植物医生®
DR PLANT

北京植物医生化妆品股份有限公司

Beijing DR PLANT Cosmetics Co., Ltd.

（北京市西城区西直门外大街 1 号院 3 号楼 12 层 12D5）

首次公开发行股票并在主板上市

招股说明书

（申报稿）

本公司的发行申请尚需经深圳证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

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）

声明

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，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作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，股票依法发行后，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，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

致投资者声明

自 1994 年北京植物医生生物科技有限公司设立以来，公司在中国化妆品行业已耕耘 30 余载。公司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。凭借对多种高山植物的持续深度研发，基于其品类和功效，公司推出了“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”等多个产品系列，涵盖水乳膏霜、精华及精华油、面膜、彩妆和身体护理等，构建起全方位的产品矩阵。特别是，公司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。公司基于这一研发成果持续迭代石斛兰系列产品配方，使该产品成为公司最受消费者欢迎的明星产品。

公司具备突出的品牌优势、渠道优势、研发优势和运营优势。报告期各期，公司分别实现营业收入 215,108.84 万元、215,571.71 万元和 **216,704.32 万元**，分别实现归属于母公司所有者净利润 22,970.73 万元、24,300.01 万元和 **21,781.42 万元**，持续盈利能力**总体较为稳定**。

公司自整体变更为股份公司以来，根据《公司法》《证券法》等有关法律、法规、规范性文件和中国证监会的相关要求，逐步建立健全公司治理结构，建立了由股东会、董事会和高级管理人员等组成的治理架构，设置了相关的董事会专门委员会，建立了权力机构、决策机构和管理层相互协调、相互制衡的机制，先后制订或完善了《公司章程》等公司治理文件和内控制度，并能够有效落实、执行该等制度。截至本招股说明书签署日，公司治理结构较为完善。公司股东会、董事会等运行规范，相关人员能够切实履行各自的权利、义务与职责，符合《公司法》《证券法》和中国证监会有关法律法规的要求。

公司本次募集资金将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、信息化系统升级建设项目以及生产基地技术改造项目。营销渠道及品牌建设项目的实施有助于公司提升品牌知名度与影响力，加强全渠道协同发展，进而更好地应对行业竞争，满足市场需求。总部及研发中心建设项目的实施有助于公司优化办公及研发环境，加强基础原料研究及产品开发能力，推动技术赋能并优化整合研发资源。生产基地技术改造项目的实施将有助于公司提升核心产品自主生产能力，提高生产的自动化和智能化水平，降低生产成本，提升盈利能力。信息化系统升级建设项目的实施将有助于公司进一步打造线上线下一体化新零售平台，以数据支撑实现精准营销，提升信息管理效率。

未来，公司将紧紧抓住行业发展机遇，以消费者需求为导向，以本次首次公开发行股票并上市为契机，积极响应国家相关发展战略，加大研发投入力度，优化信息化管理平台，完善品牌营销建设，进一步提升市场份额，确立公司在行业内的领先地位。

董事长签字：

解勇

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次发行股票数量不超过 2,666.67 万股，即占发行后总股本的比例不低于 25%，本次发行不涉及股东公开发售
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所和板块	深圳证券交易所主板
发行后总股本	不低于【】万股
保荐人（主承销商）	中信证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

目录

声明.....1

致投资者声明.....2

本次发行概况.....4

目录.....5

第一节 释义.....10

一、一般释义.....10

二、行业专用释义.....12

第二节 概览.....14

一、重大事项提示.....14

二、发行人及本次发行的中介机构基本情况.....16

三、本次发行概况.....16

四、公司主营业务及经营情况.....18

五、板块定位情况.....21

六、发行人报告期的主要财务数据和财务指标.....26

七、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况.....26

八、发行人选择的具体上市标准.....26

九、发行人公司治理特殊安排等重要事项.....27

十、募集资金运用与未来发展规划.....27

十一、其他对发行人有重大影响的事项.....28

第三节 风险因素.....29

一、与公司相关的风险.....29

二、与行业相关的风险.....33

三、其他风险.....34

第四节 发行人基本情况.....35

一、发行人概况.....35

二、发行人的设立及报告期内股东、股本变化情况.....35

三、发行人成立以来重要事件.....37

四、发行人在其他证券市场的上市及挂牌情况.....39

五、发行人的股权结构.....40
六、发行人重要子公司和参股公司情况.....42
七、控股股东、实际控制人及其他 5%以上股份或表决权的主要股东.....46
八、发行人股本情况.....48
九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况.....51
十、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的兼职情况.....54
十一、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的亲属关系.....54
十二、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的合规情况.....55
十三、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员与公司签订协议及其履行情况.....55
十四、公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员变动情况.....55
十五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与发行人及其业务相关的对外投资情况.....58
十六、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有公司股份的情况.....59
十七、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的薪酬情况.....60
十八、发行人已经制定或实施的员工持股计划.....61
十九、发行人员工及社会保障情况.....62
第五节 业务与技术.....66
一、公司主营业务、主要产品及演变情况.....66
二、公司所处行业的基本情况及竞争状况.....78
三、公司销售情况和主要客户.....107
四、公司采购情况和主要供应商.....110
五、公司主要固定资产、无形资产等资源要素情况.....115
六、公司核心技术和研发情况.....122
七、公司安全生产与环境保护情况.....127
八、公司境外生产经营情况.....131
第六节 财务会计信息与管理层分析.....132
一、财务报表.....132
二、审计意见及关键审计事项.....136

三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况.....138
四、重要会计政策和会计估计.....141
五、主要税项.....188
六、非经常性损益情况.....190
七、主要财务指标.....191
八、经营成果分析.....192
九、资产质量分析.....216
十、偿债能力、流动性与持续经营能力分析.....228
十一、资产负债表日后事项、或有事项、其他重要事项、重大担保和诉讼.....237
第七节 募集资金运用与未来发展规划.....238
一、本次募集资金运用.....238
二、本次募集资金投资项目具体情况.....241
三、公司未来发展规划.....248
第八节 公司治理与独立性.....252
一、发行人公司治理结构完善情况概述.....252
二、公司管理层对内部控制的自我评估和注册会计师的鉴证意见.....252
三、公司报告期内的违法违规行为及受到处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施的情况.....253
四、资金占用与对外担保情况.....256
五、独立经营情况.....256
六、同业竞争.....258
七、关联方及关联关系.....259
八、关联交易.....264
九、报告期内关联交易履行程序情况及独立董事意见.....266
十、报告期内关联方变化情况.....267
第九节 投资者保护.....268
一、发行前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序.....268
二、本次发行前后股利分配政策的差异情况及现金分红的股利分配.....268
三、报告期内的股利分配情况.....272

四、公司治理特殊安排等事项.....272
五、董事会关于股东回报事宜的专项研究论证情况以及相应的规划安排理由.....273
六、发行人上市后三年内现金分红等利润分配计划.....273
七、公司长期回报规划的内容以及规划制定时的主要考虑因素.....274
第十节 其他重要事项.....276
一、重大合同.....276
二、发行人对外担保有关情况.....278
三、对发行人产生重大影响的诉讼或仲裁事项.....278
四、发行人控股股东或实际控制人、子公司，发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项.....278
第十一节 声明.....279
一、发行人及全体董事、高级管理人员声明.....279
一、发行人董事会审计委员会成员声明.....280
二、发行人控股股东、实际控制人声明.....281
二、发行人控股股东、实际控制人声明.....282
三、保荐人（主承销商）声明.....283
四、保荐人（主承销商）总经理声明.....284
五、保荐人（主承销商）董事长声明.....285
六、发行人律师声明.....286
七、会计师事务所声明.....287
八、资产评估机构声明.....288
九、验资机构声明.....289
第十二节 附件.....290
一、备查文件.....290
二、备查文件的查阅.....290
附件一 落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票机制建立情况.....292
附件二 与投资者保护相关的承诺.....295
附件三 股东会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全

及运行情况说明.....335
附件四 审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明.....338
附件五 募集资金具体运用情况.....339
附件六 其他与本次发行有关的重要文件.....345
附件七 子公司、参股公司简要情况.....415

第一节 释义

本招股说明书中，除非另有说明，以下名称、简称或术语具有如下含义：

一、一般释义

植物医生、公司、发行人	指	北京植物医生化妆品股份有限公司（根据上下文也可涵盖其前身北京植物医生化妆品有限公司）
植物医生有限	指	北京植物医生化妆品有限公司，曾用名深圳市植物医生贸易有限公司，系公司前身
实际控制人	指	解勇
本多投资、控股股东	指	北京本多投资有限公司，系公司控股股东
昆植所	指	中国科学院昆明植物研究所，系中科昆植之股东
中科昆植	指	中科昆植原极（云南）科技有限公司，系公司股东
磐缔投资	指	上海磐缔投资管理有限公司，系公司历史股东
天津明之弘	指	天津明之弘科技合伙企业（有限合伙），系公司员工持股平台
北植科技	指	北京植物医生生物科技有限公司，曾用名为北京明弘科贸有限责任公司，系公司全资子公司
明弘科贸	指	北京明弘科贸有限责任公司，北植科技的曾用名
安徽植物医生	指	安徽植物医生化妆品有限公司，系北植科技之全资子公司
北京明弘靓肤	指	北京明弘靓肤化妆品有限公司，系北植科技之全资子公司
广东植物医生	指	植物医生（广东）生物科技有限公司，系北植科技之全资子公司
广西植物医生	指	广西植物医生化妆品有限公司，系北植科技之全资子公司
贵州植物医生	指	贵州植物医生化妆品有限公司，系北植科技之全资子公司
河北植物医生	指	河北植物医生化妆品有限公司，系北植科技之全资子公司
河南明弘靓肤	指	河南明弘靓肤化妆品有限公司，系北植科技之全资子公司
湖北植物医生	指	湖北植物医生化妆品有限公司，系北植科技之全资子公司
湖南植物医生	指	湖南植物医生化妆品有限公司，系北植科技之全资子公司
江苏明弘靓肤	指	江苏明弘靓肤化妆品有限公司，系北植科技之全资子公司
江西高植美肌	指	江西高植美肌化妆品有限公司，系北植科技之全资子公司
辽宁植物医生	指	辽宁植物医生化妆品有限公司，系北植科技之全资子公司
美丽动力	指	北京美丽动力电子商务有限公司，系北植科技之全资子公司
明弘科技	指	明弘科技（北京）有限公司，系北植科技之全资子公司
宁夏植物医生	指	宁夏植物医生化妆品有限公司，系北植科技之全资子公司
日本植物医生	指	日本植物医生株式会社，系北植科技之全资子公司
山东植物医生	指	山东植物医生化妆品有限公司，系北植科技之全资子公司

陕西植物医生	指	陕西植物医生化妆品有限公司，系北植科技之全资子公司
上海京町	指	上海京町化妆品有限公司，系北植科技之全资子公司
深圳海盛	指	深圳市海盛实业有限公司，系北植科技之全资子公司
四川植物医生	指	四川植物医生化妆品有限公司，系北植科技之控股子公司
苏州明弘靓肤	指	苏州明弘靓肤化妆品有限公司，系北植科技之全资子公司
新疆植物医生	指	新疆植物医生化妆品有限公司，系北植科技之全资子公司
印尼植物医生	指	PT DOCTOR PLANT INDONESIA，北植科技持股 55%
云南洱黛	指	云南洱黛化妆品有限公司，系北植科技之全资子公司
浙江明弘靓肤	指	浙江明弘靓肤化妆品有限公司，系北植科技之全资子公司
植物医生（国际）	指	植物医生（国际）有限公司，系北植科技之全资子公司
重庆植物医生	指	重庆植物医生化妆品有限公司，系北植科技之全资子公司
山西植物医生	指	山西植物医生化妆品有限公司，系北京明弘靓肤之全资子公司
植物医生电商	指	植物医生电子商务（西安）有限公司，系美丽动力之全资子公司
汉方护肤	指	汉方护肤科学研究中心株式会社，系日本植物医生之全资子公司
佛山植物医生	指	佛山植物医生化妆品有限公司，系深圳海盛之全资子公司
云南植物医生	指	云南植物医生化妆品有限公司，系云南洱黛之全资子公司
云南昆植	**指**	**云南中科昆植植物医生研发中心有限公司，系北植科技之全资子公司**
小植商城	指	公司打造的线上购物平台，消费者可通过“植物医生小植商城”微信小程序或“植物医生”手机应用程序访问
中信证券、保荐人、主承销商	指	中信证券股份有限公司
发行人律师、律师	指	北京植德律师事务所
德皓、申报会计师	指	北京德皓国际会计师事务所（特殊普通合伙）
日本律师	指	日本律师法人加施德环球
中国香港律师	指	郑吴律师事务所
印尼律师	指	PT River Hope Consulting Indonesia
Euromonitor	指	欧睿信息咨询（上海）有限公司，知名第三方市场研究机构，在出版市场报告、商业参考资料和网上数据库方面提供市场信息解决方案
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
税务总局	指	国家税务总局
市场监管总局	指	国家市场监督管理总局
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《上市规则》	指	《深圳证券交易所股票上市规则（2025 年修订）》
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》

《公司章程》	指	《北京植物医生化妆品股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	上市后适用的《北京植物医生化妆品股份有限公司章程（草案）》
《子公司分红管理制度》	指	《北京植物医生化妆品股份有限公司子公司分红管理制度》
报告期	指	**2023 年度、2024 年度、2025 年度**
报告期初	指	**2023 年 1 月 1 日**
报告期各期末	指	**2023 年 12 月 31 日、2024 年 12 月 31 日、2025 年 12 月 31 日**
报告期末	指	**2025 年 12 月 31 日**
本次发行	指	公司拟首次发行不超过 2,666.67 万股人民币普通股（A 股）的行为
元、万元	指	除特别说明外，均指人民币元、人民币万元

二、行业专用释义

AI	指	Artificial Intelligence，人工智能
BOM	指	Bill of Material，物料清单
B 端	指	企业客户（Business）端，主要区别于个人消费者（C 端客户）
C 端	指	个人消费者（Consumer）端
CRM	指	Customer Relationship Management，客户关系管理
GMP	指	Good Manufacturing Practice，《良好生产规范》，是由世界卫生组织于 1975 年 11 月正式发布的一套关于药品、食品、化妆品等产品在生产和质量管理方面的国际通用标准
GMPC-US	指	Guideline for Good Manufacture Practice of Cosmetic Products -US，化妆品良好生产规范（美国标准）
GMPC-ASEAN	指	Guideline for Good Manufacture Practice of Cosmetic Products - ASEAN，化妆品良好生产规范（东南亚国家联盟标准）
ISO22716	指	国际标准化组织（ISO）制定发布的针对化妆品行业的质量管理体系标准
KOL	指	Key Opinion Leader，关键意见领袖
O2O	指	Online To Offline，消费者通过互联网预定或购买特定产品/服务，并在线下享受商家服务或接收商品
ODM	指	Original Design Manufacturing，原始设计制造
OEM	指	Original Equipment Manufacturing，原始设备制造
PET	指	Polyethylene Glycol Terephthalate，对苯二甲酸乙二醇酯
PETG	指	Polyethylene Terephthalateco-1,4-Cylclohexylenedimethylene Terephthalate，聚对苯二甲酸乙二醇酯-1,4-环己烷二甲醇酯
PMC	指	Production Material Control，生产计划与物料控制
PP	指	Polypropylene，聚丙烯
SKU	指	Stock Keeping Unit，库存进出计量的基本单元
Z 世代	指	新时代人群，指 1995-2009 年间出生的一代人

特别说明：

1、本招股说明书中部分合计数或各数值直接相加之和若在尾数上存在差异的，为四舍五入所致。

2、招股说明书中部分行业数据及排名引用自公司付费购买的 Euromonitor 发布的《中国美妆个护市场报告》，Euromonitor 是一家独立第三方市场研究机构，该报告并非专门为本次发行准备，公司未为此提供帮助。除上述情形外，招股说明书中不存在引用其他付费数据的情形，其他第三方数据均非专门为本次发行准备，公司未为此支付费用或提供帮助。

第二节 概览

本概览仅针对招股说明书全文作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、重大事项提示

（一）发行人提醒投资者特别关注的风险因素

公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书“第三节 风险因素”章节的全部内容，并特别关注以下重要事项：

1、经销商管理风险

报告期内，公司经销模式业务收入占主营业务收入的比重分别为 63.82%、63.37%和 **64.71%**，占比较高，以公司 2025 年经销模式业务收入的占比情况模拟测算，不考虑其他因素变动，公司通过经销模式实现的收入每下降 1%，公司的主营业务收入将下降 **0.65%**。公司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公司，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公司的品牌经营宗旨，则将对公司的品牌形象和未来发展造成不利影响。除此之外，随着公司业务规模的扩大，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**和泰国**市场，报告期各期，公司合作的经销商数量分别为 2,461 家、2,484 家和 **2,513 家**，公司授权专卖店数量分别为 4,124 家、3,830 家和 **3,788 家**。经销模式下不断增加的进货需求对公司的生产能力、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，公司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、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，根据 Euromonitor 数据，**2025** 年度，欧莱雅集团、宝洁集团及雅诗兰黛集团在中国化妆品市场的市场份额分别为 **14.5%、7.3%和 5.2%**，合计达到 **27.0%**。

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，若公司在工艺研发、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，公司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，从而影响公司的财务状况和经营业绩。

3、单一品牌销售集中的风险

公司重点塑造“植物医生”单一品牌，坚持单品牌连锁经营模式，该模式集中公司全部优势力量极大提升品牌知名度和市场美誉度的同时，也为公司在存货管理、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，可能导致公司产品销售数量下降，进而对公司的经营业绩产生不利影响。

（二）业绩下滑情形相关承诺

若出现公司上市当年及之后第二年、第三年较上市前一年扣除非经常性损益后归母净利润下滑 50%以上等业绩下滑的情形，公司控股股东本多投资、实际控制人解勇及一致行动人天津明之弘作出如下承诺：

1、发行人上市当年较上市前一年净利润（以扣除非经常性损益后归母净利润为准，下同）下滑 50%以上的，延长本公司/本人/本企业届时所持股份锁定期限 6 个月；

2、发行人上市第二年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，在前项基础上延长本公司/本人/本企业届时所持股份锁定期限 6 个月；

3、发行人上市第三年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，在前两项基础上延长本公司/本人/本企业届时所持股份锁定期限 6 个月。

“届时所持股份”是指本公司/本人/本企业上市前取得，上市当年及之后第二年、第三年年报披露时仍持有的股份。

本公司/本人/本企业自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，若违反上述承诺本公司/本人**/本企业**将依法承担相应责任。

（三）上市后分红政策

公司发行上市后，利润分配政策、现金分红的最低比例、上市后三年内利润分配计划和长期回报规划将根据《公司法》《公司章程（草案）》和《北京植物医生化妆品股份有限公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市后未来三年股东分红和长期回报规划》中的有关规定执行。

公司上市后的分红政策参见本招股说明书“第九节 投资者保护”中的具体内容。

二、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况			
发行人名称	北京植物医生化妆品股份有限公司	成立日期	2016 年 11 月 25 日
注册资本	8,000 万元人民币	法定代表人	解勇
注册地址	北京市西城区西直门外大街 1 号院 3 号楼 12 层 12D5	主要生产经营地址	北京市西城区西直门外大街 1 号院 3 号楼 12 层 12D5
控股股东	北京本多投资有限公司	实际控制人	解勇
行业分类	C26 化学原料和化学制品制造业	在其他交易场所（申请）挂牌或上市情况	无
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	中信证券股份有限公司	主承销商	中信证券股份有限公司
发行人律师	北京植德律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	北京德皓国际会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	北京中企华资产评估有限责任公司
发行人与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间存在的直接或间接的股权关系或其他利益关系		无	
（三）本次发行其他有关机构			
股票登记机构	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司	收款银行	【】
其他与本次发行有关的机构		无	

三、本次发行概况

（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 2,666.67 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 2,666.67 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 10,666.67 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

四、公司主营业务及经营情况

（一）主要业务、主要产品或服务及其用途

公司自设立以来，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。

公司主要产品为“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。

报告期各期，公司主营业务收入分产品构成情况如下：

单位：万元

产品类型	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
水乳膏霜	**117,206.05**	**54.11%**	121,795.98	56.52%	116,818.51	54.33%
精华及精华油	**54,246.90**	**25.04%**	46,533.36	21.59%	48,987.57	22.78%
面膜	**33,369.96**	**15.40%**	35,074.14	16.28%	36,696.44	17.07%
其他	**11,799.60**	**5.45%**	12,093.32	5.61%	12,497.97	5.81%
合计	**216,622.50**	**100.00%**	**215,496.81**	**100.00%**	**215,000.49**	**100.00%**

注：其他产品主要包括彩妆、身体护理等，下同

（二）所需主要原材料及重要供应商

公司生产所需的主要材料为内容物原料和包装材料，其中内容物原料按用途可划分为功能性活性成分、基质类原料和一般添加剂，包装材料主要包括外盖、玻璃瓶、塑料瓶等。公司重要供应商情况参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“四、公司采购情况和主要供应商”。

（三）主要生产模式

为自主把控核心技术，同时兼顾生产效率和经济效益，公司采取自主生产、OEM 和 ODM 相结合的生产模式，其中全资子公司广东植物医生承担集团内自主生产职能，OEM 模式和 ODM 模式下，公司与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建立了长期、稳定的合作关系。公司生产模式具体情况参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“一、公司主营业务、主要产品及演变情况”之“（二）主要经营模式”之“2、生产模式”。

（四）销售方式和渠道及重要客户

公司深耕化妆品行业多年，建立了以经销模式为主、直营模式为辅、线下线上全面布局的销售模式，其中，在线下端，公司主要采取连锁经营模式，凭借广泛分布的线下门店和丰富多样的产品陈列，满足了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；在线上端，公司一方面大力发展“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。

报告期内，公司分销售模式收入构成较为稳定，经销模式收入占主营业务收入的比例超过 60%，直营模式收入占比接近 40%，具体情况如下：

单位：万元

项目		2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
经销	授权专卖店（线下门店）	**112,147.12**	**51.77%**	110,972.34	51.50%	113,721.32	52.89%

项目		2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
	授权专卖店（小植商城）	**18,286.20**	**8.44%**	17,451.61	8.10%	15,546.82	7.23%
	经销电商平台	**9,746.22**	**4.50%**	8,133.14	3.77%	7,935.81	3.69%
	小计	**140,179.54**	**64.71%**	**136,557.09**	**63.37%**	**137,203.95**	**63.82%**
直营	直营终端门店（线下门店）	**50,329.15**	**23.23%**	52,665.47	24.44%	52,703.99	24.51%
	直营终端门店（小植商城）	**6,920.79**	**3.19%**	6,233.24	2.89%	6,777.16	3.15%
	直营电商平台	**19,193.02**	**8.86%**	20,041.01	9.30%	18,315.40	8.52%
	小计	**76,442.96**	**35.29%**	**78,939.72**	**36.63%**	**77,796.54**	**36.18%**
合计		**216,622.50**	**100.00%**	**215,496.81**	**100.00%**	**215,000.49**	**100.00%**

报告期内，公司重要客户情况参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“三、公司销售情况和主要客户”。

（五）行业竞争情况及公司在行业中的竞争地位

1、行业竞争情况

在企业层面，2025 年度，中国化妆品市场呈现头部集中的特点。根据 Euromonitor 数据，欧莱雅集团、宝洁集团及雅诗兰黛集团分别以 **14.5%、7.3%和 5.2%**的市场份额位居前三，展现出国际大型日化集团在品牌矩阵、渠道控制力与产品研发方面的显著竞争优势。

在前十强中，中国本土企业占据 4 席，分别为珀莱雅、**百雀羚集团**、自然堂集团和**上美股份**，四者合计市占率为 **7.6%**。尽管整体份额仍相对有限，但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。

与企业层面的竞争格局不同，中国化妆品市场在品牌层面的竞争格局较为分散，2025 年度，前三大品牌**兰蔻**、欧莱雅和雅诗兰黛的市场占有率分别为 **3.7%、3.5%**和 2.3%，前十大品牌市场占有率合计也仅为 **20.2%**。上述现象的形成，一方面是因为，部分大型日化集团通常采用多品牌运营策略，在不同细分赛道和价格带进行覆盖，从而巩固其集团层面的市场份额；另一方面，在护肤、彩妆等细分领域，随着消费者对产品成分、功效匹配性及使用体验的关注日益提升，众多新兴品牌借助社交媒体、内容电商和精细化运营迅速打开市场，呈现出新品牌活跃

涌现与频繁更迭的现象。

2、公司在行业中的竞争地位

公司作为国内化妆品行业中将高山植物理念与产品研发相结合的先行者，多年来致力于将高山植物中的天然活性成分与现代美肤技术相融合，打造了极具辨识度的“植物医生”品牌，赢得了行业和市场的广泛认可，展现出强大的品牌竞争力。

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，公司排名中国单品牌化妆品店第一名。根据 Euromonitor 数据，**2025** 年公司产品零售额在中国化妆品市场国产品牌中排名第 **9**，在中国护肤品市场国产品牌中排名第 7。2023 年和 2024 年，公司在中国美妆网发布的“中国美妆品牌 TOP100”榜单中分别名列第 5 名和第 6 名。

上述行业竞争优势地位的取得，得益于公司在化妆品领域多年耕耘中建立的完善的线上、线下销售渠道网络，具体而言：在线下渠道方面，公司主要采取单品牌连锁经营模式，一方面在热门商圈、交通枢纽等人流密集区域开设有直营终端门店以提升公司形象，增强品牌曝光度；另一方面，与全国各地优质经销商合作，由其开设授权专卖店，共同完成对线下市场的深度覆盖。截至 2025 年末，植物医生品牌线下连锁门店共 **4,268** 家，其中授权专卖店 **3,788** 家、直营终端门店 **480** 家。**根据中国连锁经营协会(CCFA)发布的“生活服务业连锁企业 TOP100”名单，公司 2022 年、2023 年连续位列美容美体行业第二名，并在后续最新榜单中继续位居美容美体行业前列。**

在线上渠道方面，公司一方面借助线下成熟的实体门店网络大力发展“小植商城”新零售渠道，将线下消费者引流至线上，凭借互联网工具构建私域生态；另一方面，公司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。

五、板块定位情况

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。

公司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：

（一）公司业务模式成熟

公司自设立以来，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，公司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，公司采取自主生产、OEM 和 ODM 相结合的生产模式。公司制定了《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，公司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，公司合作的主要 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，公司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，公司一方面大力发展“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，公司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，六大基地”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；“六大基地”包括昆明植物护肤研发实验室、北京亚太皮肤科学研究所、广东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、植物医生—江南大学中国化妆品原料成分研发基地**和植物医生—中国药科大学美容健康研究中心**，主要负责活性原料、产品配方、生产工艺、品质保证、**作用机理**等研发。截至**2026 年 2 月 28 日**，公司已取得专利**226** 项，其中发明专利**73** 项。

