中信证券股份有限公司

关于

广州环亚化妆品科技股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市

之

上市保荐书

保荐机构（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）

二〇二三年六月

目 录

目 录 1

声 明 2

第一节 本次证券发行基本情况 3

一、发行人基本情况 3

二、本次发行情况 11

三、保荐代表人、项目协办人及其他项目组成员情况 12

四、保荐人与发行人的关联关系 14

第二节 保荐人承诺事项 16

第三节 保荐人对本次证券发行上市的保荐结论 17

一、本次发行履行了必要的决策程序 17

二、保荐机构关于发行人是否符合板块定位及国家产业政策的说明及核查情况 17

三、是否符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2023 年修订）》规定的上市条件 24

四、保荐机构结论 25

五、对公司持续督导期间的工作安排 25

声 明

中信证券股份有限公司（以下简称“中信证券”、“保荐人”或“保荐机构”）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》、**《首次公开发行股票注册管理办法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2023 年修订）》**《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。

（本上市保荐书中如无特别说明，相关用语具有与《广州环亚化妆品科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》中相同的含义）

第一节 本次证券发行基本情况

一、发行人基本情况

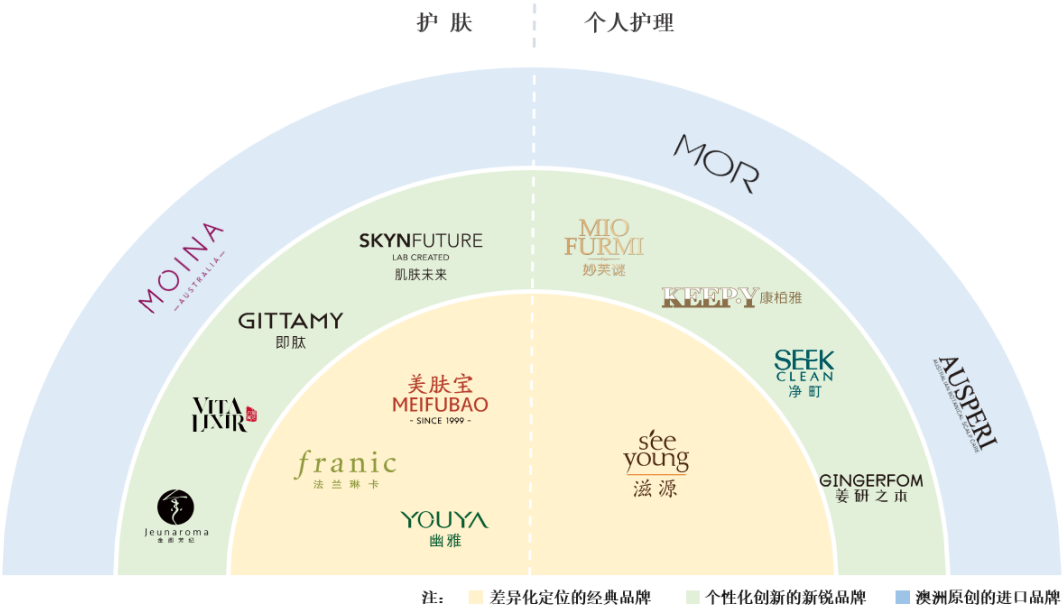
（一）发行人基本信息

公司名称：	广州环亚化妆品科技股份有限公司
英文名称：	Guangzhou Uniasia Cosmetic Technology Co., Ltd.
注册资本：	53,600 万元人民币
法定代表人：	胡兴国
有限公司成立日期：	2006 年 2 月 16 日
整体变更设立日期：	2021 年 11 月 2 日
公司住所：	广州高新技术产业开发区广州科学城科林路 15 号
邮政编码：	510663
电话号码：	020-32098888
传真号码：	020-32088833
互联网网址：	www.china-huanya.com
电子信箱：	uniasia@china-huanya.com
负责信息披露和投资者关系部门：	董事会办公室
董事会办公室负责人：	康霓
董事会办公室电话号码：	020-32098888-8088

（二）发行人的主营业务

公司是一家集研发、生产、销售、服务为一体的综合性化妆品企业。公司坚持“多品牌、多品类、全渠道、全球经营”的发展战略，经过多年发展，积累了广泛的市场认知度与品牌影响力。

公司旗下拥有“美肤宝 MEIFUBAO”、“法兰琳卡 FRANIC”、“滋源 SEEYOUNG”、“肌肤未来 SKYNFUTURE”四大品牌，以及“澳魅 MOR”、“康柏雅 KEEP·Y”、“幽雅 YOUYA”、“即肽 GITTAMY”、“御芝丹青 VITALIXIR”、“妙芙谜 MIOFURMI”等细分品牌，产品种类涵盖护肤、洁肤、洗护发、身体护理等日化用品。公司通过多品牌、多品类的全面覆盖，满足不同年龄、消费偏好、消费层次的消费者需求。



公司采用直营、经销、代销相结合的销售模式，坚持多渠道布局、线上线下并重的营销战略，已经建立起覆盖日化专营店、商场超市、百货专柜、化妆品零售连锁店以及电子商务平台等多种渠道的营销网络，积累了较高的品牌知名度及稳定的用户群体。公司旗下品牌“美肤宝 MEIFUBAO”连续 8 年（2013 年-2020 年）被化妆品报评为中国化妆品防晒产品第一名；“滋源 SEEYOUNG”连续 7 年（2016 年-2022 年）获得屈臣氏中国颁发的 HWB“最佳品牌大奖”。根据 Euromonitor 数据，按 2020 年中国大陆市场零售渠道销售额计，“美肤宝 MEIFUBAO”是中国第一的国货防晒品牌；按 2021 年中国大陆市场零售渠道销售额计，“滋源 SEEYOUNG”是中国第一的无硅油头皮护理品牌。

公司是国内化妆品行业率先实现全球化布局的企业，主要澳洲品牌“澳魅 MOR”、“澳媛 AUSPERI”以及“莫伊纳 MOINA”销售区域覆盖全球多个国家和地区，包括英国、新西兰等。此外，公司在澳大利亚建设自有生产基地，对于公司持续开拓海外市场、发展海外自有品牌、吸引优质海外人才具有重要意义。

