伟

2023 年 2 月 28 日

保荐机构公章

中国国际金融股份有限公司



2023 年 2 月 28 日