综上所述，公司采购、生产、销售、研发业务模式成熟、稳定，符合行业特点，与公司发展现状和未来发展需求相适应，为公司的持续经营和业务增长奠定了坚实的基础。

（二）公司经营业绩稳定、规模较大

通过在化妆品行业的多年持续深耕，公司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 2025 年末，植物医生品牌线下连锁门店共**4,268** 家，其中授权专卖店**3,788** 家、直营终端门店**480** 家。**根据中国连锁经营协会（CCFA）发布的“生活服务业连锁企业 TOP100”名单，公司 2022 年、2023 年连续位列美容美体行业第二名，并在后续最新榜单中继续位居美容美体行业前列。**除此之外，线上渠道的持续布局，也为公司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，公司排名中国单品牌化妆品店第一名。根据 Euromonitor 数据，**2025** 年公司产品零售额在中国化妆品市场国产品牌中排名第**9**，在中国护肤品市场国产品牌中排名第 7。

持续扩大的经营规模也反映到公司财务数据中收入和利润水平的稳定提升，报告期各期，公司分别实现主营业务收入 215,000.49 万元、215,496.81 万元和**216,622.50 万元**，净利润 22,894.16 万元、24,172.57 万元和**21,712.85 万元**，均远超“268 日用化学产品制造”其他上市公司中位数水平，反映出公司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**2026 年 2 月 28 日**，国内 A 股上市公司中，该行业上市公司共 8 家，即珀莱雅、贝泰妮、丸美生物、

水羊股份、福瑞达、敷尔佳、青岛金王和芭薇股份。报告期各期，公司主营业务收入及毛利与水羊股份、福瑞达化妆品业务较为接近，高于敷尔佳、青岛金王和芭薇股份化妆品业务。

（三） 公司属于具有行业代表性的优质企业

1、公司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，公司在石斛兰领域的研发深度和成果转化尤为突出。公司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，成为公司持续提升产品功效的关键突破。围绕石斛寡糖，公司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。此外，公司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，标志着公司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。

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、六大基地”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、公司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。

除公司之外，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	2025-12-31/ 2025 财年末	2024-12-31/ 2024 财年末	2023-12-31/ 2023 财年末
欧舒丹	**3,000**	3,040	2,774
林清轩	**580**	506	443
贝泰妮	**259**	293	123
植物医生	**4,268**	4,328	4,664

注 1：欧舒丹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**及业绩简报**；
注 2：林清轩门店数据为截至对应财年末的门店数据，来源为其招股说明书**及年度报告**；
注 3：贝泰妮数据来源为其定期报告

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，公司门店数量显著高于其他同行业公司。**根据中国连锁经营协会（CCFA）发布的“生活服务业连锁企业 TOP100”名单，公司 2022 年、2023 年连续位列美容美体行业第二名，并在后续最新榜单中继续位居美容美体行业前列。结合公司报告期各期末门店数量显著高于其他同行业公司，以及公司以护肤品研发、销售及线下连锁门店运营为核心的业务特点，公司在化妆品线下连锁经营领域具有较强的渠道覆盖能力、连锁运营能力和品牌影响力，属于具有行业代表性的优质企业。**

综上所述，公司具备“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。

六、发行人报告期的主要财务数据和财务指标

项目	2025 年度/2025-12-31	2024 年度/2024-12-31	2023 年度/2023-12-31
资产总额（万元）	**196,064.34**	182,495.88	177,288.65
归属于母公司所有者权益（万元）	**115,446.52**	100,011.45	84,858.92
资产负债率（母公司）（%）	**0.60**	0.31	1.00
营业收入（万元）	**216,704.32**	215,571.71	215,108.84
净利润（万元）	**21,712.85**	24,172.57	22,894.16
归属于母公司所有者的净利润（万元）	**21,781.42**	24,300.01	22,970.73
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	**20,322.81**	22,480.03	21,398.88
基本每股收益（元）	**2.72**	3.04	2.87
稀释每股收益（元）	**2.72**	3.04	2.87
加权平均净资产收益率（%）	**18.83**	24.95	31.21
经营活动产生的现金流量净额（万元）	**46,388.41**	38,128.57	50,148.55
现金分红（万元）	**8,000**	10,000.00	-
研发投入占营业收入的比例（%）	**2.75**	3.08	3.53

七、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

公司财务报告审计截止日为**2025 年 12 月 31 日**。财务报告审计截止日至本招股说明书签署日，公司总体经营情况良好，经营模式未发生重大变化；公司技术研发、采购、生产及销售等业务活动运转正常，不存在导致公司业绩异常波动的重大不利因素；公司所处行业及市场发展前景良好，未出现重大不利变化。

八、发行人选择的具体上市标准

公司本次发行上市申请适用《上市规则》第 3.1.2 条第（一）项的规定，即最近 3 年净利润均为正，且最近 3 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 3 年经营活动产生的现金流量净额累计不低于 2 亿元或营业收入累计不低于 15 亿元。

指标	公司情况	是否符合
最近 3 年净利润均为正	2023 年、2024 年**及 2025 年**，公司净利润	是

指标	公司情况	是否符合
	（扣除非经常性损益前后的孰低者）分别为 21,398.88 万元、22,480.03 万元**和 20,322.81 万元**	
最近 3 年净利润累计不低于 2 亿元	公司最近三年净利润（扣除非经常性损益前后的孰低者）累计为 **6.42 亿元**，超过 2 亿元	是
最近一年净利润不低于 1 亿元	公司最近一年净利润（扣除非经常性损益前后的孰低者）为 **20,322.81 万元**，超过 1 亿元	是
最近 3 年经营活动产生的现金流量净额累计不低于 2 亿元或营业收入累计不低于 15 亿元	公司最近三年营业收入累计为 **64.74 亿元**，超过 15 亿元	是

九、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在公司治理方面的特殊安排等情况。

十、募集资金运用与未来发展规划

公司本次发行的募集资金总额扣除发行费用后，投资项目具体如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总金额	使用募集资金额
1	营销渠道及品牌建设项目	52,575.84	52,575.84
2	总部及研发中心建设项目	26,378.60	26,378.60
3	生产基地技术改造项目	10,883.76	10,883.76
4	信息化系统升级建设项目	9,989.87	9,989.87
总计		**99,828.07**	**99,828.07**

公司将严格按照有关法律、法规、规范性文件及《募集资金管理制度》使用募集资金，募集资金将存放于董事会指定的专用账户中并专款专用。若本次发行实际募集资金净额低于项目拟投入募集资金金额，差额部分公司将通过自筹资金解决。若本次发行实际募集资金净额超过项目拟投入募集资金金额，超额部分公司将依照中国证监会及深圳证券交易所的有关规定进行使用。若因经营需要或市场竞争等因素导致上述募集资金投向中的全部或部分项目在本次发行募集资金到位前必须进行先期投入的，公司拟以自筹资金先行投入，待本次发行募集资金到位后，公司将严格按照《募集资金管理制度》使用募集资金置换前期投入的自筹资金以及支付项目剩余款项。

募集资金用途的相关情况详见本招股说明书“第七节 募集资金运用与未来

发展规划”。

十一、其他对发行人有重大影响的事项

截至本招股说明书签署日，其他对发行人有重大影响的事项参见本招股说明书“第十节 其他重要事项”。

第三节 风险因素

公司提醒投资者在投资本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料以外，应特别认真考虑下列各项风险因素。下述风险因素根据风险类别、重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小分类排序，该排序并不表示风险因素依次发生。

一、与公司相关的风险

（一）经营风险

1、经销商管理风险

报告期内，公司经销模式业务收入占主营业务收入的比重分别为 63.82%、63.37%和 **64.71%**，占比较高，以公司 2025 年经销模式业务收入的占比情况模拟测算，不考虑其他因素变动，公司通过经销模式实现的收入每下降 1%，公司的主营业务收入将下降 **0.65%**。公司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公司，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公司的品牌经营宗旨，则将对公司的品牌形象和未来发展造成不利影响。除此之外，随着公司业务规模的扩大，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**和泰国**市场，报告期各期，公司合作的经销商数量分别为 2,461 家、2,484 家和 **2,513 家**，公司授权专卖店数量分别为 4,124 家、3,830 家和 **3,788 家**。经销模式下不断增加的进货需求对公司的生产能力、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，公司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

品牌形象是公司实现产品销售的重要因素，一旦发现影响公司品牌形象的事件，公司将及时提出商标异议或侵权诉讼，以保护公司的品牌和商标，避免受到不利影响。然而，公司无法完全杜绝市场上仿冒公司品牌进行非法生产销售及其他侵犯公司品牌形象的事件发生，公司存在品牌形象被盗用或被侵权的风险。公

司为保护品牌形象而进行的诉讼将会产生较高费用，可能会对公司盈利情况产生不利影响。

3、单一品牌销售集中的风险

公司重点塑造“植物医生”单一品牌，坚持单品牌连锁经营模式，该模式集中公司全部优势力量极大提升品牌知名度和市场美誉度的同时，也为公司在存货管理、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，可能导致公司产品销售数量下降，进而对公司的经营业绩产生不利影响。

4、产品质量控制的风险

公司经营的主要产品为高山植物护肤产品，如果公司未来在采购生产过程中未做到有效的质量控制，导致消费者最终使用公司产品产生不良反应，可能引发产品质量事故、不良事件、消费者投诉，甚至受到监管部门行政处罚，进而对公司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

公司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、公司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，则会影响公司新产品的销售，进而对公司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，公司在线下直营门店为消费者提供到店护理服务。截至 2026 年 2 月 28 日，公司尚有 27 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》，公司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。虽然公司的控股股东本多投资、实际控制人解勇已出具承诺，若公司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公司由此遭受的全部经济损失，保证公司不会因此遭受损失，但上述经营资质瑕疵的存在，

仍会导致公司面临一定的处罚风险。

7、产品功效宣传夸大误导的风险

化妆品功效宣传须严格遵守《中华人民共和国广告法》《化妆品监督管理条例》《化妆品功效宣称评价规范》等法律法规的规定。如果公司或其员工对最新法规、监管要求、产品性能及产品功效等理解不够精准，可能导致公司发布的产品功效宣传内容不准确或具有误导性，亦可能导致公司发布的营销信息不符合相关法律法规要求，从而导致因夸大或者误导性广告宣传引发的纠纷或诉讼情况，或收到有关部门的行政处罚或采取监管措施的风险。

（二）技术风险

1、知识产权风险

截至 2026 年 2 月 28 日，公司共持有境内注册商标 237 项、境外注册商标 34 项及境内授权专利 221 项、境外授权专利 5 项。公司的知识产权可能面临侵权或保护不足的风险。如果公司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，或者公司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公司的产品或技术相似或相同的非侵权产品，并直接与公司竞争，进而对公司新产品的上市和销售产生负面影响。此外，公司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，可能导致公司面临知识产权侵权的索赔、诉讼或其他潜在法律纠纷，可能导致公司需要支付赔偿金，并对公司的产品研发、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

公司所处行业监管日趋严格，主营业务开展需取得国家或省级行业监管部门的批准，需取得化妆品生产许可证、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，公司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，导致公司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，将导致公司及子公司未来不能继续生产或经营相关产品，对公司持续经营造成不利影响。

（三）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，公司业务持续发展，营业收入呈增长趋势，对公司战略管理、技术研发、财务管控、市场营销、人力资源管理等方面的要求也不断提高，对各类人才的需求相应增加。若公司不能继续加强管理、培养引进高素质人才、保证相应的治理水平，将难以匹配、适应公司的业务发展节奏，进而影响公司的长期经营和持续发展。

2、人才流失风险

公司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公司竞争优势的重要基础。公司的专业人员为公司近年来技术进步、产品优化、新品推出等作出了重大贡献。公司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，若公司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

截至本招股说明书签署日，公司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，另外公司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，虽然公司控股股东、实际控制人已承诺对公司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公司及子公司业务经营造成不利影响。

（四）财务风险

1、存货管理的风险

公司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，因此公司需保持合理的库存规模。然而，公司产品品类、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，进而影响公司正常业务开展。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。虽然公司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，将给公司经营活动带来不利影响。

2、经营业绩下滑的风险

2023 年至 2025 年，公司主营业务收入分别为 215,000.49 万元、215,496.81 万元**和 216,622.50 万元**，归属于母公司股东的净利润分别为 22,970.73 万元、24,300.01 万元**和 21,781.42 万元，经营业绩总体较为稳定**。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，或者公司出现对经销商管理不善、品牌形象维护不佳等情况，则可能对公司业绩产生负面影响，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，公司主营业务毛利率分别为 60.34%、58.90%和 **60.74%**，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。如果未来公司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公司产品竞争能力减弱，以及出现公司未能有效开发新配方、产品淘汰过时等不利情形，公司主营业务毛利率可能出现波动甚至下降的风险。

二、与行业相关的风险

（一）宏观经济波动风险

公司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公司的经营业绩和财务状况。

（二）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，根据 Euromonitor 数据，2025 年度，欧莱雅集团、宝洁集团及雅诗兰黛集团在中国化妆品市场的市场份额分别为 14.5%、7.3%和 5.2%，合计达到 27.0%。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，若公司在工艺研发、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，公司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，从而影响公司的财务状况和经营业绩。

三、其他风险

（一）募集资金投资项目实施风险

公司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，充分考虑了公司现有生产条件、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。

（二）摊薄即期回报的风险

本次募集资金到位后，公司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，在公司总股本和净资产规模增加的情况下，若公司盈利水平短期内未能产生相应幅度增长，则公司的即期回报（每股收益、净资产收益率等财务指标）存在被摊薄的风险。

第四节 发行人基本情况

一、发行人概况

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.
统一社会信用代码	91440300MA5DPP1J4Y
注册资本	8,000 万元人民币
法定代表人	解勇
有限公司成立日期	2016 年 11 月 25 日
股份公司成立日期	2022 年 12 月 27 日
公司住所	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
电话号码	010-58302307
传真号码	010-58301226
互联网网址	www.drplant.com.cn
电子信箱	stock@drplant.com.cn
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	杨建林
董事会办公室电话号码	010-58302595

二、发行人的设立及报告期内股东、股本变化情况

（一）有限公司设立情况

公司前身植物医生有限系于 2016 年 11 月 25 日成立的有限责任公司，设立时公司名称为“深圳市植物医生贸易有限公司”。2016 年 11 月 25 日，北植科技签署《深圳市植物医生贸易有限公司章程》，章程约定植物医生有限的注册资本为 1,000 万元，全部注册资本由北植科技以现金方式投入。

同日，植物医生有限在深圳市市场监督管理局办理了工商登记并领取了《企业法人营业执照》。

植物医生有限设立时的出资情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	北植科技	1,000.00	1,000.00	100.00
合计		**1,000.00**	**1,000.00**	**100.00**

（二）股份公司设立情况

公司是由植物医生有限于 2022 年 12 月 27 日采用整体变更方式设立的股份有限公司。北京德皓国际会计师事务所（特殊普通合伙）出具了《北京植物医生化妆品股份有限公司审计报告》，根据该报告，公司截至 2022 年 7 月 31 日的净资产值为 124,721,842.48 元。北京中企华资产评估有限责任公司出具了《北京植物医生化妆品有限公司股份制改造涉及的股东全部权益价值追溯性项目资产评估报告》，根据该报告，植物医生有限截至评估基准日 2022 年 7 月 31 日的净资产的评估值为 195,286.62 万元。

2022 年 12 月 1 日，植物医生有限召开股东会，审议通过了公司整体变更为股份有限公司的相关议案，同意将植物医生有限经审计的截至 2022 年 7 月 31 日的净资产 124,721,842.48 元按 1:0.6414 的比例折合为 80,000,000 股，将植物医生有限整体变更为股份公司。其中，植物医生注册资本为 80,000,000 元，净资产其余部分 44,721,842.48 元计入资本公积。同日，植物医生有限全体股东作为发起人共同签署了《北京植物医生化妆品股份有限公司之发起人协议》，一致同意以发起方式设立公司。

2022 年 12 月 16 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过了设立公司的相关决议，具体包括筹办情况的报告、《公司章程》、选举第一届董事会成员和第一届监事会成员等各项议案，同意以发起方式设立公司。

北京德皓国际会计师事务所（特殊普通合伙）对各发起人投入公司的资产进行验证并出具《北京植物医生化妆品股份有限公司验资报告》，确认发起人出资额已按时足额缴纳。

2022 年 12 月 27 日，北京市昌平区市场监督管理局向公司核发了《营业执照》（统一社会信用代码：91440300MA5DPP1J4Y）。

整体变更完成后，公司的股本结构如下：

序号	股东姓名	股份数额（万股）	持股比例（%）
1	本多投资	5,664.80	70.81
2	天津明之弘	845.84	10.57
3	解勇	666.20	8.33
4	黄东	443.48	5.54
5	中科昆植	240.00	3.00
6	张旭	139.68	1.75
合计		**8,000.00**	**100.00**

（三）报告期内的股本和股东变化

2023 年 1 月 1 日，公司的股权结构情况如下：

单位：万元

序号	股东名称/姓名	认缴出资额	实缴出资额	出资比例（%）
1	本多投资	5,664.80	5,664.80	70.81
2	天津明之弘	845.84	845.84	10.57
3	解勇	666.20	666.20	8.33
4	黄东	443.48	443.48	5.54
5	中科昆植	240.00	240.00	3.00
6	张旭	139.68	139.68	1.75
合计		**8,000.00**	**8,000.00**	**100.00**

报告期内，公司股本**未发生变化**。

三、发行人成立以来重要事件

（一）报告期内重大资产重组

报告期内，公司不存在重大资产重组。

（二）2017 年 12 月股权上翻

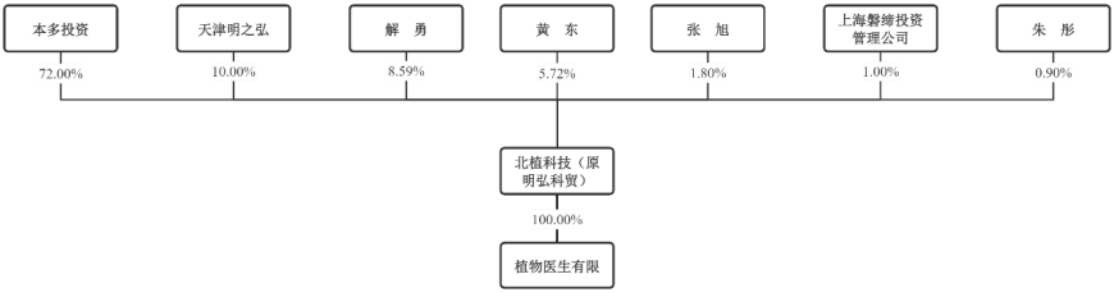
公司成立以来重要事件主要为 2017 年 12 月股权上翻，具体情况如下：

2016 年 11 月，北植科技设立植物医生有限，设立目的系拓展植物医生在深圳地区的产品销售。2017 年，植物医生开始筹划上市，选定的上市主体为北植科技，彼时其名称为“北京明弘科贸有限责任公司”。为突出“植物医生”的品牌形象，公司计划在北植科技公司名称中添加“植物医生”字样并以“植物医生”

作为上市公司简称，但该名称变更申请未获北京市工商主管部门批准。因此公司转而选择植物医生有限（彼时公司名称为“深圳市植物医生贸易有限公司”）作为上市主体，并在 2017 年完成股权上翻，即北植科技股权与植物医生有限股权的互相转让，具体情况如下：

1、股权上翻前公司股权结构

本次股权上翻前，北植科技、植物医生有限的股权结构如下：



2、股权上翻过程

2017 年 12 月，植物医生有限作出股东会决议，同意北植科技将所持植物医生有限 100%股权分别转让给本多投资、天津明之弘、解勇、黄东、张旭和磐缔投资。次日，北植科技与前述各方签署了《股权转让协议》，参照植物医生有限截至 2017 年 11 月末净资产确定本次股权转让价格为 1.23 元/注册资本，具体情况如下：

单位：万元

转让方	受让方	转让出资额	交易对价	转让价格
北植科技	本多投资	720.00	888.09	1.23 元/注册资本
	天津明之弘	109.00	134.45	
	解勇	85.85	105.89	
	黄东	57.15	70.49	
	张旭	18.00	22.20	
	磐缔投资	10.00	12.33	

2017 年 11 月，北植科技作出股东会决议，同意股东本多投资、天津明之弘、解勇、黄东、磐缔投资、张旭分别将其所持北植科技的全部股权转让给植物医生有限。同日，植物医生有限与前述各方签署了《转让协议》，参照北植科技截至

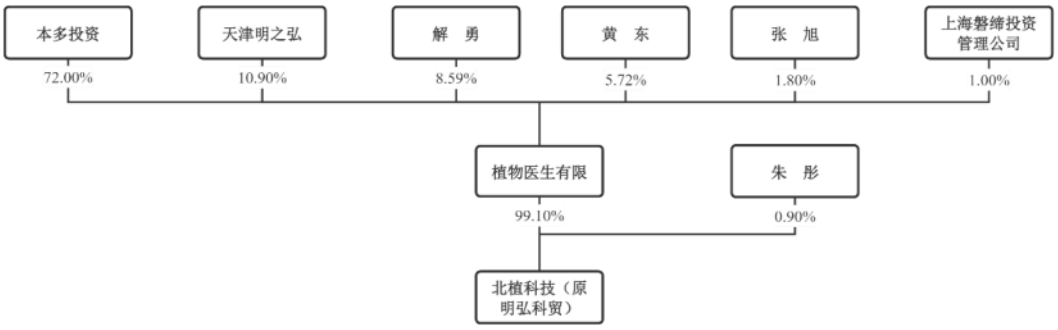
2017 年 11 月末净资产确定本次股权转让价格为 1.21 元/注册资本，具体情况如下：

单位：万元

转让方	受让方	转让出资额	交易对价	转让价格
本多投资	植物医生有限	5,760.00	6,982.82	1.21 元/注册资本
天津明之弘		800.00	969.84	
解勇		686.80	832.60	
黄东		457.20	554.26	
张旭		144.00	174.57	
磐缔投资		80.00	96.98	

3、股权上翻后公司股权结构

上述股权转让完成后，北植科技、植物医生有限的股权结构如下：



注：2018 年 5 月，朱彤将持有的北植科技 0.90%股权转让给植物医生有限

2017 年 12 月 6 日和 2017 年 12 月 22 日，植物医生有限和北植科技分别办理完毕前述股权转让的工商变更手续。前述股权转让的受让方均已支付股权转让价款，转让方已按照股权转让所得完成缴税。

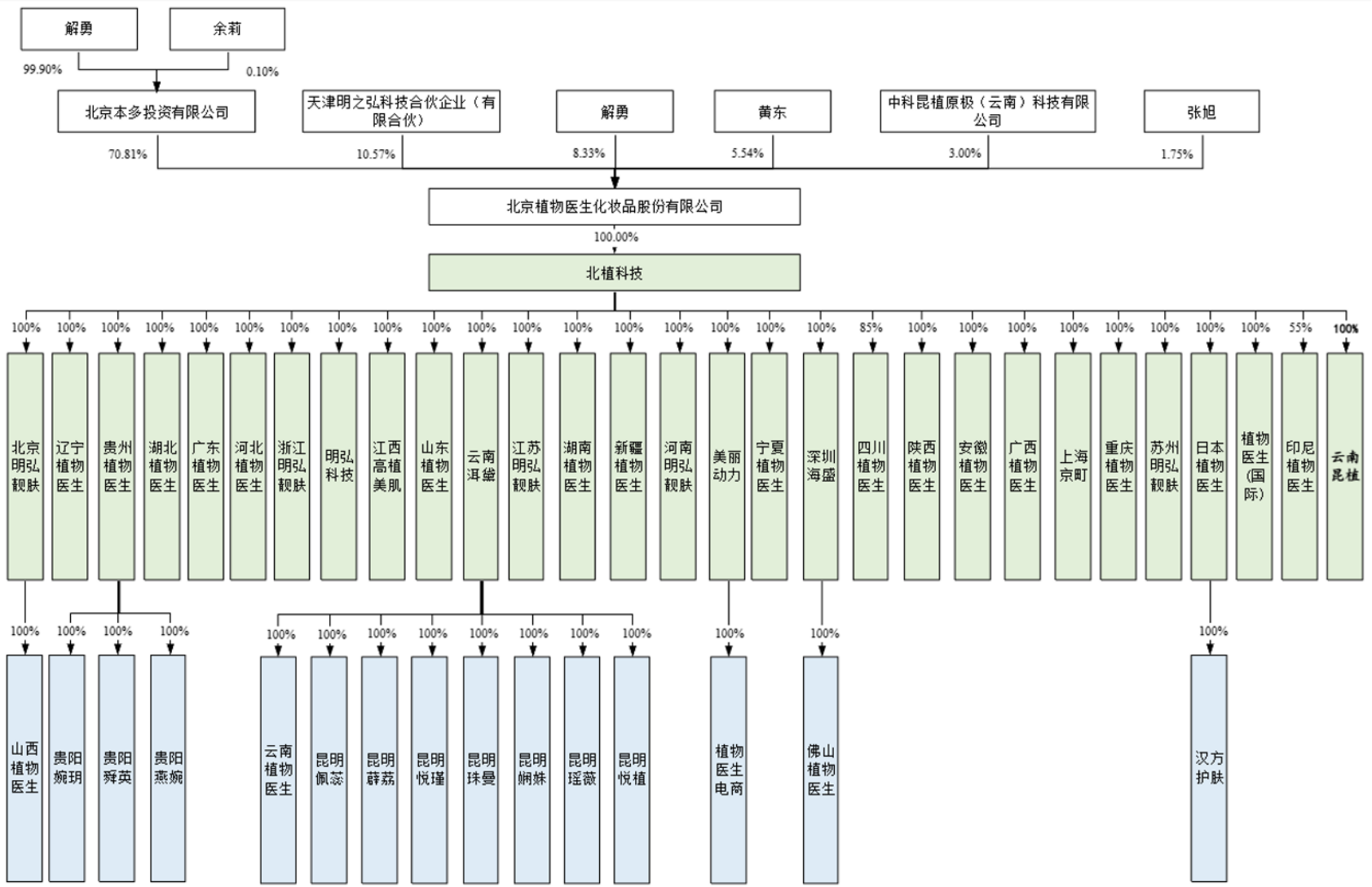
本次股权上翻系调整上市主体及股权架构，本次股权转让完成后，公司的主要经营主体依然为北植科技（原明弘科贸），公司经营管理未发生重大变化，本次股权转让对于公司的管理层、控制权、业务发展及经营业绩未产生重大影响。