公司坚持“做冠军产品、创世界名牌”的战略目标，致力于成为“可持续化美妆产品领导者、国际化的践行者”。公司通过设立环亚研究院、与高校开展技术合作，持续引进优秀技术人才，提升公司研发实力；通过设立广东环亚美容化妆品博物馆，宣传普及中国美容化妆品历史，提升品牌文化底蕴积淀。未来公司将继续把握中国化妆品行业发展趋势，充分发挥自身在品牌影响力、产品质量、销售渠道、研发生产效率等多方面的优势，坚持以技术创新、品牌创新、营销创新和模式创新驱动企业发展，整合国内外

优势资源，致力于成为中国最具竞争力的日化企业。

自成立以来，公司主营业务未发生重大变化。

（三）发行人的核心技术

公司自成立以来，便将研发工作与建设研发团队放在关乎公司生存发展的重要位置，持续推动技术研发。公司于 2007 年开始成立研究院，先后于 2012 年、2015 年成立中国总部研究院与澳大利亚研究院两大研发中心。公司研发团队专注于化妆品行业前瞻性、基础性技术研究与颠覆性、突破性技术的创新，在无硅油、无硫酸盐头皮护理技术、全波段低刺激防晒技术、多重美白技术等方面实现了较强的技术优势与产品转化能力，助推公司走上行业领先地位。

截至 2022 年 12 月 31 日，公司拥有专利 175 项，发表 112 篇科技学术论文，获得了 36 项科技成果鉴定（其中国际领先 2 项，国际先进 3 项），获得以广东省科技进步奖为标志的科技进步奖 33 项。

公司核心技术主要情况如下表所示：

序号	名称	技术内容描述	用于的主要产品	取得方式
1	头皮护理技术	从头皮护理的角度，研制了无二噁烷的带入、温和、环境友好的以氨基酸表面活性剂为主成分的新型洗发香波。该技术研究了氨基酸表面活性剂对胶束聚集形态的影响，解决了以氨基酸表面活性剂为主成分的洗发香波增稠难、泡沫不丰富和头发调理性差等行业难题，项目实现了产业化。	滋源无硫酸盐健康洗护品 滋源保湿健康洗护品 滋源强根健发洗护品 滋源去屑健康洗护品 滋源香氛健康洗护品	自主取得
2	全波段低刺激防晒技术	从广谱光防护的角度出发，通过对多种天然植物的筛选以及紫外线吸收、抗氧化、刺激性效果评价，采用新型包裹技术和复合乳化技术，研制了一种具有广谱防晒功能的化妆品，具有安全性好，稳定性好，肤感清爽等特点，项目实现了产业化。	全波段防晒护肤品	自主取得
3	多重美白技术	着眼于美白关键——“降低黑色素生成的连锁反应”，针对 4 种反应途径对黑色素产生源头进行靶向控制，通过天然植物提取技术获得具有较好的美白效果和皮肤修护效果的**中国草本**提取物和组合物，结合天然美白剂和化学美白剂的筛选与复配及包裹等关键技术，研制具有长效美白的护肤产品，且温和、安全和无刺激。	美肤宝汉方美白护肤品	自主取得
4	天然无添加技术	采用“六无添加”技术，无酒精、无色素、无尼泊金酯类、无合成香精、无矿物油、无动物成分，并结合天然植物精油和多元醇等天然抑菌成分，研制得到天然温和的护肤品。	法兰琳卡天然有机护肤品	自主取得
5	天然有机护肤技术	按照欧盟天然有机化妆品的标准，从成分筛选、配方设计、功效验证、生产工艺等方面进行了严格的把控，研制得到温和、天然、有效的有机系列护肤品。	法兰琳卡天然有机护肤品	自主取得
6	多重乳化技术	在水包油的液滴中再次加入油包水液滴的“W/O/W 型”乳化技术，具有与微胶囊和脂质	**美肤宝抗皱紧致系列产品**	自主取得

序号	名称	技术内容描述	用于的主要产品	取得方式
		体类似的结构与功能，起到缓释作用并延长功效成分的作用时间。“W/O/W 型”多重乳化技术特点在于拥有独特的使用肤感，兼具滋润感和舒适感，可显著增强皮肤的保湿性，是含有生物活性成分化妆品较理想的剂型。		
7	天然植物保湿技术	研究和筛选天然植物来源的油脂、保湿剂、乳化剂以及具有屏障修复功效的活性物原料进行科学配比，在保证其肤感和功效的原则上尽可能多的做到了植物添加，充分发挥了天然原料功效。研制得到安全性高、肤感优异、稳定性好、功效明显的保湿化妆品。	美肤宝汉方保湿系列护肤品	自主取得
8	氨基酸洁面技术	采用氨基酸表面活性剂的筛选与复配技术，制备得到的洁面产品在稳定性和安全性等方面都有较好的表现，解决了市面上常见氨基酸洁面产品普遍存在的稳定性差、泡沫少的技术难题；同时该氨基酸洁面产品还具有泡沫丰富细腻，洗后不紧绷干燥等特点，技术领先于市面同类氨基酸洁面产品。	氨基酸洁面系列产品	自主取得

（四）发行人的研发水平

公司高度重视自身研发创新能力提升及研发人员团队建设，坚持以自主研发为主，在全球设立中国总部研究院及澳大利亚研究院两大研发中心，公司研发人员通过自有的研发设备进行独立的研发工作，专注于美妆及个护行业前瞻性、基础性技术研究与突破性、颠覆性技术的创新。公司自主研发项目管理可分为特色功效成分开发管理、配方体系及功效成分应用开发管理、包材研发管理、执行标准开发管理四部分；研发流程主要分为需求评估、研发设计、标准品检测、标准书制作、稳定性观察、标准品评审、配方输出审核环节等。

此外，公司曾先后与北京工商大学、中山大学、华南理工大学、华南师范大学、广州质量监督检测研究院、日本美研创新株式会社、广东轻工职业技术学院等高校及科研机构开展产学研项目合作，协同开展项目合作研究试验等工作，开发双方严格依照合同中研发成果的分配方案执行。合作及委托研发模式下，公司充分发挥外部研发力量的协同作用，进一步提升公司研发效率。

报告期内，公司研发费用分别为 5,734.57 万元、6,489.27 万元和 6,605.52 万元，占营业收入的比例分别为 2.88%、3.01%和 3.15%。公司最近三年研发费用累计为 18,829.37 万元，较高的研发投入促进了公司创新能力的提升，加速了技术成果转化。。