四、发行人在其他证券市场的上市及挂牌情况

公司自设立以来，未在其他证券市场上市或挂牌。

五、发行人的股权结构

截至本招股说明书签署日，公司股权结构如下图所示：



注：截至 **2026 年 2 月 28 日**，公司及各级子公司共设立有 **464** 家分公司，具体情况参见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件七 子公司、参股公司简要情况”

六、发行人重要子公司和参股公司情况

截至本招股说明书签署日，公司共有 **45** 家全资、控股子（孙）公司，公司拥有北植科技 1 家一级子公司，该公司系植物医生品牌及运营的核心主体公司，负责植物医生的产品研发与设计、品牌宣传、供应链管理、运营管理、人员管理、财务管理等。公司通过北植科技合计控制 **29** 家境内外二级子公司及 15 家三级子公司，其中二级子公司主要负责区域市场开拓及运营管理、生产加工、电商运营，三级子公司主要为线下直营门店的运营主体。此外，截至 **2026 年 2 月 28 日**，公司拥有 **464** 家分公司。公司在全国各地设立的二级子公司，除广东植物医生负责生产加工，美丽动力负责电商运营外，其他二级子公司主要负责统筹当地市场拓展及产品销售，公司设立三级子公司及分公司，主要系公司开设直营门店需通过设立子公司或分公司进行业务开展。公司重要子公司及其他子公司具体情况如下：

（一）发行人重要子公司情况

在综合考虑子公司的营业收入、净利润、总资产和净资产等财务指标占公司合并财务指标的比例以及经营业务、未来发展战略等因素后，截至本招股说明书签署日，公司重要控股子公司包括北植科技、广东植物医生及美丽动力，其基本情况如下：

1、北植科技

公司名称	北京植物医生生物科技有限公司
注册地址	北京市西城区西直门外大街 1 号院 3 号楼 10D9
主要经营地	北京市
成立日期	1994 年 12 月 29 日
法定代表人	解勇
注册资本	8,000 万元人民币
实收资本	8,000 万元人民币
统一社会信用代码	911101021014119175
股权结构	植物医生持股 100.00%
主营业务及在发行人业务板块中定位	植物医生的产品研发与设计、品牌宣传、供应链管理、运营管理、人员管理、财务管理
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；房地产咨询；日用品批发；日用品销售；针纺织品销售；化工产品

	销售（不含许可类化工产品）；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；计算机软硬件及辅助设备批发；计算机软硬件及辅助设备零售；日用杂品销售；机械设备销售；金属材料销售；化妆品批发；化妆品零售；个人卫生用品销售；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；厨具卫具及日用杂品批发；电子产品销售；第一类医疗器械销售；货物进出口；技术进出口；进出口代理；互联网销售（除销售需要许可的商品）；保健食品（预包装）销售；食品销售（仅销售预包装食品）；食品互联网销售（仅销售预包装食品）；食品进出口；家用电器销售；珠宝首饰零售。（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）许可项目：生活美容服务；**第二类增值电信业务**。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

北植科技最近一年经德皓审计的财务数据如下：

单位：万元

项目	2025-12-31/2025 年度
总资产	193,016.25
净资产	112,494.20
营业收入	216,704.32
净利润	21,672.04

2、广东植物医生

公司名称	植物医生（广东）生物科技有限公司
注册地址	佛山市顺德区大良街道办事处五沙社区居民委员会顺番公路五沙路段 13 号之一、之二
主要经营地	广东省佛山市
成立日期	2015 年 11 月 30 日
法定代表人	张旭
注册资本	1,008 万元人民币
实收资本	1,008 万元人民币
统一社会信用代码	91440606MA4UK8FD42
股权结构	北植科技持股 100.00%
主营业务及在发行人业务板块中定位	植物医生产品原材料采购及产品生产
经营范围	生物技术研发；研发、生产、销售：化妆品、肥皂及洗涤剂、其他日用化学产品（不含危险化学品）；国内商业、物资供销业；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）。（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）

广东植物医生最近一年经德皓审计的财务数据如下：

单位：万元

项目	2025-12-31/2025 年度
总资产	37,344.49
净资产	10,084.54
营业收入	42,662.53
净利润	4,259.08

3、美丽动力

公司名称	北京美丽动力电子商务有限公司
注册地址	北京市西城区西直门外大街 1 号院 3 号楼 10 层 D10 室（德胜园区）
主要经营地	北京市
成立日期	2010 年 7 月 20 日
法定代表人	南浩
注册资本	100 万元人民币
实收资本	100 万元人民币
统一社会信用代码	911101025568039760
股权结构	北植科技持股 100.00%
主营业务及在发行人业务板块中定位	线上电商平台的运营及销售
经营范围	销售化妆品及卫生用品、首饰、工艺品、文化用品、体育用品、汽车配件、摩托车配件、服装鞋帽、计算机软件及辅助设备、照相器材、玩具、通讯设备；经济信息咨询；计算机系统服务；技术咨询；技术服务。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

美丽动力最近一年经德皓审计的财务数据如下：

单位：万元

项目	2025-12-31/2025 年度
总资产	3,389.34
净资产	-1,664.73
营业收入	21,606.90
净利润	-2,244.19

（二）发行人其他子公司情况

除上述重要子公司外，公司拥有 42 家控股子公司，具体情况参见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件七 子公司、参股公司简要情况”。

（三）发行人参股公司情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在参股公司。

（四）发行人分公司情况

截至 2026 年 2 月 28 日，公司及下属子公司共有 464 家分公司，主要为公司线下直营门店的运营主体。公司及下属子公司拥有的分公司数量情况参见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件七 子公司、参股公司简要情况”。

（五）报告期内发行人注销、转让子公司情况

报告期内，公司不存在转让子公司的情况。

报告期内，公司共注销子公司 13 家，均为直营门店的运营公司。公司为优化经营布局，将部分直营门店撤店后注销相应子公司，具体情况如下：

单位：万元

序号	名称	成立时间	注销时间	注册资本	注册地和主要生产经营地	主营业务	股权结构及控制情况
1	贵阳洵美化妆品有限公司	2020-07	2023-01	2	贵阳	直营门店	贵州植物医生持股 100%
2	昆明燕晓化妆品有限公司	2020-08	2023-06	2	昆明	直营门店	云南洱黛持股 100%
3	昆明苓卉化妆品有限公司	2020-08	2023-06	2	昆明	直营门店	云南洱黛持股 100%
4	昆明夏萱化妆品有限公司	2020-08	2023-08	2	昆明	直营门店	云南洱黛持股 100%
5	昆明晴飒化妆品有限公司	2020-08	2023-09	2	昆明	直营门店	云南洱黛持股 100%
6	昆明诗莲化妆品有限公司	2020-08	2023-11	2	昆明	直营门店	云南洱黛持股 100%
7	昆明灵菡化妆品有限公司	2020-08	2024-01	2	昆明	直营门店	云南洱黛持股 100%
8	昆明亦璇化妆品有限公司	2020-08	2024-01	2	昆明	直营门店	云南洱黛持股 100%
9	昆明慕悦化妆品有限公司	2020-08	2024-02	2	昆明	直营门店	云南洱黛持股 100%
10	贵州美盼化妆品有限公司	2020-07	2024-03	2	贵阳	直营门店	贵州植物医生持股 100%
11	昆明妙菡化妆品有限公司	2020-04	2024-05	2	昆明	直营门店	云南洱黛持股 100%
12	昆明梦茹化妆品有限公司	2020-08	2025-04	2	昆明	直营门店	云南洱黛持股 100%
13	昆明悦婷化妆品有限公司	2020-08	2025-06	2	昆明	直营门店	云南洱黛持股 100%

七、控股股东、实际控制人及其他 5%以上股份或表决权的主要股东

（一）控股股东

截至本招股说明书签署日，本多投资持有公司 70.81%的股份，为公司的控股股东。

本多投资基本情况如下：

企业名称	北京本多投资有限公司				
注册地	北京市西城区西直门外大街 18 号楼 3 层 2 单元 317				
主要经营地	北京市				
成立时间	2015 年 9 月 15 日				
法定代表人	解勇				
注册资本	15,000 万元人民币				
实收资本	12,518 万元人民币				
股权结构	解勇 99.90%、余莉 0.10%				
经营范围	一般项目：自有资金投资的资产管理服务；以自有资金从事投资活动；企业管理；咨询策划服务；社会经济咨询服务。（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）（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）				
与发行人主营业务关系	本多投资为实际控制人的持股平台，除控股公司及磐缔投资，参股成都锐盛元景股权投资基金合伙企业（有限合伙）外无其他业务，与公司主营业务不存在重合				
财务数据（万元）	**项目**	**总资产**	**净资产**	**营业收入**	**净利润**
	2025-12-31/ 2025 年度	**26,095.44**	**25,295.44**	**-**	**4,030.72**

注：**2025 年度**财务数据已经**北京一环会计师事务所（普通合伙）**审计

（二）实际控制人

公司的实际控制人为解勇先生，解勇先生直接持有公司 8.33%股份，通过本多投资间接控制公司 70.81%股份对应的表决权，根据解勇与天津明之弘签署的《一致行动协议》，天津明之弘在行使植物医生股东的表决权时与解勇采取一致行动，按照解勇的意见投票表决，因此解勇合计控制公司 89.71%股份对应的表决权，且任公司董事长、总经理，能够对公司股东会及董事会的决议产生实质影响，系公司实际控制人。

解勇先生的身份信息如下：

解勇，男，1968 年出生，本科学历，中国籍，无境外永久居留权，身份证

号 61010319681006****。

（三）其他持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东

截至本招股说明书签署日，除控股股东本多投资及实际控制人解勇外，公司有两名持有公司 5%以上股份或表决权的主要股东，系天津明之弘及自然人黄东，两者分别持有公司 10.57%及 5.54%的股份，具体情况如下：

1、天津明之弘科技合伙企业（有限合伙）

天津明之弘系公司的持股平台，其基本情况如下：

企业名称	天津明之弘科技合伙企业（有限合伙）
注册地址	天津市武清区河北屯镇崔霍路 11 号 A 座 211 室
主要经营地址	天津市
执行事务合伙人	天津明之弘管理咨询有限公司
注册资本	872 万元人民币
实收资本	872 万元人民币
统一社会信用代码	91120222MA05LT9A49
成立日期	2016 年 12 月 5 日
经营范围	计算机软件技术开发，财务信息咨询，企业营销策划，会议服务。（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）
与发行人主营业务关系	天津明之弘为公司的持股平台，除持有公司股份外无其他业务，与发行人主营业务不存在重合

截至本招股说明书签署日，天津明之弘合伙人份额情况如下：

序号	合伙人	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
1	解勇	有限合伙人	288.00	33.03
2	胡红文	有限合伙人	128.00	14.68
3	杨建林	有限合伙人	80.00	9.17
4	邱明华	有限合伙人	80.00	9.17
5	张焱斌	有限合伙人	72.00	8.26
6	贺宗保	有限合伙人	40.00	4.59
7	代雪松	有限合伙人	40.00	4.59
8	禹雷	有限合伙人	32.00	3.67
9	王欢	有限合伙人	32.00	3.67
10	黄剑峰	有限合伙人	24.00	2.75
11	杨德华	有限合伙人	16.00	1.83

序号	合伙人	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
12	朱忠萍	有限合伙人	16.00	1.83
13	任向霞	有限合伙人	8.00	0.92
14	裴盛基	有限合伙人	8.00	0.92
15	天津明之弘管理咨询有限公司	普通合伙人	8.00	0.92
合计			**872.00**	**100.00**

2、黄东

截至本招股说明书签署日，黄东持有公司 5.54%的股份，任公司董事。

黄东，男，1966 年生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号 44011319661109****。

（四）控股股东、实际控制人直接或间接持有公司股份不存在质押或其他有争议情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人直接或间接持有公司的股份不存在质押或其他有争议的情况。

（五）控股股东、实际控制人报告期内是否存在贪污、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，是否存在欺诈发行、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

报告期内，公司控股股东、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。

八、发行人股本情况

（一）本次发行前后公司股本情况

本次发行前，公司总股本为 8,000.00 万股。本次拟公开发行新股数量不超过 2,666.67 万股，占本次发行后总股本的比例不低于 25%。

本次发行前后公司的股本结构如下：

序号	股东名称	发行前股本结构		发行后股本结构	
		股数（万股）	比例	股数（万股）	比例
1	本多投资	5,664.80	70.81%	5,664.80	53.11%
2	天津明之弘	845.84	10.57%	845.84	7.93%
3	解勇	666.20	8.33%	666.20	6.25%
4	黄东	443.48	5.54%	443.48	4.16%
5	中科昆植	240.00	3.00%	240.00	2.25%
6	张旭	139.68	1.75%	139.68	1.31%
7	社会公众股	-	-	2,666.67	25.00%
总计		**8,000.00**	**100.00%**	**10,666.67**	**100.00%**

（二）本次发行前的前十名股东情况

截至本招股说明书签署日，公司共 6 名股东，其持股情况如下表所示：

序号	股东名称	持股数量（万股）	占总股本比例
1	本多投资	5,664.80	70.81%
2	天津明之弘	845.84	10.57%
3	解勇	666.20	8.33%
4	黄东	443.48	5.54%
5	中科昆植	240.00	3.00%
6	张旭	139.68	1.75%
合计		**8,000.00**	**100.00%**

（三）前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

截至本招股说明书签署日，公司共有 3 名自然人股东，其在公司担任的职务情况如下：

序号	股东名称	在发行人处担任的职务
1	解勇	董事长、总经理
2	黄东	董事
3	张旭	职工代表董事

（四）发行人国有股份或外资股份情况

1、国有股份情况

截至本招股说明书签署日，公司存在一名国有股东中科昆植原极（云南）科

技有限公司。中科昆植持有公司 240.00 万股，根据中国证券登记结算有限责任公司出具的中科昆植《中国证券登记结算有限责任公司投资者证券持有信息（深市）》以及中科昆植、昆植所出具的说明，中科昆植属于《上市公司国有股权监督管理办法》（国资委财政部证监会令第 36 号）第三条规定国有股东，中科昆植在中国证券登记结算有限责任公司登记的投资者证券账户类别为国有股东（SS）。根据财政部出具的《财政部关于批复北京植物医生化妆品股份有限公司国有股权管理方案的函》（财教函〔2025〕20 号），如公司在境内发行股票并上市，中科昆植持有公司股份的证券账户应标注“SS”。

2、外资股份情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在外资股东。

（五）发行人最近一年新增股东情况

公司申报前一年不存在新增股东的情况。

（六）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的持股情况

本次发行前，公司各股东之间的关联关系情况如下：

1、本多投资与解勇

本多投资与解勇分别持有公司 70.81%和 8.33%的股份。解勇持有本多投资 99.90%的股权，系其实际控制人。

2、天津明之弘与解勇

天津明之弘与解勇分别持有公司 10.57%和 8.33%的股份。解勇持有天津明之弘 33.03%的合伙份额。同时，解勇与天津明之弘签署了《一致行动协议》，约定双方在植物医生的股东会上就任何事项进行审议和表决以及作为植物医生的股东根据《公司法》《公司章程》等规定行使其权利或职权及履行相关义务时，均应采取一致行动，按照解勇的意见投票表决，保持股东权利行使、表决意见的一致性。

（七）发行人股东公开发售股份的情况

本次发行中，公司现有股东不公开发售股份。

九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况

（一）董事会成员

截至本招股说明书签署日，公司董事会由**7**名董事组成，其中独立董事**3**名，根据《公司章程》，公司董事任期3年，任期届满可连选连任。公司现任董事的基本情况如下表所示：

序号	姓名	职务	提名人	任期
1	解勇	董事长、总经理	本多投资	**2025年12月29日至2028年12月28日**
2	胡红文	董事、副总经理	本多投资	**2025年12月29日至2028年12月28日**
3	黄东	董事	黄东	**2025年12月29日至2028年12月28日**
4	张旭	职工代表董事	职工民主选举	**2025年12月29日至2028年12月28日**
5	张克东	独立董事	本多投资	**2025年12月29日至2028年12月28日**
6	钟晓明	独立董事	本多投资	**2025年12月29日至2028年12月28日**
7	冯根福	独立董事	本多投资	**2025年12月29日至2028年12月28日**

公司现任董事简历如下：

解勇先生，1968年生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权。1990年至1993年，于顺德市顺安电梯厂任工程师；1994年至今，于北植科技任执行董事、总经理；2016年至2022年，于植物医生有限任执行董事、总经理；2022年12月至今，任公司董事长、总经理。

胡红文女士，1969年生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权。1990年至1996年，于宁夏建材集团股份有限公司任科员；1996年至2012年，于雅芳（中国）有限责任公司任高级销售总监；2012年至2013年，于华致酒行连锁管理股份有限公司任大客户部总监；2013年至今，任北植科技副总裁兼运营中心总经理；2022年12月至今，任公司董事、副总经理。

黄东先生，1966年生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权。1988年至1993年，于内蒙古包头市电台任编辑记者；1993年至1995年，于广州长城国际广告公司任创意策划；1996年至1997年，于大广（中国）广告有限公司任创意总监；1997年至1999年，于广州摩登王电讯有限公司任市场总监；2000年至2013年，于广州同方堂生物科技发展有限公司任总经理；2013年至今，于上

海味优餐饮管理有限公司任副总经理；2022 年 12 月至今，任公司董事。

张旭先生，1966 年生，本科学历，中国国籍，无境外永久居留权。1990 年至 1994 年，于山东淄博齐鲁乙烯塑编厂设备科任技术员；1992 年至 1994 年，于筱原精机（深圳）有限公司任报关员；1994 年至 2006 年，于深圳市桑达实业股份有限公司任进出口业务经理；2007 年至 2022 年 12 月，任深圳海盛运营总经理；2023 年 1 月至今，任北植科技东南亚事业部总经理；2016 年至 2022 年 12 月，任植物医生有限监事；2022 年 12 月至 2025 年 4 月，任公司监事会主席；2025 年 4 月至今，任公司职工代表董事。

张克东先生，1963 年生，本科学历，注册会计师，中国国籍，无境外永久居留权。1993 年至 1998 年，于中信会计师事务所历任项目经理、部门经理、副主任会计师；1998 年至 2002 年，于中天信会计师事务所任副主任会计师；2002 年至今，于信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）任审计合伙人；2022 年 12 月至今，任公司独立董事。

钟晓明先生，1962 年生，研究生学历，中国国籍，无境外永久居留权。1985 年至 2022 年，于浙江中医药大学任教授；2013 年至今，于浙江大学任教授、华南工业技术研究院首席科学家；2025 年 4 月至今，任公司独立董事。

冯根福先生，1957 年生，博士学历，中国国籍，无境外永久居留权。1982 年至 2000 年，于陕西财经学院历任学报编辑部主任、主编、工商学院院长、博士生导师、教授；2000 年至 2016 年，于西安交通大学任经济与金融学院院长、博士生导师；2016 年至今，于西安交通大学任经济与金融学院博士生导师、教授，《当代经济科学》杂志主编，享受国务院特殊津贴；2025 年 6 月至今，任公司独立董事。

（二）监事会成员

根据公司 2025 年 4 月 7 日召开的第一届董事会第五次会议及 2025 年 4 月 23 日召开的 2025 年第一次临时股东大会审议通过的《关于取消公司监事会并修订<北京植物医生化妆品股份有限公司章程>及相关议事规则的议案》，公司根据 2024 年 7 月 1 日起实施的《公司法》及相关法律法规的规定，结合公司的实际情况及需求，决定取消监事会，由董事会审计委员会行使相关职权，并对公司《公

司章程》及相关议事规则进行修订。

（三）高级管理人员

公司高级管理人员由总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书组成。截至本招股说明书签署日，公司现任高级管理人员共 3 名，基本情况如下表所示：

序号	姓名	职务	任期
1	解勇	总经理	**2025年12月29日至2028年12月28日**
2	胡红文	副总经理	**2025年12月29日至2028年12月28日**
3	杨建林	董事会秘书、财务总监	**2025年12月29日至2028年12月28日**

公司现任高级管理人员的简历如下：

解勇先生，简历参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（一）董事会成员”。

胡红文女士，简历参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（一）董事会成员”。

杨建林先生，1978 年生，研究生学历，注册会计师，中国国籍，无境外永久居留权。2001 年至 2011 年，于中国外运股份有限公司任财务经理；2011 年至 2015 年，于奥腾思格玛（中国）集团有限公司任财务总监；2016 年至 2019 年，于梦想城堡（天津）电子商务有限公司任财务总监兼董事会秘书；2019 年至今，任北植科技财务总监；2022 年 12 月至今，任公司财务总监兼董事会秘书。

（四）其他核心人员

截至本招股说明书签署日，除公司董事及高级管理人员外，公司他核心人员为邱明华，简历如下：

邱明华先生，1968 年生，博士学历，中国国籍，无境外永久居留权。1997 年至 2000 年，于中国科学院力学研究所任工程师；2000 年至 2011 年，于上海诺基亚贝尔股份有限公司任研发经理；2011 年至 2016 年，于 POLYCOM 通讯技术（北京）有限公司任研发总监；2016 年至 2019 年，于深圳市成为信息技术股份有限公司任首席技术官；2019 年至今，于北植科技历任供应链中心总经理、智能零售中心总经理；2022 年 12 月至 2025 年 4 月，任公司监事。

十、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、高级管理人员和其他核心人员在公司及其子公司之外主要兼职情况如下表所示：

姓名	公司职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与公司关联关系
解勇	董事长、总经理	本多投资	执行董事	实际控制人控制的企业，公司控股股东
		磐缔投资	监事	公司控股股东控制的企业
黄东	董事	上海味优餐饮管理有限公司	副总经理	公司董事担任高级管理人员的企业
张克东	独立董事	信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）	审计合伙人	无
		国金基金管理有限公司	独立董事	无
		信永中和国际投资集团有限公司	监事	无
钟晓明	独立董事	浙江大学	教授	无
		杭州麦迪医药技术有限公司	执行董事、总经理	公司董事担任董事及高级管理人员的企业
		广东省化妆品质量管理协会	会长	公司董事担任高级管理人员的法人
		中国卫生监督协会化妆品科学技术专委会	主任委员	无
		化妆品标准化技术委员会	委员	无
冯根福	独立董事	西安交通大学	教授	无
		牧原食品股份有限公司	独立董事	无
		昆朋资产管理股份有限公司	独立董事	无
		星恒电源股份有限公司	独立董事	无
		西安中科微精光子科技股份有限公司	独立董事	无
		陕西秦元热力股份有限公司	**独立董事**	**无**
		延长中科（大连）能源科技股份有限公司	**独立董事**	**无**
杨建林	董事会秘书、财务总监	米平（北京）科技有限公司	执行董事	公司高级管理人员担任董事的企业
邱明华	北植科技智能零售中心总经理	天津明之弘管理咨询有限公司	执行董事、经理	公司曾经的监事控制的企业

十一、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的亲属关系

截至本招股说明书签署日，公司董事、高级管理人员和其他核心人员之间不

存在亲属关系。

十二、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的合规情况

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在涉及行政处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。

十三、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员与公司签订协议及其履行情况

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员均与公司签署了聘任协议，在公司任职并领取薪酬（不包括独立董事津贴）的董事、高级管理人员和其他核心人员解勇、张旭、杨建林、邱明华均与公司或子公司签署了劳动合同，董事及高级管理人员胡红文因已到退休年龄与公司签署聘任协议。

截至本招股说明书签署日，上述合同履行正常，不存在违约情形。

十四、公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员变动情况

（一）董事变化情况

报告期初至本招股说明书签署日，公司董事变化情况如下：

任职时间	成员	职位	具体变化情况
2023 年 1 月至 2025 年 4 月	解勇	董事长	-
	胡红文	董事	
	黄东	董事	
	姚长盛	独立董事	
	张克东	独立董事	
2025 年 4 月至 2025 年 6 月	解勇	董事长	完善公司治理结构，新增张旭、钟晓明担任公司董事，其中钟晓明系独立董事
	胡红文	董事	
	黄东	董事	
	张旭	职工代表董事	
	姚长盛	独立董事	
	张克东	独立董事	
	钟晓明	独立董事	

任职时间	成员	职位	具体变化情况
2025 年 6 月至 **2025 年 12 月**	解勇	董事长	完善公司治理结构，新增冯根福担任公司独立董事
	胡红文	董事	
	黄东	董事	
	张旭	职工代表董事	
	姚长盛	独立董事	
	张克东	独立董事	
	钟晓明	独立董事	
	冯根福	独立董事	
2025 年 12 月至今	**解勇**	**董事长**	**公司第一届董事会任期届满，进行换届选举，独立董事姚长盛因其个人原因不再担任公司独立董事**
	胡红文	**董事**	
	黄东	**董事**	
	张旭	**职工代表董事**	
	张克东	**独立董事**	
	钟晓明	**独立董事**	
	冯根福	**独立董事**	

报告期初，解勇、黄东、胡红文担任公司非独立董事，张克东、姚长盛担任公司独立董事，共同组成公司第一届董事会。

2025 年 4 月，公司召开 2025 年第一次临时股东大会，选举钟晓明担任公司独立董事，同日，公司召开职工代表大会，选举张旭担任公司职工代表董事。

2025 年 6 月，公司召开 2025 年第三次临时股东会，选举冯根福为独立董事。

2025 年 12 月，公司第一届董事会任期届满，进行换届选举，独立董事姚长盛因其个人原因不再担任公司独立董事，其他董事会成员与第一届董事会一致。

最近三年，公司董事未发生重大不利变化。

（二）监事变化情况

报告期初至本招股说明书签署日，公司监事变化情况如下：

任职时间	成员	职位	具体变化情况
2023 年 1 月 至 2024 年 7 月	张旭	监事、监事会主席	-
	邱明华	监事	
	鲁育玮	职工代表监事	

任职时间	成员	职位	具体变化情况
2024 年 7 月至 2025 年 4 月	张旭	监事、监事会主席	鲁育玮因个人原因离职，新增陈锐铄担任公司职工代表监事
	邱明华	监事	
	陈锐铄	职工代表监事	
2025 年 4 月至今	-	-	根据《公司法》等相关法律法规对公司治理架构进行调整，取消监事会

报告期初，张旭、邱明华担任公司监事，与职工代表大会选举的职工代表监事鲁育玮共同组成公司第一届监事会。

2024 年 7 月，职工代表监事鲁育玮因个人原因离职，公司召开职工代表大会，选举陈锐铄为职工代表监事。

2025 年 4 月，公司 2025 年第一次临时股东大会审议通过《关于取消公司监事会并修订<北京植物医生化妆品股份有限公司章程>及相关议事规则的议案》，根据 2024 年 7 月 1 日起实施的《公司法》及相关法律法规的规定，结合公司的实际情况及需求，公司取消监事会，由董事会审计委员会行使相关职权。

最近三年，公司监事未发生重大不利变化，公司取消监事会主要系根据《公司法》的修订调整公司治理架构。

（三）高级管理人员变化情况

报告期初至本招股说明书签署日，公司高级管理人员变化情况如下：

任职时间	成员	职位	具体变化情况
2023 年 1 月至 2025 年 7 月	解勇	总经理	为进一步完善公司治理结构，增选胡红文、于文泽为副总经理，杨建林为财务总监、董事会秘书
	胡红文	副总经理	
	于文泽	副总经理	
	杨建林	财务总监、董事会秘书	
2025 年 7 月至今	解勇	总经理	于文泽因个人原因离职
	胡红文	副总经理	
	杨建林	财务总监、董事会秘书	

报告期初，公司董事会聘任解勇担任公司总经理，聘任胡红文、于文泽担任副总经理，聘任杨建林担任财务总监、董事会秘书。

2025 年 7 月，于文泽因个人原因离职，其余公司高级管理人员未发生变动。

最近三年，公司高级管理人员未发生重大不利变化。

（四）其他核心人员变化情况

报告期初至本招股说明书签署日，公司其他核心人员为邱明华。最近三年，公司其他核心人员未发生重大不利变化。

（五）最近三年公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员变化对公司的影响

最近三年，公司核心管理层总体保持稳定，董事、监事、高级管理人员和其他核心人员未发生重大不利变化，历次变动均符合相关法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定，履行了必要的法律程序，不存在对公司生产经营产生重大不利影响的情形。

十五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与发行人及其业务相关的对外投资情况

截至本招股说明书签署日，除前述持有公司的股份外，公司董事、高级管理人员和其他核心人员其他主要对外投资情况如下：

单位：万元

姓名	公司职务	对外投资单位名称	投资金额	持股比例
解勇	董事长、总经理	北京本多投资有限公司	14,985.00	99.90%
		天津明之弘科技合伙企业（有限合伙）	288.00	33.03%
胡红文	董事、副总经理	天津明之弘科技合伙企业（有限合伙）	128.00	14.68%
黄东	董事	北京味多美食品有限责任公司	325.00	5.42%
		西安所罗门广告文化传播有限公司	100.00	10.00%
张旭	职工代表董事	洋浦东峰进出口贸易有限公司	60.00	60.00%
张克东	独立董事	信永中和国际投资集团有限公司	540.00	9.00%
		信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）	**83.43**	**1.39%**
钟晓明	独立董事	杭州麦迪医药技术有限公司	60.00	60.00%
		杭州麦迪圣医药技术开发有限公司	4.00	40.00%
冯根福	独立董事	天津联信嘉铖管理咨询合伙企业（有限合伙）	5.00	1.24%
杨建林	董事会秘	天津明之弘科技合伙企业（有限合伙）	80.00	9.17%

姓名	公司职务	对外投资单位名称	投资金额	持股比例
	书、财务总监	米平（北京）科技有限公司	10.00	100.00%
		天津歌者企业管理咨询中心（有限合伙）	4.24	21.20%
邱明华	北植科技智能零售中心总经理	天津明之弘科技合伙企业（有限合伙）	80.00	9.17%
		天津明之弘管理咨询有限公司	10.00	100.00%

注：上述对外投资不包含通过二级市场购买上市公司股票

公司董事、高级管理人员和其他核心人员上述对外投资与公司主营业务不相关，与公司不存在利益冲突。除上述列明的对外投资情况外，公司董事、高级管理人员和其他核心人员不存在其他重大对外投资情况，也不存在其他与公司利益冲突的情况。

十六、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有公司股份的情况

（一）持有发行人股份的情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、高级管理人员和其他核心人员及其近亲属通过直接或间接持股的方式持有公司股份，具体情况如下：

姓名	职位	所持公司股份比例		
		直接持股	间接持股	合计持股比例
解勇	董事长、总经理	8.33%	74.23%	82.56%
黄东	董事	5.54%	-	5.54%
张旭	职工代表董事	1.75%	-	1.75%
胡红文	董事、副总经理	-	1.55%	1.55%
杨建林	董事会秘书、财务总监	-	0.97%	0.97%
余莉	-	-	0.07%	0.07%
邱明华	北植科技智能零售中心总经理	-	1.07%	1.07%

注 1：余莉系董事长解勇之妻，未在公司任职；

注 2：间接持有公司股权比例=间接持股主体持有公司股权比例*股东持有间接持股主体的股权比例或出资比例

除上述情况外，公司其他董事、高级管理人员及其近亲属不存在直接、间接持有公司股份的情况。

（二）所持股份的质押或冻结情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、高级管理人员和其他核心人员及其近亲属所持股份不存在质押、冻结或其他有争议的情况。

十七、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的薪酬情况

（一）薪酬组成、确定依据和所履行的程序

除独立董事以外的公司董事、高级管理人员和其他核心人员的薪酬由工资、奖金及其他福利构成，按各自所在岗位职务依据公司相关薪酬标准制度领取。独立董事依照公司制度规定和股东会审议情况领取定额津贴。

为了完善公司的薪酬管理、建立激励与约束机制，公司制定了科学、合理的薪酬管理体系。2022 年 12 月 16 日，公司第一届董事会第一次会议审议通过了《董事会提名与薪酬委员会工作细则》，董事会提名与薪酬委员会根据该议事规则及《公司章程》等公司治理制度，制定了薪酬计划和方案，同时负责审查董事、高级管理人员履行职责的情况，并对公司薪酬方案执行情况进行监督。

（二）最近一年从发行人及其关联企业领取收入的情况

2025 年度，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员在公司领取的税前薪酬或津贴情况如下：

序号	姓名	担任公司职务	2025年薪酬或津贴（万元）
1	解勇	董事长、总经理	540.60
2	胡红文	董事、副总经理	872.67
3	黄东	董事	-
4	张旭	职工代表董事，2025 年 4 月前担任监事会主席	187.10
5	姚长盛	独立董事（离任）	18.00
6	张克东	独立董事	18.00
7	钟晓明	独立董事	13.50
8	冯根福	独立董事	10.50
9	陈锐铄	职工代表监事（离任）	5.16
10	邱明华	监事（离任）、北植科技智能零售中心总经理	63.34
11	杨建林	董事会秘书、财务总监	149.49

序号	姓名	担任公司职务	2025年薪酬或津贴（万元）
12	于文泽	副总经理（离任）	107.09
合计			1,985.45

注 1：上述支付给董事、监事、高级管理人员、其他核心人员的报酬为支付给公司时任董事、监事、高级管理人员和其他核心人员在任职期间内的报酬；

注 2：2025 年 4 月，公司根据《公司法》等相关法律法规取消监事会；

注 3：2025 年 7 月，于文泽因个人原因离职

注 4:2025 年 12 月，姚长盛因个人原因不再担任公司独立董事

2025 年度，公司非独立董事、高级管理人员和其他核心人员未在公司关联企业领取薪酬。

（三）报告期薪酬总额占各期发行人利润总额的比重

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员领取薪酬的情况及占同期利润总额的比例参见本招股说明书“第八节 公司治理与独立性”之“八、关联交易”之“（四）一般关联交易”之“1、一般经常性关联交易”。

（四）其他待遇和退休金计划

根据公司股东会决议，公司给予独立董事每年 18 万元（含税）职务津贴。上述独立董事除领取董事津贴外，不享有其他待遇。

在公司任职领薪的董事、监事、高级管理人员和其他核心人员按国家有关规定及公司薪酬政策享受社会保险保障。除此之外，上述人员未在公司享受其他待遇和退休金计划。

十八、发行人已经制定或实施的员工持股计划

（一）员工持股计划基本情况

为了进一步建立、健全公司长效激励机制，吸引和留住优秀人才，充分调动优秀员工的积极性，公司通过天津明之弘对部分高级管理人员及核心员工实施股权激励计划。

截至本招股说明书签署日，天津明之弘持有公司 10.57%股份，除持有公司股份外，未实际经营其他业务。天津明之弘不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金登记备案办法》所规定的私募投资基金或私募投资基金管理人，不需要按照该等规定履行登记备案程序。天津明之弘基本情况参见本招

股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、控股股东、实际控制人及其他 5%以上股份或表决权的主要股东”之“（三）其他持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东”。

（二）员工持股平台对公司经营状况、财务状况、控制权等方面的影响

1、股权激励对公司经营状况的影响

公司的股权激励安排有助于充分调动员工积极性和创造性，从而促进公司的良性发展，整体而言有利于公司的经营及发展。

2、股权激励对公司财务状况的影响

针对上述股权激励，报告期各期公司计提股份支付费用 1,596.15 万元、806.47 万元和 1,637.85 万元。

3、股权激励对公司控制权的影响

股权激励实施前后，公司控制权未发生变化，持股平台的设立不会影响公司控制权的稳定性。

（三）上市后的行权安排

截至本招股说明书签署日，公司股权激励计划已实施完毕，不存在未行权的情况，不涉及上市后的行权安排。

十九、发行人员工及社会保障情况

（一）员工情况

1、员工人数及其变化

报告期各期末，公司及其子公司员工人数及变化如下表所示：

项目	2025-12-31	2024-12-31	2023-12-31
员工人数（人）	3,633	3,535	3,576

2、专业结构分布

截至 2025 年 12 月 31 日，公司及其子公司员工按专业结构分类的情况如下表所示：

岗位类别	员工人数（人）	占比
销售人员	2,688	73.99%
管理人员	552	15.19%
生产人员	164	4.51%
研发人员	125	3.44%
财务人员	104	2.86%
合计	3,633	100.00%

3、员工受教育程度

截至2025年12月31日，公司及其子公司员工受教育程度情况如下表所示：

学历类别	员工人数（人）	占比
本科及以上	508	13.98%
大专	898	24.72%
高中、中专及以下	2,227	61.30%
合计	3,633	100.00%

（二）员工社会保险及住房公积金缴纳情况

公司已按照《中华人民共和国劳动法》和相关国家及地方政府的有关规定，与员工签订劳动合同，员工按照与公司签订的劳动合同享受权利和承担义务。公司及其子公司已依照国家和地方的相关规定缴纳了社会保险和住房公积金。

1、社会保险缴纳情况

报告期各期末，发行人境内员工社会保险的缴纳情况如下：

单位：人

项目	2025年12月31日	2024年12月31日	2023年12月31日
境内签署劳动合同的员工人数	3,517	3,457	3,515
社会保险已缴纳人数	3,472	3,463	3,511
缴纳社会保险人数中，已离职但当月尚未办理完毕社保减员手续的人数	57	77	100
社会保险未缴纳人数	102	71	104
社会保险未缴纳比例	2.90%	2.05%	2.96%

未缴纳原因			
当月新入职人员但尚未在当月缴纳期限前办理社保缴纳及对应增员手续[1]	**97**	59	92
自愿放弃及自行缴纳	**5**	12	12

注：社会保险未缴纳人数=境内签署劳动合同的员工人数+缴纳社会保险人数中，已离职但当月尚未办理完毕社保减员手续的人数-社会保险已缴纳人数

2、住房公积金缴纳情况

报告期各期末，发行人境内员工住房公积金的缴纳情况如下：

单位：人

项目	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
境内签署劳动合同的员工数	**3,517**	3,457	3,515
住房公积金已缴纳人数	**3,468**	3,458	3,508
缴纳住房公积金的人数中，已离职但当月尚未办理完毕公积金减员手续的人数	**50**	77	94
住房公积金未缴纳人数	**99**	76	101
住房公积金未缴纳比例	**2.81%**	2.20%	2.87%
未缴纳原因			
当月新入职人员但尚未在当月缴纳期限前办理公积金缴纳及对应增员手续	**93**	61	93
自愿放弃	**6**	15	8

注：住房公积金未缴纳人数=境内签署劳动合同的员工数+缴纳住房公积金的人数中，已离职但当月尚未办理完毕公积金减员手续的人数-住房公积金已缴纳人数

报告期内，公司及其境内子公司、分支机构因部分员工新入职未办理完毕缴纳手续、自愿放弃缴纳及自行缴纳城乡居民基本医疗保险或城乡居民基本养老保险等原因，公司未为该等员工缴纳社会保险及/或住房公积金，具有合理性，未缴纳社会保险及/或住房公积金的比例较低。

根据相关法律法规并结合公司缴纳社会保险及住房公积金的情况，如公司补

[1] 根据《中华人民共和国社会保险法》的规定，用人单位应当自用工之日起三十日内为其职工向社会保险经办机构申请办理社会保险登记。依前述规定，公司实际于员工入职的次月为新员工办理完毕相应的开户及社保增员手续，因此当月新入职员工虽已计入公司员工总数，但当月社会保险缴纳人数中未包含这部分当月新入职的员工人数。

缴未缴纳社会保险、住房公积金人员的社会保险和住房公积金，补缴金额占公司利润总额比重较小。

3、员工社保公积金缴纳合规情况

根据公司及其境内控股子公司、分公司所在地人力与社会保障主管部门出具的合规证明，并经查询公司及其境内控股子公司、分公司所在地相关主管部门网站公开信息，报告期内，公司及其境内控股子公司、分公司不存在因违反社会保险及住房公积金管理的相关法律、行政法规而受到行政处罚的情形。

根据中国香港律师、日本律师、印尼律师出具的法律意见书，公司境外控股子公司均已按其注册地相关法律法规为员工缴纳相关保险，不存在违反与社会保险领域有关规定的情形，未受到行政处罚。

4、发行人控股股东、实际控制人关于社会保险及住房公积金的承诺

为进一步保障公司及其员工的利益，公司控股股东、实际控制人已就公司及其子公司为员工缴纳社会保险及住房公积金之相关事宜承诺如下：“1、若发行人在申请首次公开发行股票并上市的过程中被有关部门要求为其员工补缴或者被有关方面追偿社会保险和住房公积金，本公司/本人将无条件替发行人补缴或赔偿应缴纳的全部社会保险和住房公积金，使发行人不会因此而遭受任何损失。2、若发行人因未严格执行社会保险和住房公积金制度而被相关部门予以行政处罚，本公司/本人将无条件替发行人支付全部罚款款项，使发行人不会因此而遭受任何损失。”

（三）劳务派遣

报告期内，随着公司生产规模逐步扩大，为满足季节性用工需求及作为日常临时用工补充，公司子公司广东植物医生存在部分临时性、辅助性岗位使用劳务派遣用工的情形。广东植物医生劳务派遣用工岗位主要从事化妆品产品包装的生产性辅助工序，可替代性较强。截至 **2025 年 12 月**末，公司劳务派遣人数为 **6** 人，公司劳务派遣用工符合《劳务派遣暂行规定》的相关规定，劳务派遣用工不存在重大违法行为，报告期内未受到劳动行政部门行政处罚。

第五节 业务与技术

一、公司主营业务、主要产品及演变情况

（一）主营业务及主要产品情况

1、主营业务

公司自设立以来，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。

公司与中国科学院昆明植物研究所联合设立了中科昆植植物医生研发中心，并在北京、广东顺德、云南昆明、江苏无锡、**江苏南京**和日本东京布局有研发基地，形成了“一个中心、**六**大基地”的研发架构。凭借对多种高山植物的持续深度研发，公司基于其品类和功效，相继推出了“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”等多个产品系列，涵盖水乳膏霜、精华及精华油、面膜、彩妆和身体护理等，构建起全方位的产品矩阵。

公司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。公司基于这一研发成果持续迭代石斛兰系列产品配方，使该产品成为公司最受消费者欢迎的明星产品。公司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”也荣获中国商业联合会颁布的全国商业科技进步一等奖。

经营模式方面，公司在线下端主要采取连锁经营模式，凭借广泛分布的线下门店和丰富多样的产品陈列，满足了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。截至 2025 年末，植物医生品牌线下连锁门店共 **4,268** 家，其中授权专卖店 **3,788** 家、直营终端门店 **480** 家。**根据中国连锁经营协会（CCFA）发布的“生活服务业连锁企业 TOP100”名单，公司 2022 年、2023 年连续位列美容美体行业第二名，并在后续最新榜单中继续位居美容美体行业前列。**

在线上端，公司一方面大力发展“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。报告期内，公司凭借线下线上销售的共同发力，**主营业务收入整体保持稳定并小幅增长。**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，公司排名中国单品牌化妆品店第一名。根据 Euromonitor 数据，**2025** 年公司产品零售额在中国化妆品市场国产品牌中排名第 **9**，在中国护肤品市场国产品牌中排名第 7。

2、主要产品

公司主要产品为“植物医生”品牌下多个高山植物系列的水乳膏霜、精华及精华油、面膜等，具体情况如下：

序号	产品类型	细分品类	主要产品图示
1	水乳膏霜	水乳、膏霜、防晒	
2	精华及精华油	精华、精华油	
3	面膜	面膜	
4	其他	彩妆、身体护理等	

3、主营业务收入构成及特征

报告期内，随着公司经营规模的扩大，主营业务收入逐年增加，各期金额分别为 215,000.49 万元、215,496.81 万元及 **216,622.50 万元**，具体构成情况如下：

单位：万元

产品类型	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
水乳膏霜	**117,206.05**	**54.11%**	121,795.98	56.52%	116,818.51	54.33%
精华及精华油	**54,246.90**	**25.04%**	46,533.36	21.59%	48,987.57	22.78%
面膜	**33,369.96**	**15.40%**	35,074.14	16.28%	36,696.44	17.07%
其他	**11,799.60**	**5.45%**	12,093.32	5.61%	12,497.97	5.81%
合计	**216,622.50**	**100.00%**	**215,496.81**	**100.00%**	**215,000.49**	**100.00%**

注：其他产品主要包括彩妆、身体护理等，下同

报告期内，公司主营业务收入构成较为稳定，水乳膏霜作为最主要的产品类型，各期收入占比保持在 55%左右，精华及精华油、面膜的收入占比分别**在 20%至 25%，和 15%至 20%左右**，彩妆、身体护理等其他产品作为收入的有益补充，占比较小，保持在 6%左右。

（二）主要经营模式

1、采购模式

公司生产所需的主要材料为内容物原料和包装材料，其中内容物原料按用途可划分为功能性活性成分、基质类原料和一般添加剂，包装材料主要包括外盖、玻璃瓶、塑料瓶等。公司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。

公司采购流程主要包括合格供应商选取、采购计划制定、采购订单下达、验收入库、对账付款等环节，具体情况如下：

（1）合格供应商选取

供应链中心和研发中心下属多部门会基于供应商的经营情况、技术水平、产品品质、产能规模和快速响应能力等方面对新进供应商进行现场或非现场评审。评审判定合格后，纳入合格供应商清单，由公司与其签署年度采购合同，对采购内容、订货及交付方式、质量标准、结算方式等事项进行明确约定。之后公司会按年度对重点合格供应商进行持续考核，对于考核结果不合格且整改仍未通过的，公司会取消其合格供应商资格，并开发替换供应商。

（2）采购计划制定

供应链中心会结合销售预测及产品库存情况制定月度生产计划，对于自主生产部分，PMC 部门会根据产品 BOM 将其进一步拆解为物料需求，并基于库存情况、采购周期、经济采购批量等因素制定当月各类物料采购计划。

（3）采购订单下达

采购计划制定完成后，PMC 部门一般按月下达采购订单，并与供应商协商确定分批次的发货计划，包括物料名称、规格工艺、数量、单价、交货期等。

（4）验收入库

货物送达后，仓库管理部会按照发货单清点数量，之后由品质管理部进行抽样检测，检测合格后，公司确认验收并由仓库管理部办理入库。

（5）对账付款

公司会按月与供应商进行对账，双方对账无误后由其开具发票，公司根据合同约定的账期（普遍为 1-3 个月）进行付款结算。

2、生产模式

为自主把控核心技术，同时兼顾生产效率和经济效益，公司采取自主生产、OEM 和 ODM 相结合的生产模式。供应链中心每月制定生产计划后，会根据各产品既定的生产模式，将对应产品的数量和交货日期分别告知 PMC 部门和委外加工厂商，由其安排生产。

（1）自主生产

公司全资子公司广东植物医生承担集团内自主生产职能，其工厂位于广东省佛山市顺德区，占地超过 30,000 平方米。

公司制定了《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。公司自主生产模式的主要环节如下：首先，PMC 部门会结合产能负荷、物料情况、交付顺序等将供应链中心的月度生产计划拆解为周计划和日计划，并编制每日领料单，告知生产部门和仓库管理部。之后生产部门按单领料生产，并将产成品交由品质管理部进行检验，合格后办理入库。

（2）OEM 模式

OEM 模式下，公司自行研发确定产品配方、工艺文件并制定质量控制标准，之后向 OEM 厂商提供含有核心成分的内容物，由其按照既定标准完成灌装、封口等剩余工序或要求 OEM 厂商向公司指定的供应商采购特定原材料或包材后进行产品生产。生产完成且检验合格后，交付给公司。

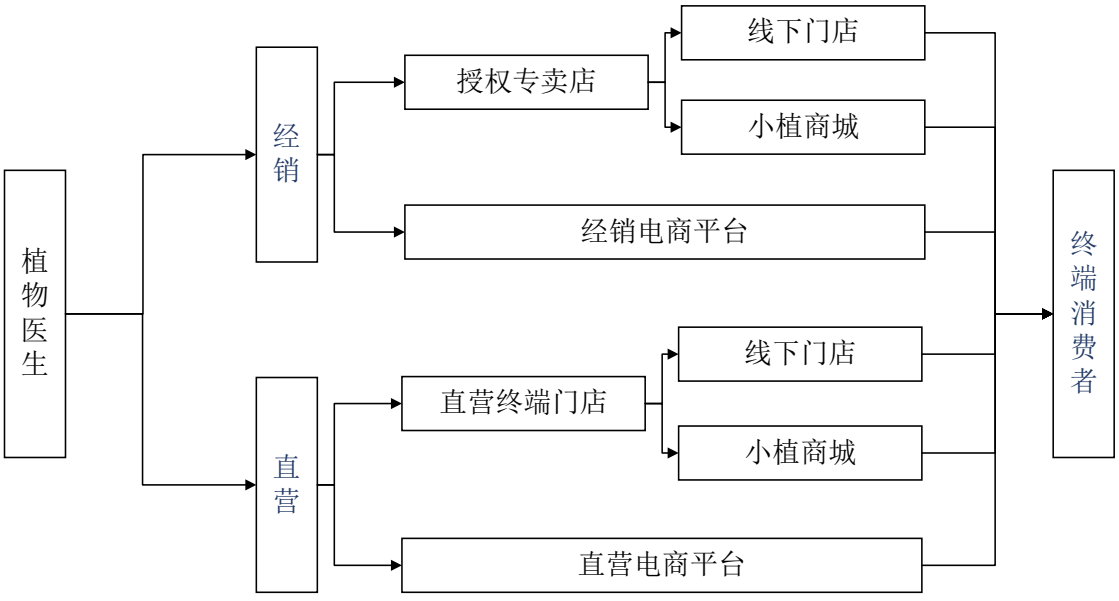
（3）ODM 模式

对于具有保湿等普通功效的基础款面膜、彩妆等产品以及随产品附赠的行李箱、海报等宣传物料，公司采取 ODM 模式进行生产，即公司提出产品需求后，由 ODM 厂商自行研发产品配方，制定质量控制标准，之后将样品和相关技术资料提交给公司，经确认后完成封样。后续在收到公司产品订单后，按照既定工艺和配方进行生产，检验合格后交付公司。

对于 OEM 和 ODM 厂商，公司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，公司合作的主要 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。

3、销售模式

公司深耕化妆品行业多年，建立了以经销模式为主、直营模式为辅、线下线上全面布局的销售模式，如下图所示：



报告期内，公司分销售模式收入构成较为稳定，经销模式收入占主营业务收入的比例超过 60%，直营模式收入占比接近 40%，具体情况如下：

单位：万元

项目		2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
经销	授权专卖店（线下门店）	**112,147.12**	**51.77%**	110,972.34	51.50%	113,721.32	52.89%
	授权专卖店（小植商城）	**18,286.20**	**8.44%**	17,451.61	8.10%	15,546.82	7.23%
	经销电商平台	**9,746.22**	**4.50%**	8,133.14	3.77%	7,935.81	3.69%
	小计	**140,179.54**	**64.71%**	**136,557.09**	**63.37%**	**137,203.95**	**63.82%**
直营	直营终端门店（线下门店）	**50,329.15**	**23.23%**	52,665.47	24.44%	52,703.99	24.51%
	直营终端门店（小植商城）	**6,920.79**	**3.19%**	6,233.24	2.89%	6,777.16	3.15%
	直营电商平台	**19,193.02**	**8.86%**	20,041.01	9.30%	18,315.40	8.52%
	小计	**76,442.96**	**35.29%**	**78,939.72**	**36.63%**	**77,796.54**	**36.18%**
合计		**216,622.50**	**100.00%**	**215,496.81**	**100.00%**	**215,000.49**	**100.00%**

（1）经销模式

经销模式下，公司产品通过经销商开设的授权专卖店（含线下门店和小植商城）及电商平台店铺销售给终端消费者。

1）授权专卖店

①线下门店

授权专卖店（线下门店）为公司最主要的销售渠道。在该渠道下，公司与全国各地的经销商开展合作，由其开设植物医生品牌线下连锁门店，充分利用其客户资源，全面渗透各地市场，提高公司市场份额。

公司每年与经销商签订买断式授权经销合同，对授权经销的门店、信用政策、价格体系、退换货政策、品牌宣传等事项进行了明确约定。经销商根据其名下各门店销售和库存情况向公司下达订单，公司将产品配送至对应门店。

报告期各期末，公司经销模式下授权专卖店（线下门店）数量在 4,000 家左右，具体变动情况如下：

单位：家

项目	期初数量	本期新增	本期减少	期末数量
2025 年	3,830	**500**	**542**	**3,788**
2024 年	4,124	508	802	3,830
2023 年	3,954	843	673	4,124

根据上表，报告期各期末，公司经销模式下授权专卖店（线下门店）数量**逐年下降**，主要是因为：2023 年，随着线下消费场景的全面恢复，公司为经销商提供了较强有力的开店支持政策，使得当期新开门店数量较多，期末门店数量**较期初有所**增加。自 2024 年起，公司为维护品牌形象，提升潜在经销客户开店意愿，加强了单店成本效益考核，与部分单店业绩不佳的经销商协商，关停了部分经销门店，从而使得 2024 年末及 2025 年末门店数量减少。