（五）发行人在报告期内的主要经营和财务数据及指标

报告期内，公司主要财务数据及财务指标如下：

项目	2022 年度/2022-12-31	2021 年度/2021-12-31	2020 年度/2020-12-31
资产总额（万元）	**144,405.95**	158,472.21	173,337.38
归属于母公司的所有者权益（万元）	**100,568.55**	77,814.79	91,013.57
资产负债率（母公司）（%）	**22.27**	25.63	24.26
营业收入（万元）	**209,450.50**	215,716.74	198,777.59
净利润（万元）	**22,840.60**	18,724.64	24,083.21
归属于母公司所有者的净利润（万元）	**22,809.31**	18,760.78	25,039.63
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	**19,907.75**	18,522.11	24,690.39
基本每股收益（元）	**0.43**	0.35	-
稀释每股收益（元）	**-**	-	-
加权平均净资产收益率（%）	**25.57**	21.78	26.70
经营活动产生的现金流量净额（万元）	**33,854.48**	24,127.35	17,743.70
现金分红（万元）	**-**	35,000.00	16,000.00
研发投入占营业收入比例（%）	**3.15**	3.01	2.88

注 1：公司不存在稀释性潜在普通股，稀释每股收益不适用；
注 2：公司于 2021 年 11 月完成股改，2020 年每股收益不适用。

（六）发行人的主要风险

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，公司部分产品通过与经销商合作进行销售。报告期各期，公司通过经销商渠道实现的销售收入分别为 66,192.02 万元、55,496.50 万元及 **55,045.14 万元**，占主营业务收入的比例分别为 33.81%、25.83%及 **26.62%**。

采用与经销商的合作方式有利于销售网络的快速扩张，分散建立自有营销网络的投资风险，降低营销成本。目前公司经销商数量较多，地区分布较广，在增强公司市场推广能力的同时，也相应增大了公司的经销商管理风险。尽管公司于 2020 年下半年对美肤宝品牌开展客户渠道下沉计划，推出了一站式 B2B 在线销售平台——美肤宝优选平台，经销商渠道销售收入占比有所下降，但目前经销商仍是公司重要的销售渠道之一。如果未来经销商不能较好地理解公司的品牌理念和发展目标、或经销商的营销推广能力跟不上公司发展要求、或经销商对零售终端网点的管理不能及时体现公司的营销政策及

适应不断变化的竞争环境、或经销商违反合同约定或未按照法规要求销售公司产品等，都将对公司的产品、品牌形象产生不利影响，从而影响公司的销售收入。

2）消费者个体差异导致的潜在风险

化妆品直接作用于消费者肌肤，且一般持续使用周期较长。由于个人肤质受体质、生活环境、保养习惯等因素影响，存在一定的个体差异，消费者在使用产品后可能发生过敏或其他不适现象。这会导致消费者投诉、诉讼或者要求赔偿的情况出现，甚至会招致负面新闻报道。该等情况可能会影响消费者对公司品牌的信心，从而导致公司品牌价值受损和市场份额的丢失，或者导致公司陷入诉讼或者大额赔偿，从而将对公司的经营业绩产生重大不利影响。

3）技术人才流失风险

公司始终坚持自主研发，依托优秀的研发团队保证公司能够持续快速地向市场推出新产品，以不断满足市场和消费者对产品需求的变化。

化妆品行业作为高度竞争的行业，其人员流动性较强。如若同行业公司采取更为激进的人才引进策略，则公司现有的核心研发团队人员可能会部分流失。因此，公司未来将面临技术人才流失的风险。

4）境外经营风险

公司在中国香港、澳洲等境外地区拥有多家子公司。报告期各期，公司境外收入占主营业务收入的比例分别为 2.12%、2.10%及 1.72%；期末境外总资产占公司总资产的比例分别为 21.90%、24.08%及 26.80%。公司在境外设立机构并持续开展业务需要拥有一定的国际化管理能力，以及遵守所在国家和地区的法律法规。

因公司澳洲子公司生产及销售的部分品牌仍处于品牌培育阶段，且澳洲工厂投产时间较短，截至 2022 年 12 月末，公司澳洲子公司仍处于亏损状态。若公司无法有效开拓境外市场，澳洲公司相关资产存在减值风险，从而对公司经营业绩产生不利影响。

此外，如果境外业务所在国家和地区的法律法规、产业政策或者政治经济环境发生重大变化，或因国际关系紧张、战争、贸易制裁等无法预知的因素或其他不可抗力等情形，可能对发行人境外业务的正常开展、持续发展或对公司境外资产的安全性带来潜在不利影响。如果相关境外业务所在国家和地区在外汇管制、股利分配等方面存在限制，

相关境外子公司可能存在股利汇出限制风险，进而影响向母公司及时分配利润。

（2）管理风险

1）股权集中导致的控股股东、实际控制人控制公司的风险

本次发行前，实际控制人胡兴国先生、吴知情女士及胡根华先生合计控制公司 98.36%的股份表决权。本次发行后，预计胡兴国先生、吴知情女士及胡根华先生仍然处于绝对控股地位。实际控制人能够通过行使表决权的方式，对公司董事会成员的构成、经营决策、投资方向及股利分配政策等重大事项的决策施加重大影响。因此，公司存在股权集中导致的控股股东、实际控制人控制公司的风险。

2）业务规模扩大带来的管理风险

随着公司主营业务的不断拓展、产品数量的不断增长和产品结构的不断优化，尤其是本次发行股票募集资金到位后，公司总资产和净资产规模将大幅增加。如何建立更加有效的经营管理体系，进一步完善内部控制体系，引进和培养管理人才、技术人才和市场人才将成为公司面临的重要问题。如果公司经营管理体系及人力资源统筹能力不能匹配业务规模，未来公司的业务发展将因此受到不利影响。

（3）财务风险

1）经营业绩下滑的风险

报告期内，公司主营业务收入分别为195,762.30万元、214,841.59万元及**206,743.58万元**，2021 年度、**2022 年度**公司主营业务收入较上年同期增长 9.75%**与下降 3.77%**，净利润分别为 24,083.21 万元、18,724.64 万元及 **22,840.60 万元**，**2021 年度与 2022 年度**净利润较上年同期分别下降 22.25%**与增长 21.98%**。

2021 年，因公司销售宣传支出增加导致净利润有所下滑。如果未来化妆品行业的产业政策出现重大不利变化、行业竞争进一步加剧、公司与屈臣氏等大客户的合作稳定性出现重大不利变化、募投项目效益不及预期，或者公司出现品牌运营决策失误，尤其是在“6·18”、“双 11”、“双 12”等大促期间如果出现营销宣传费用大额投入后销售却不及预期的情况，则可能对公司业绩产生负面影响，导致公司业绩出现增速放缓或下滑的风险。