②小植商城

为进一步发挥公司广泛分布的线下门店优势，将线下流量延伸至线上，搭建私域流量池，更好地触达和服务消费者，公司开发了“小植商城”新零售模式，具体情况如下：

“小植商城”为公司打造的线上购物平台，消费者通过扫描线下门店（含授权专卖店和直营终端门店）中每一位导购人员的专属二维码进入该平台，从而与对应门店及导购人员完成绑定。消费者在小植商城完成商品挑选并进入结算界面时，可选择门店自提或快递配送两种方式。若选择门店自提方式，将消耗门店库存；若选择快递配送方式，在货物流方面，由公司直接将商品寄送给消费者、消耗公司库存，在票据流方面，同时确认公司向对应门店以及门店向终端消费者的销售。

2）经销电商平台

线上端，除小植商城外，公司一方面与电商经销商合作，授权其在天猫、拼多多等主流电商平台开设植物医生店铺，由其向公司买断产品后，通过该等电商平台店铺销售产品；另一方面公司与京东签署商品买卖合同，在该平台开设自营旗舰店，由公司负责店铺运营，并按照京东要求完成配货和交付，之后根据约定期限，京东出具结算单与公司完成款项结算。除此之外，公司还通过“抖音小店”和“快手小店”模式与经销商合作，消费者通过经销商的直播间链接购买公司产

品，产品交付后同时确认公司向对应经销商、经销商向终端消费者的销售。

（2）直营模式

与经销模式相对，直营模式下，公司会通过直营终端门店（含线下门店和小植商城）及直营电商平台销售给终端消费者。

为提升公司形象，增强品牌曝光度，公司在热门商圈、交通枢纽等人流密集区域开设有直营终端门店，报告期各期末，公司线下直营终端门店数量在 500 家左右，具体变动情况如下：

单位：家

项目	期初数量	本期新增	本期减少	期末数量
2025 年	498	**22**	**40**	**480**
2024 年	540	30	72	498
2023 年	478	149	87	540

公司线下直营终端门店也均上线小植商城，消费者可在小植商城中绑定公司直营终端门店和导购人员，通过门店自提或快递配送方式完成下单。除此之外，公司还在天猫、抖音、快手等平台自主设立及运营线上店铺，直接销售给终端消费者。

4、研发模式

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，公司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，六大基地”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；“六大基地”包括昆明植物护肤研发实验室、北京亚太皮肤科学研究所、广东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、植物医生—江南大学中国化妆品原料成分研发基地**和植物医生—中国药科大学美容健康研究中心**，主要负责活性原料、产品配方、生产工艺、品质保证、**作用机理**等研发。

（1）自主研发

公司制定了《研发管理制度》《产品开发控制程序》《研发创新奖励办法》

等，对自主研发项目从立项到验收进行全流程严格管理，主要环节如下：

在立项阶段，研发部门根据公司发展战略、市场需求情况等确定研发项目的总体目标和主要内容，并组织开展可行性分析和成本效益分析，编制项目时间表、参与人员清单和研发预算表等，形成《立项报告》。经研发中心负责人、公司分管领导审批通过后开始执行。

在实施阶段，研发项目负责人按照项目内容和进度要求组织项目团队开展相关工作，包括确定技术方案、防腐挑战及稳定性测试、安全性与功效性评价、配方验证、小批量试产及试产总结等。

研发项目完成后，进入验收阶段，研发团队需编制研发成果验收表，公司研发中心负责人、财务总监及分管领导组成验收小组，评审研发成果、经费支出等，并签署验收意见。

（2）合作研发

报告期内，公司主要与昆植所和江南大学开展合作研发，并分别共同组建了中科昆植植物医生研发中心和植物医生—江南大学中国化妆品原料成分研发基地。在合作研发过程中，公司负责提出研发目标需求、设定研发成果考核指标，并投入资金，合作方负责开展相应的基础研究、新品研发、配方指导等，并发表论文、申请专利。合作研发项目的产品技术和专利等成果归双方所有，公司拥有优先转化权。

2022 年以来，公司主要合作研发项目如下：

序号	合作研发内容	合作方	实施日期	权利义务划分	保密措施
1	石斛活性精萃关键技术研究及其产业应用	昆植所	2019.12-2022.12	公司支付研发经费，昆植所根据合同约定研究铁皮石斛护肤植物资源，开展精华液为代表的化妆品应用基础研究，提交工作报告与研发成果	双方对合同中约定的保密内容负有保密义务，保密期限为自合同签订之日起后 10 年
2	石斛抗衰组合物配方 2.0	昆植所	2021.01-2022.12	公司支付研发经费，昆植所根据合同约定研究新一代石斛兰护肤组合物配方及其背后的功效物质和机理机制等，提交工作报告与研发成果	双方对合同中约定的保密内容负有保密义务，保密期限为自合同签订之日起后 10 年
3	高山植物美白功效	昆植所	2022.02-2025.02	公司支付研发经费，昆植所按照合同约定的内容开展野外调	双方对合同中约定的保密内

序号	合作研发内容	合作方	实施日期	权利义务划分	保密措施
	成分研究及系列产品开发			研、相关数据的收集整理、提取分离、活性测试与分析、生产工艺探索与测试、功效评价，文章与专利的撰写	容负有保密义务，保密期限为自合同签订之日起后 10 年
4	具有修复和降低敏感度功效的植物护肤产品的研发	昆植所	2023.08-2025.08	公司支付研发经费，昆植所按照合同约定的内容开展青刺果油活性组分的提取分离、结构鉴定与分析、活性组分的功效评价与作用机制研究、脱臭青刺果油质量标准的制定、量产工艺的完善、文章与专利的撰写等，并提交相应的技术报告、文章和专利	双方参与人员对与项目涉及的所有研究内容负有保密义务，保密期限为项目实施期及合同终止后
5	具有抗衰功效的铁皮石斛原液提取及应用研究	江南大学	2024.01-2025.01	公司支付研发经费，江南大学针对铁皮石斛及可用于植物发酵的特色菌株，深入开展具有紧致抗皱功效铁皮石斛发酵滤液的研发，富集多种活性成分，协同作用，提升单一铁皮石斛提取物的功效表现	需要保密的技术情报和资料、负保密义务的特定人员以双方签字确认为准，保密期限 2 年，自合同生效之日起开始

5、采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素、经营模式和影响因素在报告期内的变化情况及未来变化趋势

公司结合化妆品制造行业的政策导向、技术发展、上下游产业链情况、市场需求、竞争格局、自身发展战略和竞争优势等，在行业内长期深耕的过程中逐步形成了现有的经营模式，符合行业惯例及公司业务发展需要。

影响公司经营模式的关键因素包括产业政策的调整、行业技术的迭代更新、上下游产业链的发展动向、市场需求的变动以及公司发展战略的转型等。公司将密切关注上述因素，相应优化现有经营模式以始终保持突出的市场竞争力。

报告期内，公司经营模式及相关影响因素未发生重大变化，预计未来发生重大变化的可能性较小。

（三）公司成立以来主营业务、主要产品及主要经营模式的演变情况

公司自成立以来，主营业务、主要产品及主要经营模式未发生重大变更。

（四）公司具有代表性的业务指标情况、主要业务经营情况以及核心技术产业化情况

公司所属行业为化妆品制造业，具有代表性的业务指标为各类产品的收入规

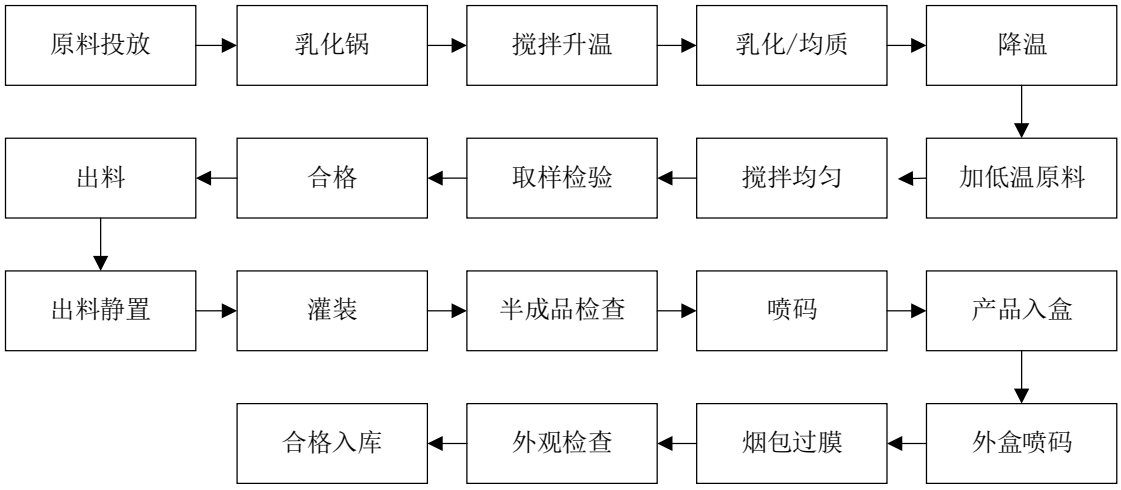
模以及经销、直营门店的数量规模，具体情况参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“一、公司主营业务、主要产品及演变情况”之“（一）主营业务及主要产品情况”之“3、主营业务收入构成及特征”和“（二）主要经营模式”之“3、销售模式”。

公司主要业务经营情况参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“一、公司主营业务、主要产品及演变情况”之“（二）主要经营模式”。

公司主要从事高山植物护肤产品的研发、生产和销售，通过持续的研发投入和技术创新，截至 2026 年 2 月 28 日，公司共取得 226 项境内外授权专利，其中发明专利 73 项、实用新型专利 41 项、外观设计专利 112 项。公司拥有的包括“石斛活性精萃关键技术及其产业化应用”“促进角质更新的化妆品组合物制备技术”在内的多项核心技术，涉及产品配方、生产工艺和品质管控等各个方面，已实现产业化并广泛应用于主营业务。

（五）主要产品的工艺流程

公司主要产品的生产工艺流程如下：



公司核心技术在工艺流程中的作用主要体现在原料端，包括原料功能成分发掘、原料生产工艺创新、配方研究与设计等，通过核心技术的研发和使用提升各类产品功效、赋能公司新品开发。

（六）主要产品和业务符合产业政策和国家经济战略的情况

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。

2025 年 1 月，国家药品监督管理局发布实施了《支持化妆品原料创新若干规定》，以鼓励化妆品原料创新为重点，以构建市场需求为导向的化妆品原料协同创新体系为目标，制定了优化新原料注册备案分类技术要求、推进新原料与关联产品同步申报、加强新原料创新服务和应用转化等若干规定。

2025 年 11 月，国家药品监督管理局发布了《国家药监局关于深化化妆品监管改革促进产业高质量发展的意见》，为进一步统筹化妆品高质量发展和高水平安全，更好满足新时代人民群众对美好生活的新期盼，就深化化妆品监管改革促进化妆品产业高质量发展提出了加大化妆品产业创新支持力度、提升化妆品注册备案管理效能、完善化妆品生产经营监管机制等意见。

2026 年 3 月，十四届全国人大四次会议表决通过了《中华人民共和国国民

经济和社会发展第十五个五年规划纲要》，指出要深入实施提振消费专项行动，增强居民消费能力，改善消费意愿，适应不同群体消费需求扩大优质供给，促进全社会商品和服务消费较快增长；推动商品消费扩容升级，强化品牌引领、标准升级、新技术应用，稳定大宗消费，促进消费品更新换代，满足多层次消费品需求。

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：**2026 年 3 月，广东省药品监督管理局办公室发布《广东省化妆品企业生产质量管理体系提升三年行动方案（2026—2028 年）》，着力推动化妆品企业生产质量管理体系系统性、规范化提升，着力构建“安全可控、创新活跃、开放包容”的化妆品产业发展新格局，推动广东化妆品产业从“规模领先”向“质量引领”“创新驱动”跨越，助力广东打造化妆品制妆强省和品质标杆；**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。

在国家及各省市产业政策指导下，报告期内，公司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。公司主要产品和业务符合产业政策和国家经济战略。

二、公司所处行业的基本情况及竞争状况

（一）公司所属行业

公司主要从事高山植物护肤产品的研发、生产和销售。根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所处行业为“C 制造业”类目下的“268 日用化学产品制造”中的子类“2682 化妆品制造”。

（二）公司所属行业的主管部门、行业监管体制、行业主要法律法规政策

1、行业主管部门及监管体制

报告期内，国家药品监督管理局（由国家市场监督管理总局管理）是化妆品

行业的主管部门，其主要职责包括化妆品的安全监督管理、标准管理、注册管理、质量管理、上市后风险管理和监督检查等。

国家药品监督管理局下设化妆品监督管理司负责组织实施化妆品注册备案工作；拟订并组织实施化妆品注册备案和新原料分类管理制度；组织拟订并监督实施化妆品标准、分类规则、技术指导原则；承担拟订化妆品检查制度、检查研制现场、依职责组织指导生产现场检查、查处重大违法行为工作；组织质量抽查检验，定期发布质量公告；组织开展不良反应监测并依法处置。

2、行业协会组织及监管体制

国内化妆品行业的自律管理机构包括中国香料香精化妆品工业协会、中国轻工业联合会和各地方协会，其中：中国香料香精化妆品工业协会主要职能包括起草行业发展规划和产业政策，开展行业调查研究，制订并组织实施行业自律性制度，组织开展行业统计，发布行业产品质量信息，指导行业质量管理工作，开展国际或地区行业组织间的交流与合作等；中国轻工业联合会主要职能包括调查研究轻工行业经济运行、企业发展等方面的情况，组织开展行业统计，组织制订行业规划，组织制订、修订轻工行业国家标准、行业标准、技术规范和团体标准，参与行业质量认证和监督管理工作等。

3、行业主要法律、法规和产业政策

序号	文件	颁布机构	颁布日期	主要内容
1	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要》	全国人民代表大会	2026.03	深入实施提振消费专项行动，增强居民消费能力，改善消费意愿，适应不同群体消费需求扩大优质供给，促进全社会商品和服务消费较快增长；推动商品消费扩容升级，强化品牌引领、标准升级、新技术应用，稳定大宗消费，促进消费品更新换代，满足多层次消费品需求
2	《广东省化妆品企业生产质量管理体系提升三年行动方案（2026—2028年）》	广东省药品监督管理局办公室	2026.03	着力推动化妆品企业生产质量管理体系系统性、规范化提升，着力构建“安全可控、创新活跃、开放包容”的化妆品产业发展新格局，推动广东化妆品产业从“规模领先”向“质量引领”“创新驱动”跨越，助力广东打造化妆品制妆强省和品质标杆。重点任务与落实举措包括：精准施策，助力企业质量体系提档升级；优化环境，促进化妆品产业高质量发展；赋能发展，推动监管部门服务效能提升

序号	文件	颁布机构	颁布日期	主要内容
3	**《国家药监局关于深化化妆品监管改革促进产业高质量发展的意见》**	**国家药品监督管理局**	**2025.11**	**加大化妆品产业创新支持力度，提升化妆品注册备案管理效能，完善化妆品生产经营监管机制，强化化妆品监管技术支撑保障，推动化妆品监管与国际接轨**
4	《支持化妆品原料创新若干规定》	国家药品监督管理局	2025.01	优化新原料注册备案分类技术要求，推进新原料与关联产品同步申报，加强新原料创新服务和应用转化，加强对新原料技术指导和沟通交流，完善新原料安全监测期管理，加强化妆品原料标准研究工作的技术指导，推动化妆品原料标准制修订工作，强化原料相关基础研究，加强化妆品原料信息化建设
5	《化妆品检查管理办法》	国家药品监督管理局	2024.04	药品监督管理部门及其依法设置或者指定的检查机构依据法律、法规、规章等开展检查工作。国家级检查机构负责组织开展国家药品监督管理局交办的化妆品生产环节等的检查，并协助国家药品监督管理局对各省、自治区、直辖市药品监督管理部门的化妆品检查工作进行指导。 检查机构应当建立并执行检查工作管理制度和标准程序，持续改进化妆品检查工作，保证检查质量
6	《关于支持美丽健康产业高质量发展的若干措施》	北京市商务局、北京市经济和信息化局、北京市科学技术委员会等 9 部门	2023.09	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”
7	《云南省推进中医药振兴发展重大工程实施方案的通知》	云南省人民政府办公厅	2023.07	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
8	《化妆品网络经营监督管理办法》	国家药品监督管理局	2023.03	化妆品电子商务经营者从事化妆品网络经营活动、提供化妆品电子商务平台服务，应当遵守化妆品法律、法规、规章、强制性国家标准和技术规范，依法诚信经营，保证化妆品质量安全
9	《关于优化普通化妆品备案检验管理措施有关事宜的公告》	国家药品监督管理局	2023.01	普通化妆品采用检验方式作为质量控制措施且生产环节已纳入省级药品监督管理部门的日常监管范围，产品安全风险评估结果能够充分确认产品安全性的，备案人在进行产品备案时，可提交由化妆品备案人或受托生产企业按照化妆品技术规范相关要求开展自检并出具的检验报告

序号	文件	颁布机构	颁布日期	主要内容
10	《化妆品抽样检验管理办法》	国家药品监督管理局	2023.01	国家药品监督管理局每年组织开展国家化妆品抽样检验工作。省、自治区、直辖市药品监督管理部门每年组织开展本行政区域内的化妆品抽样检验工作，并按照国家药品监督管理局的要求，承担国家化妆品抽样检验任务。设区的市级、县级负责药品监督管理的部门根据工作需要，组织开展本行政区域内的化妆品抽样检验工作，并按照上级负责药品监督管理的部门的要求，承担化妆品抽样检验任务
11	《企业落实化妆品质量安全主体责任监督管理规定》	国家药品监督管理局	2022.12	化妆品注册人、备案人对化妆品的质量安全和功效宣称负责，对其注册或者备案的化妆品从研发、生产、经营全过程质量安全进行管理。化妆品注册人、备案人委托生产化妆品的，应当对生产活动全过程进行监督，对委托生产的化妆品的质量安全负责。受托生产企业对生产活动负责，接受委托方的监督
12	《进一步提高产品、工程和服务质量行动方案（2022—2025年）》	市场监管总局、中央网信办、国家发展改革委、人民银行、银保监会等18部门	2022.11	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
13	《化妆品生产质量管理规范检查要点及判定原则》	国家药品监督管理局	2022.10	负责药品监督管理的部门依据《化妆品生产质量管理规范》《化妆品生产质量管理规范检查要点及判定原则》对化妆品注册人、备案人、受托生产企业开展检查，并对企业执行《化妆品生产质量管理规范》的情况进行综合判定
14	《国家药监局关于新版国家化妆品不良反应监测系统上线运行的通告》	国家药品监督管理局	2022.09	自2022年10月1日起，化妆品注册人、备案人、受托生产企业、化妆品经营者、医疗机构在发现或者获知化妆品不良反应后，应当通过国家化妆品不良反应监测系统报告
15	《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》	工业和信息化部、人力资源社会保障部、生态环境部、商务部、市场监管总局	2022.06	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
16	《化妆品不良反应监测管理办法》	国家药品监督管理局	2022.02	明确各类主体检测义务，化妆品注册人、备案人、受托生产企业、化妆品经营者、医疗机构等各类主体应当按规定报告化

序号	文件	颁布机构	颁布日期	主要内容
				妆品不良反应
17	《化妆品生产质量管理规范》	国家药品监督管理局	2022.01	化妆品注册人、备案人、受托生产企业应当诚信自律，按照本规范的要求建立生产质量管理体系，实现对化妆品物料采购、生产、检验、贮存、销售和召回等全过程的控制和追溯，确保持续稳定地生产出符合质量安全要求的化妆品

4、报告期内新制定或修订的法律法规、政策对公司经营发展的具体影响

报告期内，国家药品监督管理局以及各省市人民政府相继发布了《化妆品网络经营监督管理办法》《化妆品检查管理办法》《关于支持美丽健康产业高质量发展的若干措施》《支持化妆品原料创新若干规定》**《国家药监局关于深化化妆品监管改革促进产业高质量发展的意见》**等法律法规和政策制度。颁布相关文件的主要目的一方面在于强化行业监管，规范企业生产经营行为，确保产品质量与使用安全，营造良性竞争环境；另一方面在于引导优势企业加大研发投入，塑造品牌价值体系，助力我国化妆品产业向高端化、专业化方向迈进。

公司作为国内化妆品行业中产品研发创新的先行者，自成立以来，高度重视产品质量和品牌建设，成长为了规模较大、具有行业代表性的优质企业，不仅满足国家对于化妆品企业在经营资质、准入门槛、质量管理和经营管理等多维度的标准要求，而且在多项行业支持政策的推动下，不断扩大在线下、线上市场的深入布局，市场知名度、市场占有率及排名均有所提升，核心竞争力愈发凸显。

报告期内，不存在对公司经营环境产生重大不利影响的政策变化或负面预期。

（三）行业发展情况、未来发展趋势以及产业链情况

1、化妆品定义及分类

根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），化妆品指以涂抹、喷洒或者其他类似方法，撒布于人体表面任何部位（皮肤、毛发、指甲、口唇等），以达到清洁、消除不良气味、护肤、美容和修饰目的的日用化学工业产品。

Euromonitor 将化妆品行业划分为 11 大细分子行业，即护肤品、护发用品、彩妆品、口腔护理品、沐浴用品、婴孩童专属用品、男士护理品、防晒用品、香水、除臭剂、脱毛用品。公司主要业务聚焦于化妆品中的护肤品领域。

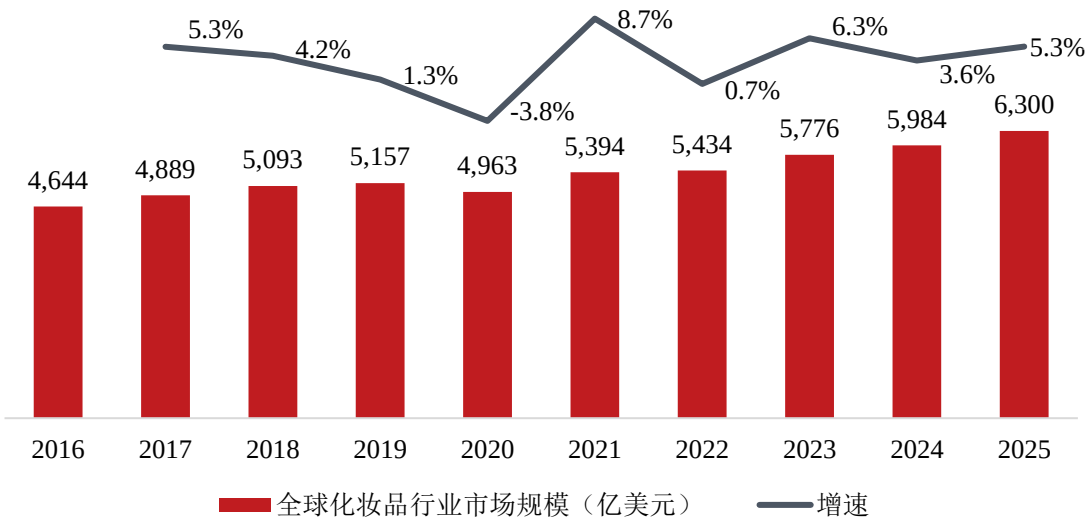
2、全球化妆品行业发展情况

（1）全球化妆品市场规模

随着全球居民收入水平提升、生活方式多样化以及对“悦己型”消费理念的认同加深，化妆品已从传统意义上的美容修饰工具，逐步发展为消费者表达个性、追求健康与自信的重要载体。同时，新兴市场中城镇化进程推进与人口结构优化带来了庞大的增量需求，进一步夯实了全球化妆品市场的扩张基础。

根据 Euromonitor 数据，自 2016 年以来，全球化妆品行业市场规模整体保持增长态势。尽管期间经历了全球经济波动等因素的短暂影响，但市场的韧性和恢复能力较强，至 **2025** 年，全球化妆品行业市场规模已达到 **6,299.68** 亿美元。

图：2016-2025 年全球化妆品行业市场规模变动情况



数据来源：Euromonitor

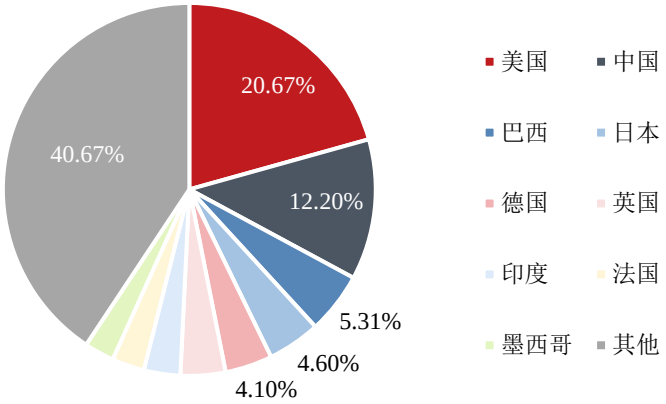
（2）全球化妆品市场地域分布

从全球化妆品行业地域结构来看，美国仍为全球化妆品最大的单一市场，长期占据领先地位。根据 Euromonitor 数据，**2025** 年美国在全球化妆品市场中的份额占比为 **20.67%**，消费市场成熟、品牌集中度高、细分领域发展完善，是全球化妆品发展趋势的重要风向标。

与此同时，中国市场近年来增长尤为迅速，受益于居民可支配收入持续提高、电商渠道快速渗透、本土品牌崛起等多重因素驱动，化妆品消费呈现出从功能导向向体验导向升级的趋势。**2025** 年中国在全球化妆品市场中份额占比已达

12.20%，稳居全球第二大化妆品市场，并在多个细分品类中具备全球领先的增速与规模潜力，成为国际品牌争相布局的重点区域。

图：2025 年全球化妆品行业消费国市场份额情况



数据来源：Euromonitor

3、中国化妆品行业发展情况

（1）中国化妆品行业发展历程

中国化妆品行业的发展具有深厚的历史渊源和鲜明的时代特征，整体上可划分为四个阶段：早期阶段、缓慢发展阶段、快速发展阶段以及规范发展阶段。

1）早期阶段

中国是世界上最早使用化妆品的国家之一，化妆文化可追溯至数千年前。早在《诗经》《礼记》《楚辞》等典籍中，就有关于画眉、点唇、敷粉、熏香等美容行为的记载。汉唐时期，化妆艺术达到较高水平，使用材料涵盖花露、胭脂、铅粉、麝香等，显示出古代女性对美的追求及化妆品在礼仪、文化中的重要作用。