2）存货管理的风险

化妆品行业的特性要求化妆品生产企业的仓储、发货等必须及时满足终端消费的需求，因此，化妆品生产企业必须保持一定库存量的产品；同时，公司化妆品的品类及品牌较多，且需要对化妆品的有效期进行严格管理。这对公司的库存管理能力提出了较高要求。

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 32,814.80 万元、35,030.38 万元及 **30,587.65 万元**，存货周转率分别为 2.29 次/年、2.24 次/年及 **2.30 次/年**。公司存货规模较大且周转速度较慢，若公司销售增长放缓或供应链管理不当，导致存货周转速度继续放缓甚至库存积压，将会对公司的盈利能力产生不利影响。

3）所得税优惠政策变动的风险

2022 年 12 月 19 日，公司取得广东省科学技术厅、广东省财政厅和国家税务总局广东省税务局联合下发的《高新技术企业证书》（证书编号：**GR202244000917**，有效期三年）。根据《高新技术企业认定管理办法》及《中华人民共和国企业所得税法》的有关规定，公司自获得高新技术企业认定后三年内所得税税率为 15%，故公司在报告期内按 15%的优惠税率缴纳企业所得税。如果未来上述企业不再被认定为高新技术企业，则将不能继续享受所得税优惠税率，可能对发行人的经营业绩产生一定负面影响。此外，如果未来国家主管税务机关对上述所得税的税收优惠政策作出调整，也将对发行人的经营业绩和利润水平产生一定程度的影响。

2、与行业相关的风险

（1）宏观经济波动风险

公司所生产的化妆品主要销售对象是国内消费者。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。倘若中国的经济状况发生重大变化，如经济增长放缓或停滞，我国社会消费品零售总规模可能出现下降，消费者对化妆品产品的消费能力将可能受到一定影响，进而将对公司的经营业绩和财务状况产生重大不利影响。

（2）市场竞争风险

美妆及个护行业是充分竞争行业。随着更多国外品牌进入国内市场以及国内众多品牌企业实力的日益增强，化妆品品牌、产品之间的竞争将日益激烈。若公司不能在产品研发、产品质量处于领先优势，不能在品牌建设、销售网络建设和营销策略的设计等方

面适应市场竞争状况的变化，不能保持并不断提高市场占有率，公司将可能在市场竞争中无法保持自身的竞争优势，从而影响公司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

本次募集资金计划用于品牌建设与推广项目、研发中心升级项目、智能制造及信息系统升级项目、补充营运资金。该等项目是基于当前经济形势、市场环境、行业发展趋势及公司实际经营状况做出的。公司成功实施该等项目后，对于丰富产品结构、完善营销渠道和提升信息管理效率等具有重要意义，可进一步提高产品市场占有率、提升公司核心竞争力和增强抵御市场风险的能力。

如果因自身管理能力不足，或者市场环境发生极其不利变化、行业竞争加剧等原因，导致项目不能按照进度实施，这将对公司经营计划的实现和持续发展产生不利影响。

（2）募集资金投资项目收益风险

公司对本次发行的募集资金投资项目可行性进行分析时，虽已充分考虑和预测了行业的发展趋势、公司的研发能力和技术储备、用户需求的变化趋势等因素，但是仍无法避免前述各项假设因素变动超出预期，造成项目成本增加、投产后无法实现预期的市场回报等不利情况的出现，从而使公司面临募集资金投资项目无法达到预期收益的风险。

（3）摊薄即期回报的风险

本次发行后，公司的净资产将有所增加。由于存在一定的建设周期，募集资金投资项目在短期内无法立即产生收益，公司的每股收益及净资产收益率可能会因此有所下降，从而导致公司的即期回报被摊薄。

二、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 6,000 万股	**占发行后总股本比例**	不低于 10%
其中：发行新股数量	不超过 6,000 万股	**占发行后总股本比例**	不低于 10%
股东公开发售股份数量	本次发行不涉及老股转让	**占发行后总股本比例**	-
发行后总股本	不超过 59,600 万股		

每股发行价格	【】元		
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	【】	**发行前每股收益（元/股）**	【】
发行后每股净资产	【】元（按本次发行后归属于母公司股东的净资产除以发行后总股本计算，其中，发行后归属于母公司股东的净资产按经审计的截至【】年【】月【】日归属于母公司股东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/股）**	【】
发行市净率	【】倍（按每股发行价除以发行后每股净资产计算）		
发行方式	本次发行将采取网下向网下投资者询价配售与网上按市值申购定价发行相结合的方式，或中国证监会认可的其他发行方式		
发行对象	符合资格的网下投资者和在深圳证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（中国法律、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）或中国证监会规定的其他对象		
承销方式	余额包销		
拟公开发售股份股东名称	无		
发行费用的分摊原则	不适用		
募集资金总额	【】		
募集资金净额	【】		
募集资金投资项目	品牌建设与推广项目		
	智能制造及信息系统升级项目		
	研发中心升级项目		
	补充营运资金		
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，股份登记费用【】万元，发行手续费用【】万元；其他费用【】万元		
（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、保荐代表人、项目协办人及其他项目组成员情况

中信证券指定李建、范凯文为环亚科技首次公开发行股票并在创业板上市项目的保

荐代表人；指定艾洋为本次发行的项目协办人；指定姚泽广、黎沁、葛恒楠、**殷越**、侯泽恩为项目组成员。

（一）保荐代表人

李建先生，现任中信证券全球投资银行管理委员会消费行业组执行总经理，保荐代表人，曾先后负责或参与鲁阳节能、沃华医药、出版传媒、福瑞股份、金正大、利源铝业、凯美特气、瑞丰高材、埃斯顿、广生堂、丸美股份、欢乐家、青岛食品的首发上市工作；山东药玻、同方股份、广生堂、东方环宇、曲江文旅、瑞丰高材的再融资工作；以及赛迪传媒、德棉股份、黄海股份的财务顾问工作和源通机械新三板工作等项目。

范凯文先生，现任中信证券全球投资银行管理委员会消费行业组副总裁，保荐代表人，曾先后负责或参与了东方环宇 IPO、利群股份可转债、益客食品 IPO、菜百股份 IPO、东方环宇重大资产重组、东方环宇非公开、正大投资 IPO 以及进出口银行 CLO、阳光城购房应收款 ABS 等资产证券化项目等。

（二）项目协办人

艾洋先生，现任中信证券全球投资银行管理委员会消费行业组高级副总裁，曾负责或参与海天味业 IPO、奥美医疗 IPO、箭牌家居 IPO 项目，美的集团、雅戈尔、新纶科技、日海智能、英联股份、力量钻石再融资项目，新纶科技重大资产重组等项目。

（三）项目组其他成员

姚泽广先生，现任中信证券全球投资银行管理委员会消费行业组高级经理，保荐代表人，曾负责或参与鼎泰高科 IPO 项目、云台山 IPO 项目、爱贝科 IPO 项目、清远齐力 IPO 项目、百味佳 IPO 项目、南宁糖业定向增发项目、南糖产业基金收购英联糖业中国业务项目等。

黎沁女士，现任中信证券全球投资银行管理委员会消费行业组高级经理。2020 年加入中信证券，先后参与了青岛食品股份有限公司 IPO、正大投资股份有限公司 IPO、**山东瑞丰高分子材料股份有限公司再融资**等多个项目。

葛恒楠先生，现任中信证券全球投资银行管理委员会消费行业组高级经理。先后参与了招商港口非公开发行项目、北京糖业烟酒集团资本运作项目。

殷越先生，现任中信证券全球投资银行管理委员会消费行业组高级经理。曾作为

项目组核心成员参与了青岛食品股份有限公司 IPO、山东省药用玻璃股份有限公司 2021 年度非公开发行 A 股股票、澳柯玛股份有限公司控股股东国有股权无偿划转财务顾问等多个项目。

侯泽恩先生，现任中信证券全球投资银行管理委员会高级经理，参与了箭牌家居 IPO 项目、**大族封测 IPO 项目、聚灿光电再融资项目**。

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、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。

第二节 保荐人承诺事项

保荐机构通过尽职调查和对申报文件的审慎核查，做出如下承诺：

（一）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。

本保荐机构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）保荐机构有充分理由确信发行人符合法律法规及中国证监会和深交所有关证券发行上市的相关规定。

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

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

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

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

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

（八）保荐机构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）保荐机构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）保荐机构自愿接受深圳证券交易所的自律监管。

第三节 保荐人对本次证券发行上市的保荐结论

一、本次发行履行了必要的决策程序

（一）董事会决策程序

2022 年 3 月 6 日召开的公司第一届董事会第四次会议，审议通过了本次发行的相关议案。

（二）股东大会决策程序

2022 年 3 月 21 日召开的 2022 年第一次临时股东大会，审议通过了本次发行的相关议案。

综上，本保荐机构认为，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，获得了必要的批准和授权，决策程序合法有效。

二、保荐机构关于发行人是否符合板块定位及国家产业政策的说明及核查情况

保荐机构根据《首次公开发行股票注册管理办法》、《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定（2022 年修订）》等法律、法规及规范性文件要求，对发行人是否符合创业板定位及国家产业政策的相关事项进行核查。

（一）发行人符合创业板定位的情况

1、发行人符合《首次公开发行股票注册管理办法》第三条及《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定 （2022 年修订）》第二条相关要求

根据首次公开发行股票注册管理办法》第三条及《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定（2022 年修订）》第二条相关规定:

“创业板定位于深入贯彻创新驱动发展战略，适应发展更多依靠创新、创造、创意的大趋势，主要服务成长型创新创业企业，并支持传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合。”

保荐人就发行人符合创业板定位的核查说明如下:

（1）公司创新、创造、创意特征

1）公司掌握多项具有自主知识产权的核心技术，具备持续创新能力

公司始终坚持通过科技创新实现产品领先，围绕各品牌定位布局多领域技术研发，为打造各品牌差异化的核心产品持续进行技术迭代。经过多年研发投入与持续创新，公司掌握了多项核心技术，包括应用于滋源 SEEYOUNG 品牌的头皮护理技术，应用于美肤宝 MEIFUBAO 品牌的全波段低刺激防晒技术、多重美白技术、多重乳化技术，应用于法兰琳卡 FRANIC 品牌的天然无添加技术、天然有机护肤技术等。

公司多项核心技术获得中国轻工业联合会、广东省轻工业协会、广州市人民政府等机构授予的“科技进步奖”。自主知识产权的核心技术建立起产品技术壁垒，有利于品牌保持强劲的市场竞争力。

2）公司拥有高效的研发体系，具备将研发创意转化为技术成果的创造能力

公司始终坚持自主研发，建立了高效的研发体系。公司研发团队汇集了中药学、生物科学、微生物学、材料化学、有机化学、药物制剂等不同学科的各类专业人才。在全球设立中国及澳大利亚两大研发中心，其中中国总部研究院研发领域囊括皮肤素材研发、配方研发、基础应用研究、中国草本研究等；澳大利亚研发中心专注于化妆品行业前瞻性、基础性技术研究与颠覆性、前瞻性技术的创新。

成熟的科研创新机制与研发体系，保证了公司产品从创意到创新的成功落地。经过多年持续的研发投入，公司在美白、抗衰、防晒、头发洗护等领域均取得了多项发明专利。截至 2022 年 12 月 31 日，公司已取得 175 项授权专利，其中发明专利 98 项，实用新型 20 项，外观设计 57 项；取得各级科技进步奖 33 项，其中省部级奖项 9 项，特等奖 1 项，一等奖 5 项，二等奖 10 项，三等奖 17 项；共发表 112 篇科技学术论文，获得了 36 项科技成果鉴定（其中国际领先 2 项，国际先进 3 项）；拥有高新技术产品 8 件；参与标准制定 20 项，其中国家标准 2 项，行业标准 1 项，团体标准 17 项。公司自设立以来，成功获批高新技术企业、广东省中药日化产品（环亚）工程技术研究中心、广东省企业技术中心、广州市企业研究开发机构、广州市创新型企业、广州市创新标杆百家企业、广东省工业设计中心、广州市黄埔区博士后创新中心、广东省博士工作站等。

报告期各期公司研发费用分别为 5,734.57 万元、6,489.27 万元和 6,605.52 万元，

占营业收入比例分别为2.88%、3.01%和3.15%。公司最近三年研发费用累计为18,829.37万元，较高的研发投入提升了公司创新能力，加速了技术成果转化，为公司持续创新和技术储备提供保障。