2）缓慢发展阶段

进入近代以来，由于战乱频仍和工业基础薄弱，中国化妆品产业长期处于家庭作坊式的小规模生产阶段。20 世纪初期，伴随民族资本兴起，部分国产品牌如百雀羚、友谊、雅霜等逐步出现，化妆品生产开始迈向初步工业化。然而，受限于当时整体经济水平较低、女性消费观念相对保守，市场需求有限，行业发展整体缓慢。

3）快速发展阶段

改革开放以来，特别是20世纪80年代以后，伴随改革开放政策的持续推进、国民经济快速增长、居民消费能力显著提升，化妆品行业进入快速发展阶段。大量外资品牌通过合资、代理等方式进入中国市场，带动了产品标准、包装设计与品牌营销的系统升级。同时，本土品牌亦迅速发展，化妆品逐渐从奢侈品转变为日常消费品，产业规模不断扩大，市场活跃度显著提升。

4）规范发展阶段

进入 21 世纪以来，尤其是近年来，随着消费者对化妆品产品质量、成分安全、功效可靠性等方面要求的不断提高，我国化妆品行业由“高速增长”向“高质量发展”转型。国家先后出台包括《化妆品监督管理条例》在内的一系列法律法规及配套制度，确立了注册人/备案人制度、功效宣称评价、儿童化妆品专属管理等核心监管体系，标志着行业正式迈入规范化、法治化、体系化发展新阶段。此阶段不仅提升了行业准入门槛，也推动企业加强产品研发、合规管理与品牌建设，行业整体竞争格局趋向有序和专业化。

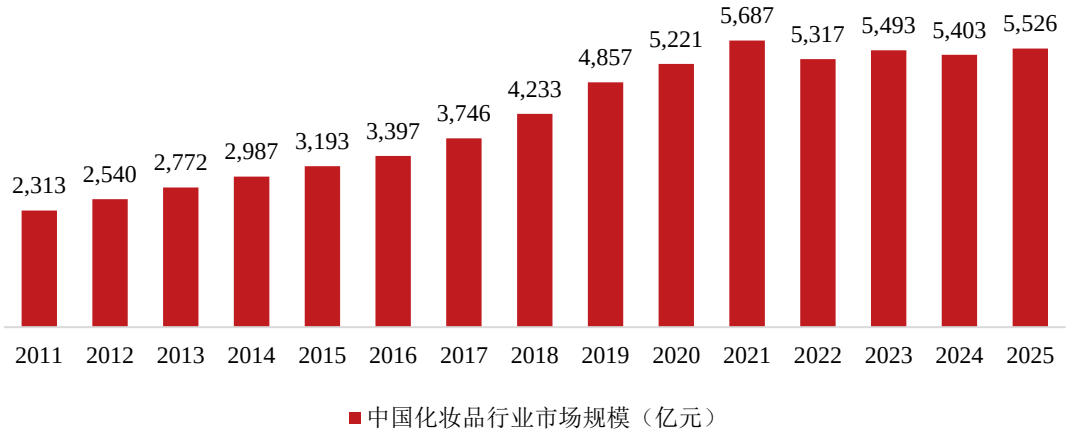
（2）中国化妆品市场规模

根据 Euromonitor 数据，**2011** 年至 **2025** 年，中国化妆品市场规模由 **2,313** 亿元，翻倍提升至 **5,526** 亿元，其中：

2011 年至 2021 年，居民收入增加与消费升级带动了化妆品渗透率的提高，电商、社交平台的发展拓宽了化妆品销售渠道，外加海内外品牌加速入局，推动了市场品类与产品结构不断丰富，中国化妆品市场规模平均保持年化 **9.4%**的复合增长率。

2022 年至 **2025** 年，随着宏观经济增速放缓及行业竞争加剧，中国化妆品市场规模稳定在 5,300 亿元至 **5,500** 亿元左右，行业也由前期较为粗放的“量的扩张”演变为高品质、强品牌的“质的提升”。

图：2011-2025 年中国化妆品行业市场规模变动情况



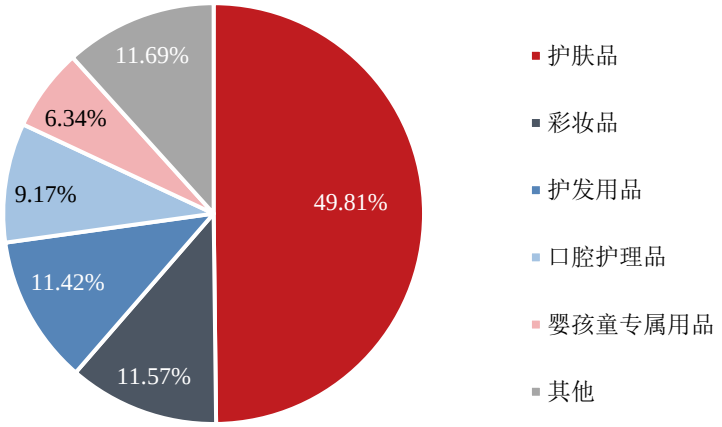
数据来源：Euromonitor

（3）中国化妆品细分品类

近年来，伴随消费者健康理念的深入普及与自我护理意识的持续提升，中国化妆品市场结构逐渐从审美导向转向功能导向。其中，护肤品作为兼具美观与皮肤健康管理功能的代表性品类，已从传统的清洁、保湿等基础护理，延伸至修护、抗衰、美白、抗敏、控油等多维度应用场景，在消费者日常生活中日益呈现出“刚需化”的消费特征。

与其他细分品类相比，护肤品凭借更广泛的用户基础、更高的复购率以及更强的品牌粘性，长期稳居中国化妆品市场的主导地位。根据 Euromonitor 数据，**2025** 年中国护肤品市场规模达到 **2,752** 亿元，占整体化妆品市场的 **49.81%**，在所有细分品类中排名第一，显示出其强劲且稳定的市场支撑力。相比之下，排名第二的细分品类为**彩妆品**，**2025** 年市场规模占比为 **11.57%**，远低于护肤品。其他品类如**护发用品**、口腔护理品、婴孩童专属用品等，尽管整体占比相对较小，但受益于 Z 世代消费者崛起、品牌年轻化营销等因素，部分品类呈现出较高的增长弹性，成为推动行业结构变化的重要力量。

图：2025 年中国化妆品行业细分子行业情况

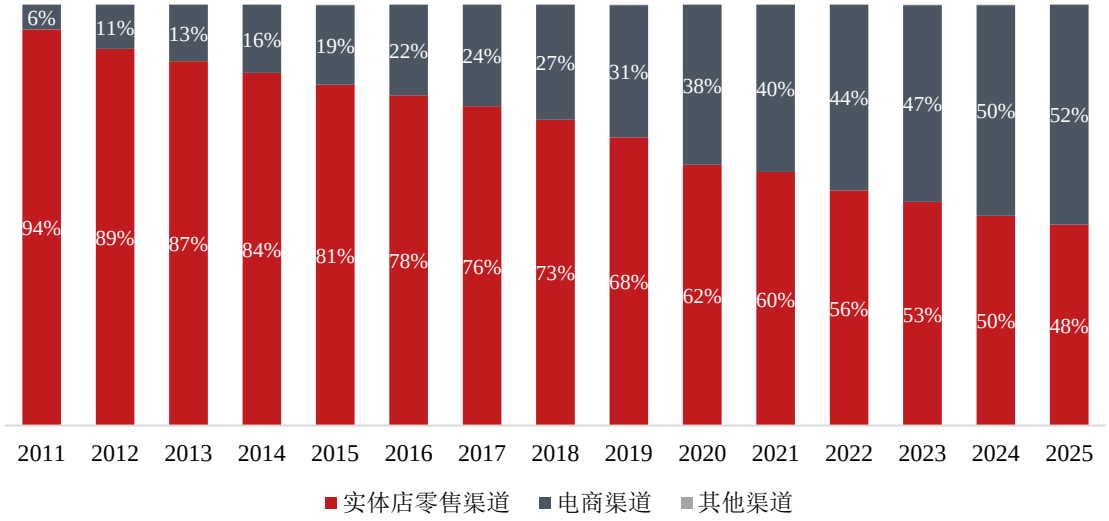


资料来源：Euromonitor

（4）中国化妆品销售渠道

2011 年至 **2025** 年，中国化妆品市场的销售渠道结构发生显著变化。根据 Euromonitor 数据，电商渠道的销售占比已从 **2011** 年的 **6%**快速提升至 **2025** 年的 **52%**，成为当前行业增长的重要驱动力。电商平台凭借覆盖广泛、营销灵活、消费决策路径短等特点，极大提升了产品的触达效率与销售转化能力，特别是在新兴品牌市场启动期发挥了关键作用。

图：2011-2025 年中国化妆品行业销售渠道变动情况



资料来源：Euromonitor，其他渠道各年度占比均在 0.1%

然而，尽管电商渠道持续扩张，但实体店零售渠道仍在整体市场中占据**约** 50%的份额，其作为品牌形象建设与客户关系维系的重要触点，在护肤咨询、专业护理及高复购场景中，为消费者提供的服务能力与信任纽带优势依然不可或缺。

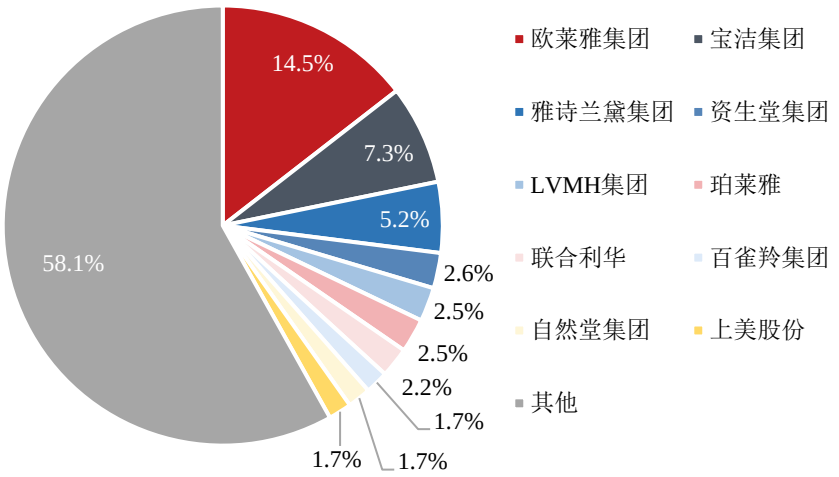
此外，电商渠道在扩大销量的同时，也带来对流量资源的高度依赖。平台广告投放、直播带货、搜索优化等营销成本持续上升，导致企业在电商渠道中构建品牌忠诚度和利润空间的难度相对较大。相比之下，实体门店更有利于形成区域市场壁垒和客户沉淀，具备长期经营中的“护城河”效应。未来，线上线下融合将成为行业主流趋势，企业需综合布局多元化渠道体系，以实现品牌价值与商业效益的协同提升。

（5）中国化妆品竞争格局

在企业层面，**2025** 年度，中国化妆品市场呈现头部集中的特点。根据 Euromonitor 数据，欧莱雅集团、宝洁集团及雅诗兰黛集团分别以 **14.5%、7.3%和 5.2%**的市场份额位居前三，展现出国际大型日化集团在品牌矩阵、渠道控制力与产品研发方面的显著竞争优势。

在前十强中，中国本土企业占据 **4** 席，分别为珀莱雅、**百雀羚集团**、自然堂集团和**上美股份**，**四**者合计市占率为 **7.6%**。尽管整体份额仍相对有限，但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。

图：2025 年中国化妆品市场企业市占率

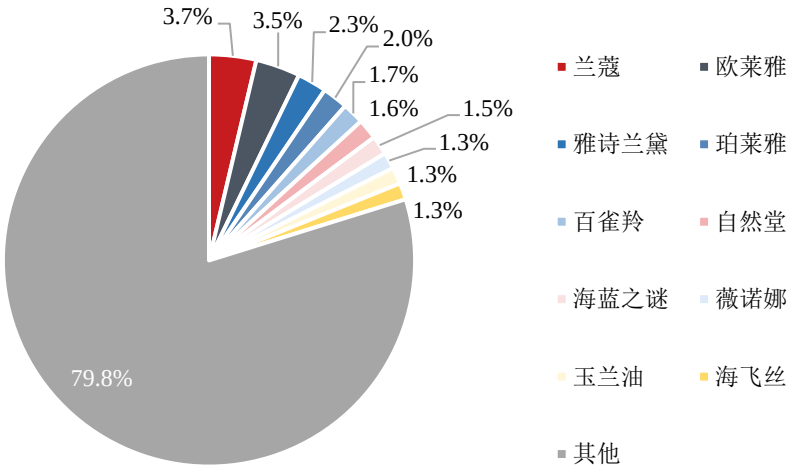


数据来源：Euromonitor

与企业层面的竞争格局不同，中国化妆品市场在品牌层面的竞争格局较为分散，**2025** 年度，前三大品牌**兰蔻**、欧莱雅和雅诗兰黛的市场占有率分别为 **3.7%、3.5%**和 2.3%，前十大品牌市场占有率合计也仅为 **20.2%**。上述现象的形成，一方

面是因为，部分大型日化集团通常采用多品牌运营策略，在不同细分赛道和价格带进行覆盖，从而巩固其集团层面的市场份额；另一方面，在护肤、彩妆等细分领域，随着消费者对产品成分、功效匹配性及使用体验的关注日益提升，众多新兴品牌借助社交媒体、内容电商和精细化运营迅速打开市场，呈现出新品牌活跃涌现与频繁更迭的现象。

图：2025 年中国化妆品市场品牌市占率



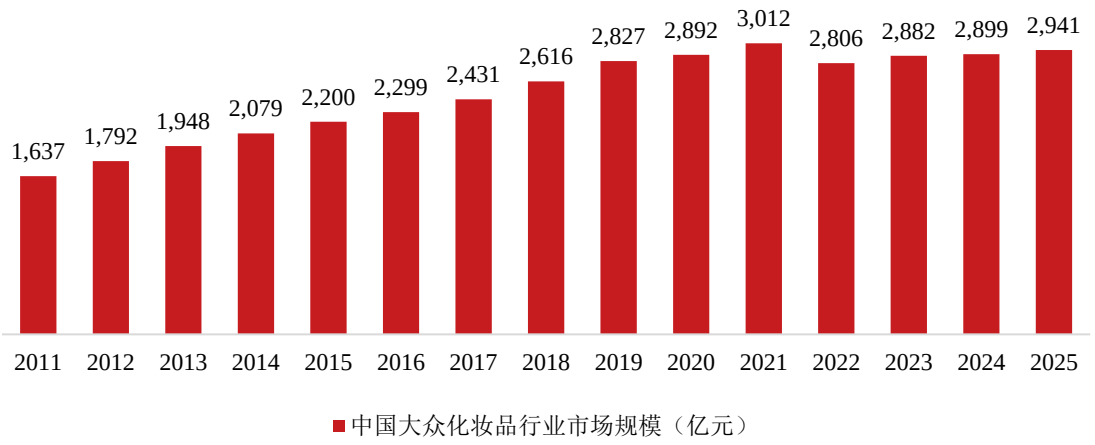
数据来源：Euromonitor

（6）中国化妆品分层结构

Euromonitor 结合消费者市场认知、品牌与企业知名度、产品定价及营销渠道等因素，将中国化妆品市场主要分为大众和高端两个层级[2]，其中，大众化妆品覆盖面广、接受度高，主要满足日常护理与基础美妆等大众化需求，拥有庞大的消费基础和高频次的使用场景，在整体市场中长期占据主导地位。根据 Euromonitor 数据，**2025** 年度，中国大众化妆品市场规模达 **2,940.85** 亿元，占化妆品市场总体规模的 **53.22%**，而高端化妆品市场规模为 **2,042.03** 亿元，占比为 **36.95%**。

[2]对于口腔护理品、男士剃须用品（男士护理品下属子品类）和脱毛用品，Euromonitor 结合消费者市场认知等因素，未进行大众和高端的层级划分

图：2011-2025 年中国大众化妆品行业市场规模

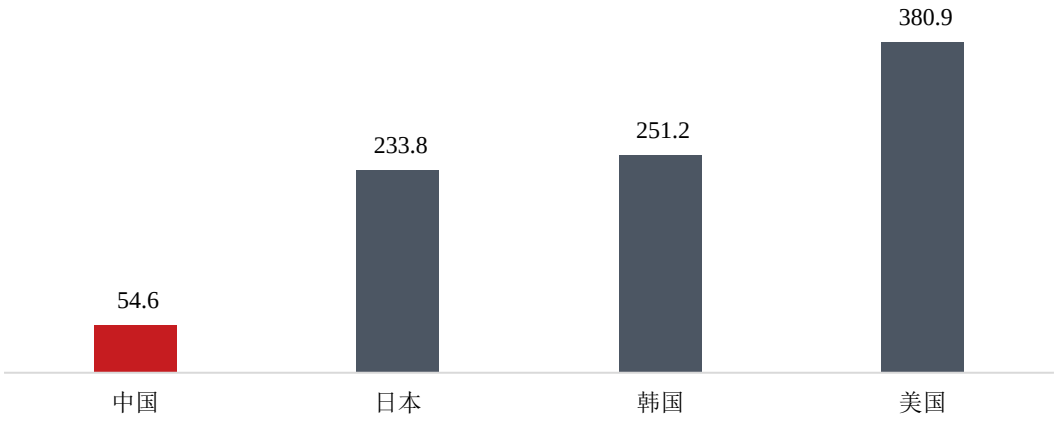


资料来源：Euromonitor

（7）中国化妆品人均消费

从人均消费水平来看，中国化妆品市场在全球范围内仍处于相对较低的发展阶段，与主要成熟市场存在显著差距。根据 Euromonitor 数据，**2025** 年中国人均化妆品消费金额为 **54.6** 美元，远低于美国的 **380.9** 美元，也显著低于亚洲邻国日本（**233.8** 美元）和韩国（**251.2** 美元）。

图：2025 年人均化妆品消费金额对比（美元/人）



资料来源：Euromonitor

上述人均消费差距反映出当前中国市场在渗透率、使用频次、产品单价、消费结构等方面尚有较大提升空间。随着居民收入水平持续增长、消费理念日益成熟，以及美容护理习惯在更广泛人群中逐步普及，中国化妆品人均消费水平预计将持续上升，带动整体市场容量进一步扩大。

此外，随着城镇化进程推进与新一代消费者崛起，个性化、功效型、精细化

护理需求不断释放，将推动国内化妆品行业从“基础普及”阶段向“品质提升”阶段跃升。相比成熟市场的趋于饱和，中国化妆品市场具有更强的结构性成长动能。

4、行业未来发展趋势

（1）本土品牌加速崛起，竞争格局日趋多极化

长期以来，中国化妆品市场长期被外资品牌主导，尤其在中高端价格带竞争中，外资企业凭借强大的研发、品牌及渠道优势占据主导地位。然而，随着国货认同感的提升、消费信心增强，以及数字化营销工具的普及，一批本土品牌凭借快速反应能力、精准市场定位和高效渠道布局，迅速在多个细分市场中实现突破。

当前，国产品牌不再局限于中低端市场，而是逐步向中高端价格带渗透，借助成分创新、产品包装、文化叙事等方式提升品牌价值与溢价能力。同时，头部本土企业也在进一步提高研发能力、强化供应链掌控，并通过多品牌战略覆盖更广阔的消费人群。未来，国产品牌有望与国际品牌形成多极并存、各具特色的竞争格局。

（2）功能性护肤持续高增长，专业细分加速分层

随着消费者护肤意识日益理性，产品消费逐渐由“美化”向“功效”转变，功能性护肤产品成为市场关注焦点。诸如屏障修护、抗氧抗老、痘肌护理、术后修复等专业化需求不断释放，推动产品结构进一步向“高功效+高安全性”方向演化。

功能性护肤品强调成分活性、科学验证与使用感平衡，对配方设计与功效传递能力要求更高，驱动企业在研发端加大投入。同时，消费者对“成分科学”与“适配肤质”的关注，推动品牌需在宣称合理性、测试透明度和教育引导上持续优化。未来，功能护肤板块将成为细分赛道竞争的主阵地，也是企业塑造专业形象与品牌护城河的核心方向。

（3）全渠道融合持续深化，线下渠道重塑价值

近年来，随着电商渗透率快速上升，线上销售已成为化妆品市场的重要增长引擎。然而，在消费升级与体验诉求提升的趋势下，线下渠道的不可替代价值正

在重新被认识和激活。

线下门店不仅具备产品体验、专业导购、即时反馈等优势，更是化妆品企业塑造品牌形象、与消费者建立信任的关键场景。特别是在护肤、香氛、美妆工具等品类中，线下服务体验对购买决策影响显著。未来，中国化妆品企业将加快线上线下融合布局，通过自营门店、集合店、快闪店与 O2O 服务形成全渠道闭环，实现流量协同、品牌联动与用户沉淀。

（4）“品牌出海”趋势加快，国际市场拓展提速

在内需市场竞争日趋激烈、增速放缓背景下，越来越多本土品牌将目光投向海外市场。得益于中国成熟的供应链体系、突出的数字营销能力以及频频出台的跨境电商支持政策，国产品牌正逐步打开东南亚、中东、欧美等新兴与成熟市场。

中国化妆品品牌主要通过本地化产品开发、海外社媒运营与本土团队建设，打造与当地文化高度契合的市场策略，在海外市场快速积累用户基础与品牌认知。未来，具备“产品力+品牌力+供应链灵活性”的国产品牌有望在国际市场中实现弯道超车，“中国品牌”正逐步成为新一轮全球化趋势的重要参与者。

（5）行业监管持续趋严，合规能力成为长期竞争力

随着《化妆品监督管理条例》及多项配套制度的落地实施，化妆品行业从原料、生产、标签到功效宣称、广告宣传等各环节的合规标准大幅提升。行业进入“制度主导、透明监管、严控风险”的发展阶段，企业综合合规能力正成为硬性门槛。

功效宣称需具备验证依据，广告宣传须规避虚假成分，标签内容需严格按照规定格式披露，注册备案要求系统、精细，这对企业提出了全链条合规运营的挑战。未来，具备成熟质量体系、合规管理能力与审慎运营理念的企业将在监管环境中具备更强的稳定性与发展确定性。

5、行业技术水平及特点

随着消费需求升级和监管体系日益完善，中国化妆品行业的整体技术水平持续提升，逐步构建起涵盖原料开发、配方设计、生产制造、功效验证等在内较为完整的技术体系。近年来，在功效性、安全性、个性化等方向的驱动下，行业创

新活跃度不断提高，技术能力不断向专业化、系统化方向迈进。

（1）原料技术持续进步，应用能力不断提升

国内企业在原料识别、筛选与应用搭配方面积累了丰富经验，已具备对多类活性成分（如透明质酸、烟酰胺、神经酰胺、积雪草苷等）的自主整合与功效组合能力。部分领先企业已通过自建研发平台或与原料商、高校联合，开展定向原料开发和专利布局，推动国产原料的产业化应用。整体来看，行业原料技术正逐步从依赖通用成分向差异化创新过渡。

（2）配方开发能力成熟，向精细化与多样化演进

在护肤、清洁、彩妆等主流赛道中，企业在产品配方设计、复配策略、肤感调控等方面形成了较为成熟的技术体系，能够有效响应市场对多样肤质、季节变化及功能诉求的个性化需求。特别是在纯净美肌、敏感肌护理、精简护肤、功效护肤等新兴细分领域，部分企业已建立相应的配方数据库与技术标准，产品结构持续优化，创新效率显著提升。

（3）生产工艺水平稳步提升，制造体系趋于规范

中国化妆品行业整体制造能力处于较高水平，大中型企业普遍采用自动化、洁净化生产设备，逐步构建符合 GMP 及 ISO22716 等质量管理标准的现代化生产体系。行业内成熟的 OEM、ODM 模式亦为中小企业提供了较强的产能支持与工艺保障，推动了行业整体生产水平的快速提升。国内化妆品行业生产端在规模化、规范化和柔性制造方面已具备良好基础。

（4）功效验证机制逐步建立，支撑产品科学性发展

伴随《化妆品功效宣称评价规范》的落地，国内化妆品行业功效验证体系不断完善。部分企业已建立内部实验室，开展皮肤测评、临床试验、仪器检测等功效支撑工作，提升产品可信度。尽管整体体系仍处于建设阶段，但行业对功效科学性、测试合规性与数据支撑的重视程度已显著增强，验证能力正由合规驱动向品牌核心竞争力方向转变。

（5）技术融合趋势增强，数字化探索逐步展开

近年来，国内化妆品行业在智能配方、个性化护肤、皮肤检测、AI 肤质分

析等领域积极探索，通过引入前沿科技提升用户体验与研发效率。虽然整体尚处起步阶段，但数字化与智能化趋势日益显现，部分企业已初步建立数据驱动的产品开发机制，具备良好的成长潜力与迭代基础。

6、行业主要进入壁垒

（1）产品研发与技术壁垒

化妆品行业具有较为显著的技术密集特征，尤其是在功能性护肤品和高端美妆领域，对产品配方设计、成分功效验证、安全性评估等都提出了较高的技术要求。行业内领先企业或具备自主研发团队、稳定的实验平台，能够实现从活性成分筛选、配方体系优化到产品迭代升级的全过程开发能力，或与原料商、高校及科研机构合作，开发具有自主知识产权的核心成分，有效提升技术壁垒和市场差异化能力。

对于新进入者而言，缺乏基础研究能力、原料开发能力及长期积累的测试验证体系，将难以快速推出符合监管标准与市场预期的产品，影响其上市节奏与品牌形象建立。

（2）品牌建设与消费者认知壁垒

化妆品作为典型的品牌驱动型消费品，消费者的购买决策高度依赖于对品牌形象、产品理念与情感价值的长期认知与信任。成功品牌的建立往往需要持续多年的投入，通过产品力、视觉体系、文化表达、渠道策略与内容营销等多维度手段，逐步构建起完整而立体的品牌体系。

与此同时，品牌忠诚度是企业实现用户复购、提升客户生命周期价值、构建价格议价能力的关键基础。部分新进入品牌虽然能够依靠短期的流量运营手段获得一定的市场关注度，但若在产品品质、用户体验、售后服务以及品牌定位与价值表达的持续性方面缺乏稳定支撑，将难以维持长期的用户信任与市场竞争力，亦难以形成可持续的发展基础。