3）公司拥有全面、先进的销售体系，具备把握市场趋势并将产品商业化的能力

公司拥有一支专业、敬业、高效的营销团队，在化妆品和个护产品营销方面积累了丰富的实战经验。公司建立了广泛深入的线下营销网络，覆盖多种零售渠道。在日化专营店和美容院渠道，公司拥有上百家经销商，上万个终端网点；在商超和个人护理店渠道，公司入驻屈臣氏、沃尔玛、大润发、家乐福、麦德龙、利群、卜蜂莲花等大型商超；在百货渠道端，公司在英国、新西兰等地均设有海外专柜，并入驻新世界大丸百货店、高岛屋百货等高端百货市场。在稳固线下渠道的同时，公司顺应电商兴起趋势，不断拓展线上渠道，成功入驻天猫、京东、拼多多、唯品会、抖音、快手、小红书、天猫国际、京东国际等电商及跨境电商，实现从单一渠道到线下线上全渠道的多层级、广覆盖。

在新媒体不断发展的趋势下，公司采取电视广告、网络广告曝光与微信小程序、微博、小红书、抖音等社交内容双结合的营销模式，持续渗透年轻人聚集社区；通过综艺节目与影视植入实现多维度的品牌曝光，将线上节目热度引流至线下门店，借助高流量拉动销量提升，多层次、全方位进行产品推广与品牌塑造。

4）公司产品及品牌多元化定位，具备差异化定位及个性化突破的创意特征

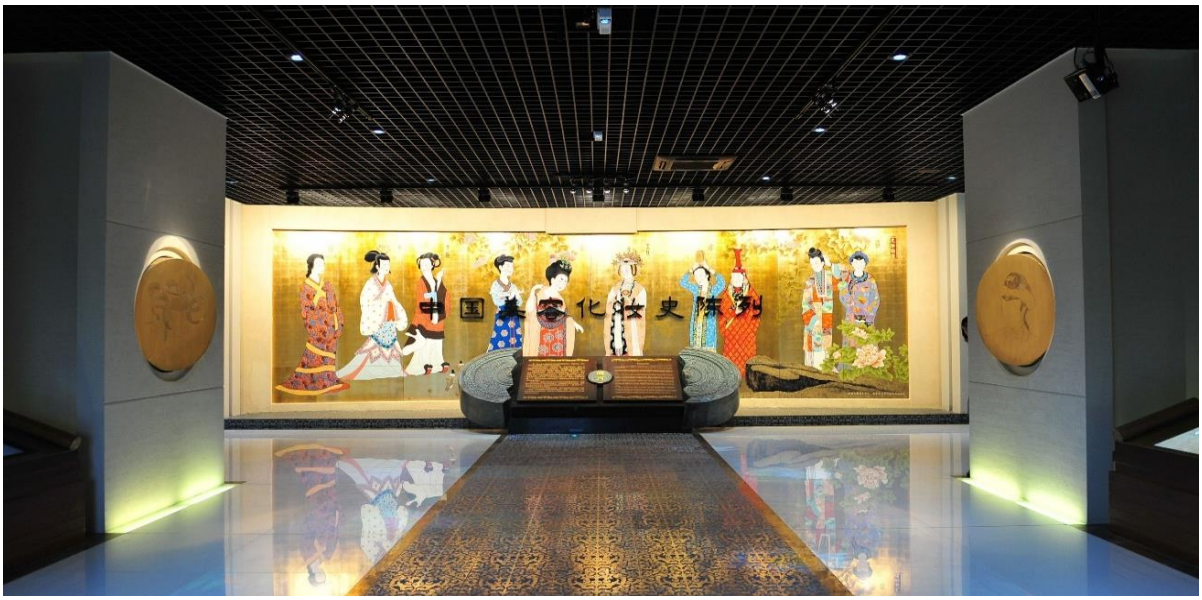
公司目前拥有美肤宝 MEIFUBAO、法兰琳卡 FRANIC、滋源 SEEYOUNG、肌肤未来 SKYNFUTURE 等多个品牌，产品涵盖洁肤、护肤、洗护发、身体护理等领域。公司美肤宝 MEIFUBAO 品牌以中国草本科技护肤为切入点，将传统中医的“平衡调养”理念与现代国际先进科技相结合，基于提取分离技术萃取药用植物精华，构建抗氧化、抗衰老等功效原料数据库，应用到产品中提升相关性能和科技含量；滋源 SEEYOUNG 品牌主打无硅油、无硫酸盐的头皮护理配方，产品精准定位于养护头皮、温和清洁与防脱固发，引领无硅油洗护发市场蓬勃发展；法兰琳卡 FRANIC 与幽雅 YOUYA 则分别专注于自然护肤以及精油护肤领域；肌肤未来 SKYNFUTURE 专研科技美白的功效性护肤；澳魅 MOR 则是专注于香氛身体护理的澳洲原创品牌。

随着大众对美妆及个护产品理解的深入，提升自我形象、表达个性需求、消费产

品个性化逐渐成为市场主流。消费者不再满足于普适性产品，更不盲目追求大牌，而是寻找与自身肤质、肌肤状态、生理年龄、需求痛点等相匹配的个性产品，市场逐渐朝着细分化的方向发展。为顺应此潮流，公司根据消费者的真实需求展开市场细化与产品细分，明确自身市场定位，提高产品功效针对性与企业营销战略针对性，打造独一无二的品牌并赋予其独特的品牌价值。报告期内，公司不断推出创新型品牌上市，品类涵盖专研科学美白的功效性护肤品牌肌肤未来 SKYNFUTURE、多肽科技护肤品牌即肽 GITTAMY、香氛身体护理品牌妙芙谜 MIOFURMI、科技去屑洗护品牌净町 SEEKCLEAN、宫廷轻奢御龄护肤品牌御芝丹青 VITALIXIR、牡丹科技护肤品牌金阁芳纪 JEUNAROMA 等。

公司于 2010 年 8 月设立广东环亚美容化妆品博物馆，在宣传普及中国美容化妆品历史的同时提升品牌文化底蕴积淀，符合公司追求天然的品牌定位，是公司社会责任感、历史文化使命的重要体现，亦将进一步助推品牌知名度、好感度和美誉度的提升。广东环亚美容化妆品博物馆系首家中国美容化妆品历史博物馆，收集近千件藏品，甄收千余幅图片，先后获评“国家三级博物馆”、“国家 AAA 级旅游景区”、“广东省科普教育基地”、“广东省青少年科普教育基地”、“广州市爱国主义教育基地”、“广州市科学技术普及基地”等。