（3）渠道整合与运营能力壁垒

化妆品行业销售渠道日益多元化，涵盖线上电商（传统电商、社交电商、直播平台）、线下专柜、集合店、美妆连锁、药妆店、百货专营等。企业不仅需具

备多渠道协同能力，还需根据品牌定位和产品结构匹配最优渠道策略，实现精细化铺设与高效转化。

此外，渠道运营涉及复杂的资源谈判、销售支持、物流管理、会员体系搭建与数据整合等内容，尤其在全渠道融合背景下，对企业组织能力与系统能力要求更高。新进入者在渠道资源、议价能力、团队经验等方面通常存在明显短板，难以短期内实现渠道有效覆盖。

（4）法规遵循与合规管理壁垒

随着《化妆品监督管理条例》及其配套法规体系逐步落地，行业监管已进入体系化、标准化、全流程覆盖阶段。从原料备案、产品注册、生产许可、功效宣称、标签管理到广告合规，企业需建立一套完整的法规响应与合规运营机制。

在此背景下，合规已不仅仅是底线要求，更是品牌信任与行业准入的核心门槛。具备法规解读能力、合规设计能力、审查响应机制的企业将更具稳健性，而缺乏经验的进入者则可能面临备案延误、宣传限制、抽检不合格等运营风险，甚至影响企业声誉与产品上架。

（5）质量控制与供应链管理壁垒

化妆品作为直接接触人体皮肤的产品，其品质控制标准极为严格，涵盖原料采购、生产加工、包装灌装、仓储物流等多个环节。企业不仅需建立严密的品控体系，还需与可靠的生产厂商建立稳定合作，或自建生产基地以提升控制力。

此外，面对产品上新节奏加快、SKU 复杂化和个性化定制趋势，供应链的柔性管理与快速响应能力愈发重要。领先企业可以通过信息化管理、高效的生产模式和强大的品控标准，构建起高度一致性与稳定性的运营体系，是构筑品牌长期口碑与消费信任的重要保障。

（6）资金投入与资源整合壁垒

化妆品行业虽具备较强的盈利能力和可扩展性，但在品牌建设、产品开发、市场推广、渠道铺设等方面，初期资本投入大、资金回收周期长。尤其在品牌启动期和新产品导入期，高额的营销费用、广告投放成本与渠道维护支出对企业资金链提出了较高要求。

此外，成功品牌往往还需投入资源开展 KOL 合作、直播营销、社交媒体运营与 CRM 系统建设，进一步提高了运营复杂度。资本实力不足或现金流管理能力薄弱的企业，将难以支撑产品推广与品牌沉淀过程，限制其扩张速度和抗风险能力。

7、行业面临的机遇与挑战

（1）行业面临的机遇

1）产业政策持续支持，监管体系日益完善

近年来，国家对化妆品产业的规范发展与结构升级高度重视。2018 年，国家药品监督管理局下设化妆品监督管理司，专责化妆品注册备案管理与制度建设，体现出对行业发展的制度性支持。同时，《化妆品监督管理条例》《化妆品注册备案管理办法》《化妆品功效宣称评价规范》等核心法规相继落地，行业准入标准、功效宣称、标签规范等全面提升，推动市场向规范化、专业化方向发展。在监管趋严的同时，政府亦出台如取消普通美容类化妆品消费税等利好政策，引导行业从粗放增长向高质量发展转型，为具备合规运营能力与研发基础的企业提供了更加稳定的发展环境。

2）消费能力持续提升，消费结构不断升级

随着我国居民收入水平持续增长和中等收入群体不断扩大，化妆品作为“悦己型”消费的重要品类，渗透率和消费单价稳步提升。国家宏观经济政策持续促进内需，叠加城市化率提高、女性就业群体扩大等结构性变化，均为化妆品行业的长期增长奠定了人口与收入基础。此外，消费者对品牌、成分、使用体验的关注日益增强，消费行为从功能驱动转向价值驱动，行业正由“量的扩张”向“质的提升”升级，推动中高端品牌与功能型产品的增长空间不断扩大。

3）护肤意识加强，科学护肤理念深入人心

环境污染、生活节奏加快、电子设备使用频繁等外部因素使得皮肤问题日益普遍，消费者对肌肤健康管理的意识显著增强。随着医美行业的普及和海外品牌教育的推动，消费者对功效型产品、周期性护肤、分肤质选择等概念的接受程度持续提高。护肤品消费习惯日趋成熟，复购频次提升，新品尝试意愿增强，推动行业向功能细分、科学配方和精细化护理方向发展，进一步释放了结构性增长潜

力。

4）电商与数字营销渠道带来结构性扩容

电商平台的持续发展及社交媒体、直播带货、小红书、短视频等内容驱动型渠道的快速崛起，为化妆品品牌提供了更高效、更广泛的用户触达方式。在消费者线上购物习惯已成趋势的背景下，品牌不仅可以实现成本控制和销量提升，还能够通过数据洞察更精准地优化产品设计与市场投放。此外，线上线下渠道加速融合，也带动供应链、仓储、履约服务等全产业链环节效率提升，为行业持续增长提供多维支撑。

5）技术进步推动产品创新和专业化发展

随着生物技术、皮肤科学和数字科技的持续进步，化妆品行业在活性成分开发、精准配方设计、个性化护肤解决方案等方面持续创新。AI 定制护肤、皮肤检测设备、智能美容仪等技术的商业化应用，为企业提供差异化竞争路径，也提升了用户体验和专业信任度。研发实力强、布局前沿技术的企业将在产品更新、功能验证及市场教育方面占据先发优势，强化核心竞争力。

（3）行业面临的挑战

1）国际品牌竞争压力持续存在

在高端及专业化细分市场，国际品牌长期积累的品牌认知、产品声誉及全球化研发平台仍具有显著优势。国内品牌尽管在近年来发展迅速，但在技术积累、全球供应链协同、国际市场拓展等方面仍存在差距。随着跨国品牌不断加大在华投资，调整本地化策略并加快下沉市场布局，国产品牌仍面临激烈的正面竞争。

2）行业竞争加剧，产品同质化与价格内卷并存

当前行业内企业数量众多，特别是中小品牌为争夺市场份额，普遍存在低价竞争、产品同质化、品牌识别度弱等问题，抬高了行业整体获客成本，削弱了盈利空间。同时，部分企业仍存在依赖模仿、快抄快推的短期策略，难以建立可持续的品牌力，对行业创新生态和消费信任构成潜在影响。

3）监管要求日趋严格，合规成本显著提升

随着《化妆品监督管理条例》实施，功效宣称需有科学依据、原料备案审查

更加严格、标签和广告表述要求日趋细化。企业需建立完整的法规响应机制，投入更多资源用于产品测试、安全评估、文档管理与行政审批。尤其对于中小企业而言，规范化运营所需的人力、财力与制度支持构成现实压力。

4）人才储备与专业能力建设滞后

化妆品行业涉及化学工程、皮肤科学、生物技术、法规合规、数字营销等多学科交叉领域，专业人才供给不足、结构不均衡问题长期存在。尤其是在基础研究、原料开发、功效评估、合规管理等环节，优秀复合型人才稀缺，成为制约企业可持续发展的重要因素。

8、行业的周期性与季节性特征

（1）行业的周期性特征

化妆品行业作为日常消费品行业，与居民生活密切相关，其整体发展与宏观经济走势、居民收入水平及消费能力呈现一定程度的正相关性。在经济持续增长、居民可支配收入稳步提升的背景下，化妆品行业的整体消费意愿和消费能力同步增强，为行业创造了稳定增长的市场基础。

然而，相较于耐用消费品和大宗消费品，化妆品单位消费金额较低，且随着“悦己经济”理念的普及，消费者对化妆品的消费已逐步从可选性支出转化为日常性支出，在家庭整体预算中占比相对较小。因此，即使在经济周期波动期，化妆品消费的收缩幅度亦相对有限，具有一定的抗经济周期波动能力。同时，功能型护肤品、基础护理用品等刚需属性更强的品类，受宏观经济影响更小，反映出行业整体周期性不显著、抗风险能力较强的结构特征。

（2）行业的季节性特征

整体来看，化妆品行业并不具有显著的季节性波动，但部分细分品类和销售节点会呈现出阶段性销售高峰与低谷，体现出一定的季节性差异。

一方面，受气候变化影响，不同季节消费者的护肤需求存在差异。例如，膏霜类、保湿类护肤产品通常在秋冬季需求旺盛，而清爽型护肤品、防晒类产品则在春夏季销量显著提升；此外，彩妆类产品也可能因季节妆容风格或活动频率不同而呈现一定淡旺季差异。

另一方面，受电商平台大促节日驱动，行业在特定时间节点（如“双11”“618”“双12”等）会集中释放消费需求。多数企业在上述销售旺季前加大营销投入与产品备货，通常形成以第四季度为主的集中销售高峰。因此，虽然行业全年保持平稳运营，但在收入与利润的季度分布上可能呈现出一定的季节集中性。

9、上述情况在报告期内的变化和未来可预见的变化趋势

参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“二、公司所处行业的基本情况及竞争状况”之“（三）行业发展情况、未来发展趋势以及产业链情况”之“4、行业未来发展趋势”。

10、行业产业链情况、与上下游的关联性

公司所处的化妆品研发、生产和销售行业是化妆品产业链条中承上启下的核心环节，连接上游原料供应商与下游销售渠道、终端消费者，在推动产品价值实现、技术转化与品牌构建中发挥着关键作用。

（1）上游环节

化妆品行业上游主要包括化妆品原料制造、包装材料制造与生产设备制造三个板块，整体行业发展较为成熟、竞争充分。

化妆品原料主要分为基质类原料、一般添加剂和功能性活性成分三类，其中基质类原料包括油性物质、粉体、水剂及表面活性剂等，用于构成产品的主体结构；一般添加剂，如胶质、抗氧化剂、防腐剂、香料、色素等，用于增强产品的稳定性与感官体验；功能性活性成分，按用途可分为保湿、防晒、美白、控油、修护、抗皱等，用于实现产品核心功效，是企业研发创新的重点所在。

包装材料方面，上游企业提供 PET、PP、PETG 等塑料类原料及玻璃、金属等复合材料，经过注塑、吹瓶、印刷等工艺加工成包装盒、泵头、玻璃瓶等各类终端包装组件，是产品外观识别与使用体验的重要组成部分。

生产设备方面，公司等化妆品企业主要采购乳化机、均质机、灌装机、检测设备等，用于实现从配料到灌装、封装、质检的高效自动化生产。

公司等行业领先的化妆品生产企业普遍与多家优质上游供应商建立了长期

稳定的战略合作关系，在原料质量、交货周期、采购价格、技术对接等方面形成协同机制，能够为公司的持续研发与规模化生产提供有力保障。

（2）下游环节

化妆品行业下游主要包括经销商及终端消费者，下游销售渠道可分为线上与线下两大体系：

线上渠道方面，近年来依托电子商务的快速发展，消费者购物习惯加速向线上迁移。公司等行业领先的化妆品企业已在天猫、京东、抖音、快手等多个主流平台建立品牌旗舰店，同时通过内容电商、社交电商、直播带货等新兴模式实现用户触达与品牌传播，推动线上销售规模不断提升。

线下渠道方面，化妆品企业积极布局涵盖连锁经营门店、百货商场、品牌专柜、美妆集合店等多种终端形态。相较于线上购物，线下渠道更注重产品体验与服务能力，有助于提升品牌信任度与复购粘性，仍在消费者中保持较强吸引力。

公司等行业领先的化妆品企业通过对线上线下渠道的协同布局，建立起多渠道覆盖、经销直营结合的销售网络，覆盖面广、结构均衡，具备较强的渠道控制力与抗风险能力。

（四）行业竞争格局、行业内主要企业，发行人产品或服务的市场地位、竞争优势与劣势

1、行业竞争格局

公司所处行业竞争格局参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“二、公司所处行业的基本情况及竞争状况”之“（三）行业发展情况、未来发展趋势以及产业链情况”之“3、中国化妆品行业发展情况”之“（5）中国化妆品竞争格局”。

2、行业内主要企业

中国化妆品行业内主要企业包括两类，第一类为以欧莱雅集团、宝洁集团及雅诗兰黛集团为代表的国际大型日化集团，其凭借在品牌矩阵、渠道控制力与产品研发方面的显著竞争优势，市场份额居前；第二类为以珀莱雅、自然堂集团、百雀羚集团、丸美生物、水羊股份、贝泰妮和公司等为代表的中国本土企业，近

年来在产品品质、销售渠道等方面持续发力，逐步形成与国际大型日化集团共存发展的格局。上述企业基本情况如下：

（1）欧莱雅集团

欧莱雅集团（L'Oréal Group）是一家总部位于法国巴黎的跨国化妆品和美容产品公司。该集团的产品涵盖了护肤、化妆、头发护理、沐浴、香水等多个领域，旗下拥有 HR（赫莲娜）、Giorgio Armani（乔治阿玛尼）、Lancome（兰蔻）、Biotherm（碧欧泉）、Kiehl's（科颜氏）、L'Oreal Paris（巴黎欧莱雅）等品牌。

（2）宝洁集团

宝洁集团（Procter & Gamble）是一家总部位于美国俄亥俄州辛辛那提的跨国消费品公司，作为全球最大的快速消费品公司之一，其产品涵盖个人护理、家居护理、美容、健康等多个领域，旗下拥有 Olay（玉兰油）、Pantene（潘婷）、Gillette（吉列）、海飞丝等品牌。

（3）雅诗兰黛集团

雅诗兰黛集团（Estée Lauder Companies Inc.）是一家总部位于美国纽约的跨国化妆品和美容产品公司，专注于高端彩妆、护肤、香水和护发领域，旗下拥有 Estée Lauder（雅诗兰黛）、LA MER（海蓝之谜）、M·A·C（魅可）、Clinique（倩碧）等品牌。

（4）珀莱雅

珀莱雅化妆品股份有限公司成立于 2006 年，于 2017 年在上海证券交易所上市，旗下主要拥有珀莱雅、彩棠、Off & Relax、悦芙媞、CORRECTORS、INSBAHA 原色波塔、惊时、优资莱、韩雅等品牌，已覆盖大众精致护肤、彩妆、洗护、高功效护肤等美妆领域。**2025 年度**，珀莱雅实现营业收入 **105.97 亿元**、净利润 **15.43 亿元**。

（5）自然堂集团

自然堂集团（原名伽蓝集团）成立于 2001 年，是一家**战略**驱动的**多品牌化妆品**企业，先后创立了美素、自然堂、春夏、珀芙研、已出 5 大品牌。**2025 年度**，自然堂实现营业收入 **53.18 亿元**、净利润 **3.51 亿元**。

（6）百雀羚集团

百雀羚集团最早创立于 1931 年，是中国历史最为悠久的著名护肤品牌之一，旗下拥有百雀羚草本、百雀羚经典、百雀羚男士、三生花护肤、三生花洗护、气韵、小雀幸、蓓丽等品牌。

（7）丸美生物

广东丸美生物技术股份有限公司成立于 2002 年，于 2019 年在上海证券交易所上市，旗下主要拥有丸美、恋火等品牌，覆盖护肤和彩妆等领域。**2025 年度**，丸美生物实现营业收入 **34.59 亿元**、净利润 **2.47 亿元**。

（8）水羊股份

水羊集团股份有限公司成立于 2012 年，于 2018 年在深圳证券交易所上市，旗下主要拥有 EVIDENS DE BEAUTÉ、PIER AUGÉ、RéVive、御泥坊、大水滴、小迷糊、VAA 等品牌，覆盖面膜、水乳膏霜、彩妆、个护清洁等领域。**2025 年度**，水羊股份实现营业收入 **49.77 亿元**、净利润 **1.48 亿元**。

（9）贝泰妮

云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司成立于 2010 年，于 2021 年在深圳证券交易所上市，旗下主要拥有薇诺娜（Winona）、薇诺娜宝贝（Winona Baby）、瑷科缦（AOXMED）、贝芙汀（Beforteen）、姬芮（Za）以及泊美（PURE＆MILD）等品牌，覆盖面霜、护肤水、面膜、精华以及乳液等护肤品类产品和隔离霜、粉饼、BB 霜以及卸妆水等彩妆类产品。除护肤品和彩妆外，贝泰妮还从事皮肤护理相关医疗器械产品**和电子美容仪器产品**的研发、生产以及销售业务。**2025 年度**，贝泰妮实现营业收入 **53.59 亿元**、净利润 **5.17 亿元**。

3、公司的市场地位、技术实力

公司的市场地位及技术实力参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“二、公司所处行业的基本情况及竞争状况”之“（四）行业竞争格局、行业内主要企业，发行人产品或服务的市场地位、竞争优势与劣势”之“4、公司的竞争优势和劣势”之“（1）竞争优势”。

4、公司的竞争优势和劣势

（1）竞争优势

1）品牌优势

品牌是消费者选择化妆品的重要依据之一，也是化妆品企业的压舱石和护城河，良好的品牌形象能够极大提升消费者对公司产品的信任度和接受度，差异化的品牌定位也可以让公司在激烈的市场竞争中准确切入细分赛道。公司作为国内化妆品行业中将高山植物理念与产品研发相结合的先行者，多年来致力于将高山植物中的天然活性成分与现代美肤技术相融合，打造了极具辨识度的“植物医生”品牌，赢得了行业和市场的广泛认可，展现出强大的品牌竞争力。2023 年和 2024 年，公司在中国美妆网发布的“中国美妆品牌 TOP100”榜单中分别名列第 5 名和第 6 名。

2）渠道优势

在化妆品领域的多年耕耘中，公司建立了完善的线上、线下销售渠道网络，提升消费者购物体验的同时，为公司收入规模的持续扩大和市场竞争力的不断提升奠定了坚实基础。

在线下渠道方面，公司主要采取单品牌连锁经营模式，一方面在热门商圈、交通枢纽等人流密集区域开设有直营终端门店以提升公司形象，增强品牌曝光度；另一方面，与全国各地优质经销商合作，由其开设授权专卖店，共同完成对线下市场的深度覆盖。上述门店可以为消费者提供到店护理、线下沙龙等优质线下服务，以“产品+服务”的形式丰富消费者购物体验，增强对“植物医生”品牌的信任度和满意度，从而提高产品复购率。截至 2025 年末，植物医生品牌线下连锁门店共 **4,268** 家，其中授权专卖店 **3,788** 家、直营终端门店 **480** 家。**根据中国连锁经营协会（CCFA）发布的“生活服务业连锁企业 TOP100”名单，公司 2022 年、2023 年连续位列美容美体行业第二名，并在后续最新榜单中继续位居美容美体行业前列。**

在线上渠道方面，公司一方面借助线下成熟的实体门店网络大力发展“小植商城”新零售渠道，将线下消费者引流至线上，凭借互联网工具构建私域生态；另一方面，公司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，通过明星代言、直播带货、短视频推广、电商节大促等多种形式，全方位、多层次地触达各类消费者。

报告期内，公司凭借线下线上销售的共同发力，**主营业务收入整体保持稳定并小幅增长。**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，公司排名中国单品牌化妆品店第一名。根据 Euromonitor 数据，**2025** 年公司产品零售额在中国化妆品市场国产品牌中排名第 **9**，在中国护肤品市场国产品牌中排名第 7。

3）研发优势

高山植物护肤产品的研发涉及植物学、生命科学、精细化工、皮肤科学、美学、制造工艺等多学科的交叉研究与运用。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，公司自设立以来即高度重视产品研发投入，与中国科学院昆明植物研究所、江南大学**、中国药科大学**合作，在北京、广东、云南、江苏和东京打造了“一个中心，**六**大基地”的研发架构，覆盖原料、配方、工艺、品控等多个领域，其中：公司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。公司基于这一研发成果持续迭代石斛兰系列产品配方，使该产品成为公司最受消费者欢迎的明星产品。2022 年，公司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”也荣获中国商业联合会颁布的全国商业科技进步一等奖。此外公司还曾荣获“中国轻工业联合会科学技术进步奖”等荣誉。公司下属北植科技、广东植物医生均为高新技术企业，北植科技于 2024 年获评北京市专精特新中小企业和创新型中小企业，广东植物医生于 2022 年获评广东省专精特新中小企业。截至 **2026 年 2 月 28 日**，公司共取得 **226** 项境内外授权专利，其中发明专利 **73** 项、实用新型专利 41 项、外观设计专利 **112** 项。

上述研发成果不断赋能公司新品开发，提升市场竞争力，确立了公司在高山植物护肤领域的长期领先地位。

4）运营优势

为实现对超过 4,000 家线下门店的高效管理，对超过千万名会员的精细化画

像，公司自设立以来，不断加强信息系统建设，提高整体运营效率，其中：公司为线下经销商开发了可以在移动端下单及支付的“直订系统”，面向经销商的销售活动也在该系统中完成配置，大幅提高了交易便捷性；公司还在线下门店全面应用“店务通系统”，该系统可实时记录门店进销存数据，一方面便于各门店经营者了解库存结构、销售动向和补货需求，提升管理效率；另一方面，公司依托系统中积累的会员消费数据，构建了覆盖全国范围的会员数据库，全面记录消费者的到店频次、购买品类、单次消费额、复购周期及产品偏好等关键行为指标。基于上述数据，公司能够对不同客群进行精细化画像，实现会员分层管理和差异化营销策略的制定。门店导购人员可通过系统后台实时获取所服务会员的消费记录和偏好信息，结合新品上市、促销节奏及季节性护肤需求，开展一对一、定制化的产品推荐与售后服务，显著提升客户黏性和复购率。

上述精细化运营体系不仅增强了门店的服务能力与销售效率，也构建起公司在门店运营、用户运营方面的核心壁垒，推动企业在竞争激烈的化妆品市场中实现高质量、可持续的增长。

（2）竞争劣势

公司多年来专注于高山植物护肤产品的研发、生产及销售，已经发展为产品结构完善、营销渠道丰富、技术水平领先的综合性化妆品企业。近年来，随着居民消费水平的不断提高，我国化妆品行业发展迅速，国内外化妆品品牌在产品推广、市场营销、技术研发方面均不断提高投入，市场竞争激烈。与跨国龙头企业相比，公司在资金实力、品牌建设、线上渠道投入等方面仍存在一定差距，需要不断提高资本实力，持续扩大营销网络，以进一步提高市场地位。

（五）公司与同行业可比公司的比较情况

1、经营情况

公司与同行业可比公司经营业绩比较情况参见本招股说明书“第二节 概览”之“五、板块定位情况”之“（二）公司经营业绩稳定、规模较大”。

截至 **2026 年 2 月 28 日**，国民经济行业分类为“2682 化妆品制造”的 8 家国内 A 股上市公司分别为珀莱雅、贝泰妮、水羊股份、丸美生物、敷尔佳、青岛金王、芭薇股份和福瑞达。公司不将敷尔佳、青岛金王、芭薇股份和福瑞达作

为同行业可比上市公司，具体原因如下：

根据敷尔佳定期报告，报告期各期，其收入结构中化妆品收入占比分别为56.02%、57.72%和**71.55%**，**2023**年至2024年仅在**55%-60%**左右，医疗器械仍占有较高的收入比例，在**40%-**45%左右，因此其整体收入结构与公司存在较大差异，后续分析中不再将其作为同行业可比上市公司列示。

根据青岛金王定期报告，2023年、2024年和2025年，其收入结构中化妆品收入占比分别为21.86%、21.05%和**19.99%**，占比相对较小，其主要收入构成为新材料蜡烛、香薰及工艺品等，因此在产品结构上与公司存在显著差异，后续分析中不再将其作为同行业可比上市公司列示。

根据芭薇股份招股说明书，其商业模式系为化妆品品牌商提供产品策划、配方研发、规模化生产、功效检测为一体的综合性服务，定位为化妆品品牌客户服务商，与公司等以自主品牌销售的化妆品生产企业在商业模式和产业链条所处位置上存在显著差异，因此后续分析中不再将其作为同行业可比上市公司列示。

根据福瑞达定期报告，**2022年至2025年**，福瑞达收入结构中化妆品收入占比分别为15.20%、52.76%、62.15%和**61.51%**，2022年度，其房地产及物业收入占比达75.18%，彼时其行业分类为“房地产开发经营”。之后经过2023年及2024年间重大资产重组及数次并购后，福瑞达收入结构发生显著变化。鉴于福瑞达报告期内并不始终属于“2682 化妆品制造”行业，因此后续分析中不再将其作为同行业可比上市公司列示。

综上所述，公司选取的同行业可比上市公司为珀莱雅、贝泰妮、水羊股份和丸美生物。

2、市场地位、技术实力与核心竞争力

衡量公司与同行业可比上市公司市场地位、技术实力与核心竞争力的核心指标为企业、品牌在中国化妆品市场或护肤品市场的终端零售额市场占有率及排名，公司与同行业可比上市公司**2025**年度的终端零售额市场占有率及排名对比情况如下：

企业排名	中国化妆品市场	中国护肤品市场

	市场占有率	全市场排名	国内企业市场排名	市场占有率	全市场排名	国内企业市场排名
珀莱雅	**2.5%**	**6**	1	**3.9%**	**4**	1
贝泰妮	**1.4%**	**12**	**5**	**2.4%**	**10**	**5**
丸美生物	**0.9%**	**16**	**8**	**1.4%**	**13**	**8**
水羊股份	0.1%	**100**	**64**	0.2%	**50**	**27**
植物医生	**0.7%**	21	**11**	**1.4%**	12	7
核心品牌排名	**中国化妆品市场**			**中国护肤品市场**		
	市场占有率	**全市场排名**	**国产品牌市场排名**	**市场占有率**	**全市场排名**	**国产品牌市场排名**
珀莱雅	**2.0%**	4	1	**3.8%**	**4**	1
贝泰妮	**1.3%**	**8**	4	**2.4%**	**9**	**5**
丸美生物	**0.7%**	**25**	**10**	**1.4%**	**15**	**8**
水羊股份	0.1%	**170**	**78**	0.2%	**72**	31
植物医生	**0.7%**	**23**	**9**	**1.4%**	**14**	7

注 1：上表中统计的珀莱雅核心本土品牌为“珀莱雅”，贝泰妮核心本土品牌为“薇诺娜”，丸美生物核心本土品牌为“丸美”，水羊股份核心本土品牌为“御泥坊”；

注 2：Euromonitor 统计终端零售额市场占有率及排名时仅统计自有品牌；

数据来源：Euromonitor

企业层面，在中国化妆品市场，公司市场占有率及排名与丸美生物较为接近，而在公司更加聚焦的护肤品市场，公司表现更加优越。

由于公司主要采取单品牌连锁经营模式，重点塑造“植物医生”单一品牌，而同行业可比上市公司普遍拥有多个化妆品品牌，因此在品牌层面，公司的市场占有率和排名更加靠前。

三、公司销售情况和主要客户

（一）报告期内主要产品的生产销售情况

1、主要产品的产能、产量和销量

报告期各期，公司主要产品产能、产量及销量情况如下：

项目		2025 年度	2024 年度	2023 年度
水乳膏霜	产能（吨）	**2,210.70**	2,338.07	2,037.55
	产量（吨）	**2,001.81**	2,246.46	1,956.53
	销量（吨）	**2,256.57**	2,175.00	1,897.84
	产能利用率	**90.55%**	96.08%	96.02%