广东环亚美容化妆品博物馆



（2）公司科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

1）公司利用核心技术已在无硅油、无硫酸盐洗护发和防晒护肤等领域取得先发优势

公司滋源 SEEYOUNG 品牌主打无硅油、无硫酸盐的头皮护理配方，并结合细胞生物学、合成生物学构建头皮护理技术的护城河，引领无硅油洗护发市场蓬勃发展。滋源 SEEYOUNG 品牌洗发水的无硅油配方对硅油替代原料进行系统的筛选、复配、功效评价和技术创新，在众多油脂调理剂中优选出一部分比硅油更加温和、安全、环保的调理剂，解决了除硅油之外，调理剂难选的问题；同时，通过将性能优异的发用品调理剂合理的复配应用到相关产品中，攻克了无硅油洗发水调理性能差，头发梳理难的重大技术难题；无硫酸盐技术系以氨基酸表面活性剂为主活性成分，并将其与两性型表面活性剂、非离子表面活性剂等进行精细化配伍，制备出的氨基酸型洗发香波更具温和性和低刺激性，同时解决了普通洗发香波难增稠、泡沫不丰富、调理性差、残留感强等关键性技术难题。根据 Euromonitor 调研数据，按中国大陆市场 2021 年零售渠道销售额计，“滋源 SEEYOUNG”是中国第一的无硅油头皮护理品牌。

公司美肤宝 MEIFUBAO 品牌始终聚焦在美白防晒领域和中国草本科技护肤领域，专注为东方女性提供更好的护肤体验。美肤宝防晒技术以技术创新为导向，结合天然草本活性成分与光防护、抗光老化技术持续迭代产品。目前公司美肤宝防晒技术以天然草本汉方-金葵御阳方为基础,添加两项公司专利Solbooster防晒增效科技和Solblock光防护科技，已达到广谱光防护的国际先进水平，其中 Solbooster 防晒增效科技可有效提升防晒产品的 SPF 及 PFA 指数，降低有潜在刺激性的化学防晒剂的用量，使产品温和性更高；Solblock 光防护科技将 VIS（可见光）+IR（红外线）纳入防护范围里，有效保护肌肤免受过量有害光的损伤，实现了高效稳定光防护体系和更广的光防护范围。根据 Euromonitor 调研数据，中国大陆市场，按 2020 单年零售渠道销售额计，“美肤宝 MEIFUBAO”是中国第一的国货防晒品牌。

2）公司顺应化妆品行业新零售模式的发展趋势，对传统经销模式进行创新

公司经过多年的发展，已经形成了线上线下全渠道覆盖的营销体系。近年来，公司在现有营销体系的基础上，顺应业务数字化发展趋势，积极探索渠道营销新模式，于 2020 年 9 月推出一站式 B2B 数字化在线销售平台——美肤宝优选平台，通过互联网

赋能终端网点，创造新型终端销售模式。

终端门店可通过美肤宝优选平台直接在微信小程序上在线订购产品并下单支付，由公司总仓提供一站式商品物流配送服务。相较于传统经销商覆盖的日化店渠道，通过平台下单、在线支付、总仓配送的美肤宝优选平台模式，能够缩短交易环节，提高物流周转速度，发货周期大幅缩短，终端门店订货的物流时间能够节省 6-12 小时。同时，公司通过平台能够实时掌握终端门店的销售情况，针对市场需求变化做到快速响应与及时反馈，且能够将公司最新产品信息和销售政策通过平台实时传递至门店。公司借助平台能直接面对终端门店进行专业培训，逐步搭建门店会员大数据系统实现精细化会员管理，应用会员大数据赋能门店，实现了线下门店线上导流、门店营销活动管理，提升门店的营销能力（如产品动销能力、直播卖货能力等），增强终端门店的核心竞争力。

3）公司注重信息化建设，已实现信息化与工业化的深度融合

公司作为全国首批通过两化融合管理体系评定的企业，长期以来十分重视企业信息化、智能化建设，引入多项信息化管理系统和自动化设备，努力推动企业实现协同研发、高效运营、智能制造等多方面的发展。

在协同研发方面，公司实施上线化妆品 PLM 管理软件，建立企业配方、法规及监管规则等数据库，基于既有配方、功能需求进行新配方开发并对研发过程中原料进行合规审查及预警管理等。

在高效运营方面，公司推进订单履约效率的提升与优化，通过引进 OMS 系统将线上线下多场景、全渠道的订单统一进行管理；上线 WMS 系统实现对公司全渠道库存的精准监控、智能分配；引入自动化仓储设备实现仓库作业的高效执行。在订单归集、自动审核、发货路由、仓储作业、自动核销、集成记账等订单履行核心业务上的管理优化和效率提升，降低了订单交付周期，提高了库存周转率以及发货准确率。

在智能制造方面，公司已建成自动化集成中央控制系统，全面实现生产信息在线化，对生产流程实时监控并进行管理调度。同时公司上线 SAP 系统和 MES 系统，实现计划管理、齐套分析、产线排产、防差错配料、智能仓储、数据采集、质量追溯、电子看板、运营监控中心等信息化管理。通过信息化与工业化的深度融合应用实现生产实时在线管控，逐步向数字化、智能化工厂迈进。

2、发行人符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定（2022年修订）》第三条的规定

根据《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定（2022年修订）》第三条相关规定：

“本所支持和鼓励符合下列标准之一的成长型创新创业企业申报在创业板发行上市：1、最近三年研发投入复合增长率不低于15%，最近一年研发投入金额不低于1,000万元，且最近三年营业收入复合增长率不低于 20%；2、最近三年累计研发投入金额不低于5,000万元，且最近三年营业收入复合增长率不低于20%；3、属于制造业优化升级、现代服务业或者数字经济等现代产业体系领域，且最近三年营业收入复合增长率不低于30%。最近一年营业收入金额达到3亿元的企业，或者按照《关于开展创新企业境内发行股票或存托凭证试点的若干意见》等相关规则申报创业板的已境外上市红筹企业，不适用前款规定的营业收入复合增长率要求”。

最近三年（2020年至2022年），公司研发投入累计为18,829.37万元，超过5,000万元，且公司最近一年（2022年）营业收入为209,450.50万元，超过3亿元。公司满足《创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定（2022 年修订）》所规定的相关指标要求。

3、发行人符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定（2022年修订）》第五条、第六条的规定

根据《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定（2022年修订）》第五条的规定：属于上市公司行业分类相关规定中下列行业的企业，原则上不支持其申报在创业板发行上市，但与互联网、大数据、云计算、自动化、人工智能、新能源等新技术、新产业、新业态、新模式深度融合的创新创业企业除外：（一）农林牧渔业；（二）采矿业；（三）酒、饮料和精制茶制造业；（四）纺织业；（五）黑色金属冶炼和压延加工业；（六）电力、热力、燃气及水生产和供应业；（七）建筑业；（八）交通运输、仓储和邮政业；（九）住宿和餐饮业；（十）金融业；（十一）房地产业；（十二）居民服务、修理和其他服务业。禁止产能过剩行业、《产业结构调整指导目录》中的淘汰类行业，以及从事学前教育、学科类培训、类金融业务的企业在创业板发行上市。

公司所属行业为日化行业，不属于《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定（2022 年修订）》第五条规定的原则上不支持申报的行业。

综上，发行人创业板定位的相关要求。

（二）发行人符合国家产业政策的情况

发行人是一家集研发、生产、销售、服务为一体的综合性化妆品企业，公司旗下拥有“美肤宝 MEIFUBAO”、“法兰琳卡 FRANIC”、“肌肤未来 SKYNFUTURE”、“御芝丹青 VITALIXIR”、“即肽 GITTAMY”等护肤品牌，以及“滋源 SEEYOUNG”、“澳魅 MOR”、“妙芙谜 MIOFURMI”、“ 康柏雅 KEEP · Y”等个人护理品牌，涵盖防晒、面膜、面霜、乳液、洁面、洗发水、护发素、发膜、精油、香氛等多个产品领域。符合国家产业政策。

近两年，从中央到地方，都将化妆品产业高质量发展作为国家或地方的经济发展的重要战略举措。2020 年以来，在百年变局与公共卫生事件叠加的新形势下，国家发改委等多部门联合印发《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》，强调“发挥消费基础性作用，助力形成强大国内市场”。2021 年 3 月 11 日，十三届全国人大四次会议表决通过的《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》明确要“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”，并提出了“开展中国品牌创建行动，率先在化妆品等消费领域培育出属于中国的高端品牌”的要求。2020 年 12 月，广东省人民政府办公厅印发了《广东省推动化妆品产业高质量发展实施方案》，提出广东省化妆品产业的 5 年发展规划，围绕 9 个方面提出来 23 项重点任务目标。

三、是否符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2023 年修订）》规定的上市条件

（一）发行人符合各项上市条件

环亚科技股票上市符合《中华人民共和国证券法》、《首次公开发行股票注册管理办法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2023 年修订）》规定的上市条件：

1、本次发行后股本总额为 59,600 万元，不低于 3,000 万元；

2、公开发行的股份占环亚科技本次发行后股份总数的 10.07%，公开发行股份的比

例为 10%以上；

3、环亚科技 2021 年、**2022 年**的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东净利润分别为 18,522.11 万元和 **19,907.75 万元**，累计净利润不低于 5,000 万元，市值及财务指标符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则（**2023 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《深圳证券交易所创业板股票上市规则（**2023 年修订**）》2.1.2 规定的上市标准中的“（一）最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于 5,000 万元”。

四、保荐机构结论

本保荐机构根据《证券法》、《证券发行上市保荐业务管理办法》、《证券公司从事股票发行主承销业务有关问题的指导意见》、《**首次公开发行股票注册管理办法**》、《深圳证券交易所创业板上市规则（**2023 年修订**）》、《保荐人尽职调查工作准则》等法规的规定，由项目组对发行人进行了充分的尽职调查，由内核会议进行了集体评审，认为：发行人法人治理结构健全，经营运作规范；发行人主营业务突出，经营业绩优良，发展前景良好；本次发行募集资金投资项目经过了必要的核准，市场前景良好，其顺利实施，将预期能够产生较好的经济效益，有利于进一步促进发行人的发展；发行人具备了相关法律、法规规定的首次公开发行股票并在创业板上市的条件。因此，本保荐机构同意对发行人首次公开发行股票并在创业板上市予以保荐。

五、对公司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 3 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大股东、实际控制人、其他关联机构违规占用发行人资源的制度	强化发行人严格执行中国证监会相关规定的意识，进一步完善各项管理制度和发行人的决策机制，协助发行人执行相关制度；通过《保荐及承销协议》约定确保保荐机构对发行人关联交易事项的知情权，与发行人建立经常性信息沟通机制，持续关注发行人相关制度的执行情况及履行信息披露义务的情况
2、督导发行人有效执行并完善防止高管人员利用职务之便损害发行人利益的内控制度	督导发行人有效执行并进一步完善内部控制制度；与发行人建立经常性信息沟通机制，持续关注发行人相关制度的执行情况及履行信息披露义务的情况
3、督导发行人有效执行并完善保障关联交易公允性	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

事项	工作安排
和合规性的制度，并对关联交易发表意见	易决策制度》等规定执行，对重大的关联交易本机构将按照公平、独立的原则发表意见
4、督导发行人履行信息披露的义务，审阅信息披露文件及向中国证监会、证券交易所提交的其他文件	与发行人建立经常性信息沟通机制，督促发行人负责信息披露的人员学习有关信息披露的规定
5、持续关注发行人募集资金的专户存储、投资项目的实施等承诺事项	督导发行人按照《募集资金管理及使用制度》管理和使用募集资金；定期跟踪了解项目进展情况，通过列席发行人董事会、股东大会，对发行人募集资金项目的实施、变更发表意见
6、持续关注发行人为他人提供担保等事项，并发表意见	督导发行人遵守《公司章程》、《对外担保制度》以及中国证监会关于对外担保行为的相关规定
7、持续关注发行人经营环境和业务状况、股权变动和管理状况、市场营销、核心技术以及财务状况	与发行人建立经常性信息沟通机制，及时获取发行人的相关信息
8、根据监管规定，在必要时对发行人进行现场检查	定期或者不定期对发行人进行回访，查阅所需的相关材料并进行实地专项核查
（二）保荐协议对保荐机构的权利、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，保荐机构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机构履行保荐职责的相关约定	发行人及其高管人员以及为发行人本次发行与上市提供专业服务的各中介机构及其签名人员将全力支持、配合保荐机构履行保荐工作，为保荐机构的保荐工作提供必要的条件和便利，亦依照法律及其它监管规则的规定，承担相应的责任；保荐机构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

（以下无正文）

（本页无正文，为《中信证券股份有限公司关于广州环亚化妆品科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之上市保荐书》之签字盖章页）

保荐代表人：

李 建

范凯文

项目协办人：

艾 洋

内核负责人：

朱 洁

保荐业务负责人：

马 尧

董事长、法定代表人：

张佑君

中信证券股份有限公司 2023年 6月 19日