项目		2025 年度	2024 年度	2023 年度
	产销率	**112.73%**	96.82%	97.00%
精华及精华油	产能（吨）	**123.21**	154.85	134.66
	产量（吨）	**101.73**	133.06	126.84
	销量（吨）	**120.73**	123.02	121.80
	产能利用率	**82.57%**	85.93%	94.19%
	产销率	**118.67%**	92.45%	96.03%
面膜	产能（吨）	**1,072.41**	1,077.12	626.08
	产量（吨）	**1,035.00**	953.67	488.70
	销量（吨）	**1,015.50**	922.49	397.28
	产能利用率	**96.51%**	88.54%	78.06%
	产销率	**98.12%**	96.73%	81.29%

注：上述产能、产量及销量为公司自有产能及自产产品的产量及销量，不包含委外加工部分

报告期内，公司产能利用率和产销率总体保持在较高水平。

水乳膏霜 2025 年产销率较高，主要系当期销售除消化当期产量外，还消化了部分前期库存所致，具有合理性。

精华及精华油类产品 2025 年产销率较高，亦主要系当期销售消化部分前期库存所致；同时，2024 年和 2025 年该类产品产能利用率相对较低，主要系随着精华及精华油产品更多通过 OEM 和 ODM 模式进行生产及销售，公司自主生产的精华及精华油产量有所下降所致。

报告期内，面膜的产能利用率和产销率总体呈上升趋势。2023 年，面膜的产能利用率相对较低，主要系公司当年对面膜生产设备进行改造，改造完成后初期设备调试阶段未批量生产产品所致；同时，当年面膜的产销率相对较低，主要系公司 2023 年下半年积极为 2024 年主推的面膜产品备产所致。

2、主营业务收入按产品分类

报告期各期，公司主营业务收入按产品分类情况参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“一、公司主营业务、主要产品及演变情况”之“（一）主营业务及主要产品情况”之“3、主营业务收入构成及特征”。

3、主营业务收入按销售模式分类

报告期各期，公司主营业务收入按销售模式分类情况参见本招股说明书“第

五节 业务与技术”之“一、公司主营业务、主要产品及演变情况”之“（二）主要经营模式”之“3、销售模式”。

4、销售价格变动情况

报告期各期，公司主要产品销售价格变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
水乳膏霜	**363.96**	370.42	382.38
精华及精华油	**2,085.23**	1,879.95	2,134.13
面膜	**87.63**	78.98	95.84

报告期内，受细分产品结构变动以及销售策略影响，公司主要产品销售价格有所波动，具体原因参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“八、经营成果分析”之“（一）营业收入及主营业务收入分析”之“2、主营业务收入分析”之“（1）分产品类型主营业务收入分析”。

（二）公司向前五大客户销售情况

报告期各期，公司向前五大客户销售金额及占主营业务收入的比例如下：

单位：万元

序号	2025 年度前五大客户	销售金额	占比
1	**北京京东世纪贸易有限公司**	**2,353.07**	**1.09%**
2	**杜伟**	**1,920.06**	**0.89%**
3	**黎小平**	**1,268.67**	**0.59%**
4	**代雪玉**	**1,130.92**	**0.52%**
5	**闵三艳**	**1,076.15**	**0.50%**
合计		**7,748.88**	**3.58%**
序号	**2024 年度前五大客户**	**销售金额**	**占比**
1	杜伟	1,885.11	0.87%
2	南浩	1,701.99	0.79%
3	代雪玉	1,216.24	0.56%
4	黎小平	1,028.72	0.48%
5	郑宇航	964.94	0.45%
合计		**6,797.00**	**3.15%**
序号	**2023 年度前五大客户**	**销售金额**	**占比**

1	北京京东世纪贸易有限公司	1,871.33	0.87%
2	杜伟	1,531.62	0.71%
3	湖州皓泽科技有限公司	1,324.94	0.62%
4	北京众和佳美商贸有限公司	1,047.95	0.49%
5	黎小平	1,007.03	0.47%
合计		**6,782.86**	**3.15%**

注 1：上表中，公司对杜伟的销售金额包括对其本人及其控制的四川志合盛商贸有限公司的销售金额；

注 2：上表中，公司对南浩的销售金额包括对其本人及其控制的毕方电子商务（西安）有限公司、天吴科技（西安）有限公司、西安珍品电子商务有限公司及重明科技（西安）有限公司的销售金额；

注 3：上表中，公司对湖州皓泽科技有限公司的销售金额包括对其本身及同一控制下北京凯荟信息技术有限公司的销售金额；

注 4：上表中向前五大客户销售收入不包含经销商本人作为终端客户在直营终端门店、小植商城或第三方电商平台向公司采购的产品金额

报告期各期，公司向前五大客户销售金额占主营业务收入的比例分别为 3.15%、3.15%和 **3.58%**，公司客户分布整体较为分散，不存在对单个客户销售占比超过 50%的情形，不构成对少数客户严重依赖。报告期内，公司不存在新增客户当年度即成为前五大客户的情形，公司前五大客户也均非公司关联方。

报告期内，公司前五大客户存在一定变化，一方面是因为，对于代雪玉、郑宇航、闵三艳等客户，其在不同年度根据下游需求、经营策略等会动态调整向公司采购金额，其排名也相应有所调整；另一方面是因为，对于南浩、湖州皓泽科技有限公司、北京众和佳美商贸有限公司等电商经销商，公司在不同年度给其授权的电商平台不同，与公司交易金额也相应有所变动，具有合理性。

四、公司采购情况和主要供应商

（一）公司原材料、能源及服务采购情况及价格变动趋势

公司采购的主要内容为包装材料、内容物原料和外协加工服务（含 OEM 和 ODM）等，报告期各期，具体采购情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
包装材料	**17,148.15**	**25.06%**	21,582.20	26.64%	19,733.84	26.28%
内容物原料	**12,514.47**	**18.29%**	14,444.63	17.83%	13,771.56	18.34%

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
ODM	**24,173.69**	**35.33%**	30,576.33	37.74%	29,133.31	38.80%
OEM	**8,807.51**	**12.87%**	8,632.32	10.65%	8,293.60	11.05%
宣传推广物料	**4,480.61**	**6.55%**	4,176.11	5.15%	2,506.52	3.34%
低值易耗品	**877.81**	**1.28%**	996.07	1.23%	977.78	1.30%
能源	**338.88**	**0.50%**	369.89	0.46%	367.23	0.49%
其他	**79.02**	**0.12%**	244.30	0.30%	301.50	0.40%
合计	**68,420.13**	**100.00%**	**81,021.85**	**100.00%**	**75,085.34**	**100.00%**

报告期各期，公司包装材料、内容物原料和外协加工服务合计采购占比均超过 90%，且各自采购占比较为稳定。

1、包装材料采购情况

（1）采购金额

报告期内，公司采购的包装材料主要包括外盖、玻璃瓶、塑料瓶、彩盒和泵头等，各期采购金额及占比如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外盖	**3,577.53**	**20.86%**	4,635.24	21.48%	4,119.94	20.88%
玻璃瓶	**3,108.72**	**18.13%**	3,675.83	17.03%	3,705.33	18.78%
塑料瓶	**2,414.88**	**14.08%**	3,297.75	15.28%	3,062.99	15.52%
彩盒	**2,004.87**	**11.69%**	2,547.09	11.80%	2,902.73	14.71%
泵头	**1,333.37**	**7.78%**	2,018.15	9.35%	1,785.66	9.05%
膜袋类	**1,064.10**	**6.21%**	1,272.87	5.90%	655.54	3.32%
纸箱	**432.33**	**2.52%**	626.93	2.90%	489.10	2.48%
软管	**583.76**	**3.40%**	586.21	2.72%	373.33	1.89%
纸板	**427.49**	**2.49%**	519.33	2.41%	430.56	2.18%
其他	**2,201.10**	**12.84%**	2,402.81	11.13%	2,208.65	11.19%
合计	**17,148.15**	**100.00%**	**21,582.20**	**100.00%**	**19,733.84**	**100.00%**

报告期各期，公司主要包装材料采购占比较为稳定，外盖、玻璃瓶、塑料瓶、彩盒和泵头采购占比合计**均超过 70%**。

（2）采购价格

报告期各期，上述主要包装材料采购数量及价格情况如下：

单位：万个、元/个

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	数量	价格	数量	价格	数量	价格
外盖	**2,314.74**	**1.55**	3,176.81	1.46	2,894.31	1.42
玻璃瓶	**1,164.21**	**2.67**	1,411.22	2.60	1,332.23	2.78
塑料瓶	**1,485.27**	**1.63**	1,915.02	1.72	2,099.04	1.46
彩盒	**2,609.37**	**0.77**	3,090.45	0.82	2,650.55	1.10
泵头	**936.16**	**1.42**	1,407.31	1.43	1,105.12	1.62

受具体产品规格尺寸影响，报告期各期，公司主要包装材料采购价格有所波动，具有合理性。

2、内容物原料采购情况

（1）采购金额

报告期内，公司采购的内容物原料按用途可划分为功能性活性成分、基质类原料和一般添加剂，各期采购金额及占比如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
功能性活性成分	**7,532.45**	**60.19%**	8,667.68	60.01%	7,457.27	54.15%
基质类原料	**3,352.61**	**26.79%**	3,529.71	24.44%	3,112.23	22.60%
一般添加剂	**1,629.41**	**13.02%**	2,247.24	15.56%	3,202.06	23.25%
合计	**12,514.47**	**100.00%**	**14,444.63**	**100.00%**	**13,771.56**	**100.00%**

报告期内，公司采购的功能性活性成分包括活性肽、石斛兰提取物等，各期采购金额分别为 7,457.27 万元、8,667.68 万元和 **7,532.45 万元**，占内容物原料采购金额的比例分别为 54.15%、60.01%和 **60.19%**。

2024 年，公司功能性活性成分采购金额及占比较 2023 年有所提高，主要系当期公司推出了“黑松露赋活新生”和“光甘草定”等系列产品，该等系列所使用的功能性活性成分采购单价较高，导致整体功能性活性成分采购金额上升。

2025 年，公司功能性活性成分采购占比与 2024 年较为接近。

报告期内，受产品升级换代、原料升级、产品销售策略调整等因素的影响，公司基质类原料各期采购占比相应小幅波动。

2024 年，公司一般添加剂采购金额及占比较 2023 年有所下降，2025 年一般添加剂采购**金额及**占比进一步下降，主要原因一方面为公司升级“防晒系列”产品配方，对采购单价较高的部分一般添加剂的采购有所减少；另一方面为公司加强成本管控，在不影响产品效果的前提下，通过调整产品配方减少使用部分价格较高的一般添加剂。

此外，2025 年公司积极优化库存结构，优先消耗原材料存货，带动了当年功能性活性成分、基质类原料和一般添加剂的采购金额均较 2024 年有所下降。

（2）采购价格

报告期各期，公司各类内容物原料采购数量及价格情况如下：

单位：吨、元/KG

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	数量	价格	数量	价格	数量	价格
功能性活性成分	**224.32**	**335.79**	224.52	386.06	228.90	325.79
基质类原料	**831.10**	**40.34**	961.09	36.73	781.05	39.85
一般添加剂	**106.21**	**153.41**	133.15	168.77	161.20	198.64

2024 年，公司功能性活性成分采购价格高于 2023 年；2024 年及 2025 年，公司一般添加剂采购价格低于 2023 年，具体原因参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“四、公司采购情况和主要供应商”之“（一）公司原材料、能源及服务采购情况及价格变动趋势”之“2、内容物原料采购情况”之“（1）采购金额”。

2025 年，公司功能性活性成分采购价格低于 2024 年，主要原因一方面为部分采购单价较高的功能性活性成分期初库存较多，公司当期以消耗期初库存为主，采购数量有所减少；另一方面为公司加强成本管控，在不影响产品效果的前提下，通过调整产品配方改为使用采购单价较低的功能性活性成分。

3、主要能源采购情况

公司生产过程中消耗的能源主要为电力、天然气和水。报告期各期，公司主要能源采购情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
电力（万度）	**323.72**	335.45	310.31
天然气（万立方米）	**13.65**	14.33	12.25
水（万吨）	**6.87**	9.25	7.23

报告期内，公司各类主要能源采购数量均有所变动，与公司的生产经营规模相匹配。**2025 年，公司水的采购数量较 2023 年及 2024 年有所减少，主要系 2024 年下半年公司在对工厂用水管道排查过程中发现并修复了个别漏水点。漏水点修复完成后，公司用水效率提升，水的采购及耗用量有所下降。**

（二）公司向前五大供应商采购情况

报告期各期，公司向前五大供应商采购金额及占比如下：

单位：万元

序号	2025 年度前五大供应商	采购金额	占比
1	**诺斯贝尔化妆品股份有限公司**	**18,630.00**	**27.23%**
2	**广州栋方生物科技股份有限公司**	**7,393.42**	**10.81%**
3	**江阴市红叶包装科技有限公司**	**2,391.18**	**3.49%**
4	**杭州三星工艺玻璃有限公司**	**2,378.21**	**3.48%**
5	**广州市坎达尔包装制品有限公司**	**1,452.92**	**2.12%**
合计		**32,245.74**	**47.13%**
序号	**2024 年度前五大供应商**	**采购金额**	**占比**
1	诺斯贝尔化妆品股份有限公司	23,156.00	28.58%
2	广州栋方生物科技股份有限公司	5,422.84	6.69%
3	江阴市红叶包装科技有限公司	3,085.03	3.81%
4	上海应硕包装制品有限公司	2,939.39	3.63%
5	杭州三星工艺玻璃有限公司	2,836.20	3.50%
合计		**37,439.45**	**46.21%**
序号	**2023 年度前五大供应商**	**采购金额**	**占比**
1	诺斯贝尔化妆品股份有限公司	23,580.13	31.40%
2	广州栋方生物科技股份有限公司	4,491.49	5.98%

3	上海应硕包装制品有限公司	3,275.15	4.36%
4	杭州三星工艺玻璃有限公司	2,674.54	3.56%
5	江阴市红叶包装科技有限公司	2,316.43	3.09%
合计		**36,337.74**	**48.40%**

报告期内，公司前五大供应商基本稳定，不存在向单个供应商的采购占比超过 50%的情形，不构成对少数供应商严重依赖。报告期内，公司不存在新增供应商当年度即成为前五大供应商的情形。

五、公司主要固定资产、无形资产等资源要素情况

（一）主要固定资产情况

截至 2025 年 12 月 31 日，公司固定资产情况如下：

单位：万元

类别	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值
机器设备	2,278.97	1,332.38	-	946.58
运输工具	1,336.34	1,150.96	-	185.38
电子设备	798.43	651.16	-	147.27
办公设备	219.81	169.54	-	50.28
合计	4,633.56	3,304.05	-	1,329.51

1、不动产所有权

截至 2026 年 2 月 28 日，公司及其子公司已取得不动产权证书的房屋情况如下：

序号	权利人	权证编号	坐落	共有宗地面积（m^2）	房屋建筑面积（m^2）	用途	权利期限（至）	权利性质	他项权利
1	北植科技	京（2020）门不动产权第 0010791 号	门头沟区新城东街 17 号院 4 号楼 1 层 145	25,684.33	86.10	商业/商业	2055.03.08	出让/商品房	无

2、租赁不动产

（1）境内租赁不动产

截至 2026 年 2 月 28 日，公司及其境内子公司所租赁的不动产共计 519 处，租赁面积合计 82,974.86 平方米，用途主要为生产车间及仓库、办公场所、员工

宿舍、经营门店及门店仓库等，具体情况如下：

序号	用途	项数（项）	面积（㎡）	占比
1	生产车间及仓库	2	32,564.06	**39.25%**
2	办公场所、员工宿舍	**38**	**9,473.04**	**11.42%**
3	经营门店及门店仓库	**479**	**40,937.76**	**49.34%**
合计		**519**	**82,974.86**	**100.00%**

1）生产车间及仓库

截至 **2026 年 2 月 28 日**，公司及其境内子公司租赁生产车间及仓库的情况如下：

序号	承租方	出租方	坐落	面积（m^2）	租赁期间	用途
1	广东植物医生	孙嘉洋	佛山市顺德区大良街道办事处五沙社区居民委员会顺番公路五沙路段 13 号之一	21,725.53	2020.12.01-2040.08.31	生产车间及仓库
2		何兆基、林嘉成、李甫年	佛山市顺德区大良街道办事处五沙社区居民委员会顺番公路五沙路段 13 号之二	10,838.53	2020.12.01-2025.08.31	
3		何兆基、林嘉成、王怡丁			2025.09.01-2040.08.31	

公司及其境内子公司所租赁的生产车间及仓库的出租方均为产权所有人或有权出租方，与相关主体签署的租赁合同符合有关法律、法规的规定，对合同双方均具有约束力，合法、有效。

公司子公司广东植物医生存在在上述租赁地块上扩建房屋建筑物的情形，该等扩建房屋建筑物未办理建设工程规划许可证并取得权属证书，该等房屋建筑物包括废弃物仓库、员工食堂等，合计约 600 平方米，约占广东植物医生所租赁物业总面积的 1.84%，占比较小。

上述房屋建筑物主要为生产经营辅助性用房，广东植物医生的生产经营对其不存在重大依赖。广东植物医生进行扩建事宜已事先取得出租方同意，且经保荐人及北京植德律师事务所访谈佛山市顺德区住房城乡建设和水务局工作人员，广东植物医生未因前述扩建房屋建筑物受到任何行政处罚，相关房屋建筑物可以继续使用。因此，该等未取得权属证书的房屋建筑物不会对公司的正常生产经营造

成重大不利影响。

2）办公场所、员工宿舍

截至 2026 年 2 月 28 日，公司及其境内子公司租赁办公场所、员工宿舍共 38 处，租赁面积为 9,473.04 平方米。公司及其境内子公司所租赁的办公场所、员工宿舍中，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、未办理租赁备案等租赁瑕疵，该等房屋瑕疵租赁面积占租赁总面积的 3.01%。

上述租赁房屋系公司及其境内子公司用于办公、员工宿舍，不属于核心生产经营场所，所占租赁总面积比例较小，且可替代性强。根据《中华人民共和国民法典》第七百二十三条规定：“因第三人主张权利，致使承租人不能对租赁物使用、收益的，承租人可以请求减少租金或者不支付租金”，因此，若因出租方对所出租房屋存在权利上的瑕疵而导致承租人发生损失的，公司可依据《中华人民共和国民法典》的有关规定向出租方主张相应权利。根据相关主管部门出具的合规证明，公司及其境内子公司报告期内未有因使用上述产权存在瑕疵的房屋而受到过住建部门的行政处罚，未导致经营活动受到重大不利影响或造成重大损失或产生重大纠纷的情形，亦不存在因租赁上述房屋被住建等相关主管部门要求拆迁、搬迁或收回的情形。

3）经营门店及门店仓库

截至 2026 年 2 月 28 日，公司及其境内子公司租赁经营门店及门店仓库共 479 处，租赁面积为 40,937.76 平方米。公司及其境内子公司所租赁的经营门店及门店仓库中，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、未办理租赁备案等租赁瑕疵，该等房屋瑕疵租赁面积占租赁总面积的 33.90%。

上述租赁房屋系公司直营门店用于销售及仓储，该等门店房屋租赁面积小、选择范围广、搬迁难度小、可替代性强；且大多在大型商超或者住宅底商等商业集中地，该等房屋因出租方未提供权属证明文件或转租等被拆迁或被收回而产生纠纷的可能性比较小，对公司整体经营影响较小。根据相关主管部门出具的合规证明，公司及其境内子公司报告期内未有因使用上述产权存在瑕疵的房屋而受到

过住建部门的行政处罚，未导致经营活动受到重大不利影响或造成重大损失或产生重大纠纷的情形，亦不存在因租赁上述房屋被住建等相关主管部门要求拆迁、搬迁或收回的情形。

上述租赁中还存在部分未办理租赁备案的情形。根据《中华人民共和国民法典》第七百零六条的规定，当事人未依照法律、行政法规规定办理租赁合同登记备案手续的，不影响合同的效力。因此，未办理租赁备案的租赁合同对合同双方均具有约束力，合法、有效。

对于上述瑕疵租赁及未办理租赁备案、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的情形，公司控股股东及实际控制人已出具承诺：

“若公司及其子公司因租赁物业未取得产权证书或未办理登记备案而受到房地产管理部门处罚，或物业租赁合同被认定为无效或者出现任何纠纷导致公司更换经营场所的，或因修建房屋、房屋产权等引起的纠纷、处罚的，本公司/本人将承担公司由此遭受的全部经济损失，保证公司不会因此遭受损失。”

综上，公司及其境内子公司所租赁房屋部分存在瑕疵、未办理租赁备案及少量房屋建筑物未办理建设工程规划许可证并取得权属证书的情形不构成本次发行的法律障碍。根据相关主管部门出具的合规证明，公司及其境内子公司报告期内未有因使用上述产权存在瑕疵的房屋而受到过住建部门的行政处罚，未导致经营活动受到重大不利影响或造成重大损失或产生重大纠纷的情形，亦不存在因租赁上述房屋被住建等相关主管部门要求拆迁、搬迁或收回的情形。公司控股股东及实际控制人已就上述租赁房产瑕疵及房屋产权瑕疵出具了兜底赔偿承诺。因此，上述租赁房产瑕疵及房屋产权瑕疵不会对公司生产经营产生重大不利影响。

（2）境外租赁不动产

截至 **2026 年 2 月 28 日**，公司境外子公司所租赁的不动产共计 10 处，租赁面积合计 614.09 平方米，用作直营门店和办公场所，具体情况如下：

序号	承租方	出租方	房屋坐落	租赁面积（㎡）	租赁期间	用途
1	植物医生（国际）	GFX CAPITAL LIMITED	香港九龙旺角道 33 号凯途发展大厦 19 楼 03 室	72.00	2025.08.15-2027.08.14	办公
2	植物医生（国际）	利拓发展有限公司/萬境有	香港九龙区旺角西洋菜南街 132 号	70.00	2025.10.01-2027.09.30	商铺

序号	承租方	出租方	房屋坐落	租赁面积（㎡）	租赁期间	用途
		限公司				
3	植物医生（国际）	领展物业有限公司	香港九龙黄大仙乐富广场 3 楼 3101 号铺	54.00	2025.09.25-2027.09.24	商铺
4	植物医生（国际）	族标有限公司	香港北角英皇道 560 号 U35A	45.00	2024.04.15-2027.4.14	商铺
5	植物医生（国际）	领展物业有限公司	香港新界上水彩园邨彩园广场 3 楼 R26 号商铺	22.00	**2026**.02.10-**2029**.02.09	商铺
6	植物医生（国际）	领展物业有限公司	香港九龙黄大仙正德街 103 号黄大仙中心南馆 117 号铺	66.00	2024.07.03-2027.07.02	商铺
7	日本植物医生	桑理和欣	大阪市中央区南船场 3 丁目 11 番 4 号	149.39	2019.08.01-2027.07.31	商铺
8	日本植物医生	田中秀典	大阪市中央区南船场 3 丁目 1-11	76.65	2021.05.10-**2027**.05.09	办公
9	汉方护肤	海渡美代子	东京都港区赤坂 3-2-7	59.05	2023.06.01-2027.05.31	办公
10	印尼植物医生	PT JAYA FORTUNA INVESTAMA	雅加达省西雅加达市 Grogol Petamburan 区 Tanjung Duren Selatan 街道 RT 000/RW000 第 28 地块 Letjend S. Parman 路 Soho Capital 大厦 3809 单元	/	2024.04-2034.04	办公

注：上表中第 10 项为 PT JAYA FORTUNA INVESTAMA 无偿提供给印尼植物医生作为注册地址及办公场所使用，未签署租赁合同

根据中国香港律师出具的法律意见书，**植物医生（国际）向利拓发展有限公司租赁的坐落于香港九龙区旺角西洋菜南街 132 号的商铺业主方于 2025 年 12 月 12 日变更登记为萬境有限公司，萬境有限公司是在该商铺租约签订后成为业主，则该租约对萬境有限公司具有约束力，萬境有限公司须承继在原租约下的业主地位；除上述商铺外，**植物医生（国际）**其他**租赁物业的出租方为登记在册的业主，拥有出租该等物业的权利；且实际用途与证载用途一致，未有收到相关主管部门处罚的情形；该等租契均有效，且均未超过三年，无需在土地注册处备案。

根据日本律师出具的法律意见书，日本植物医生上述租赁物业的出租方有权出租对象不动产，实际用途符合约定，不存在违反租赁合同的行为；租赁合同无需在官方机构进行备案等手续。

根据印尼律师出具的法律意见书，除前述无偿提供印尼植物医生使用外，印尼植物医生未签署任何租赁合同，亦不存在受到印度尼西亚相关部门行政处罚的情形。

（二）主要无形资产情况

1、商标

截至 2026 年 2 月 28 日，公司及其子公司共拥有境内注册商标 237 项、境外注册商标 34 项。具体情况参见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件六 其他与本次发行有关的重要文件”之“（一）公司及其子公司已取得的境内注册商标”和“（二）公司及其子公司已取得的境外注册商标”。

2、专利

截至 2026 年 2 月 28 日，公司及其子公司共拥有境内授权专利 221 项，其中发明专利 70 项、实用新型专利 39 项、外观设计专利 112 项；公司及其子公司共拥有境外授权专利 5 项，其中发明专利 3 项、实用新型专利 2 项。具体情况参见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件六 其他与本次发行有关的重要文件”之“（三）公司及其子公司已取得的境内专利”和“（四）公司及其子公司已取得的境外专利”。

3、著作权

截至 2026 年 2 月 28 日，公司及其子公司共拥有著作权 79 项，其中软件作品著作权 75 项、美术作品著作权 4 项，具体情况参见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件六 其他与本次发行有关的重要文件”之“（五）公司及其子公司已取得的著作权”。

（三）其他主要资源要素情况

1、化妆品生产许可证

公司子公司广东植物医生承担集团内化妆品生产职能，根据《化妆品监督管理条例》和《关于进一步做好当前化妆品许可有关工作的通知》，广东植物医生已取得相关生产经营许可，具体如下：

序号	持证人	许可证编号	生产许可项目	发证机关	有效期至
1	广东植物医生	粤妆 20160816	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#）注：#表示具备眼部用护肤类、婴儿和儿童	广东省药品监督管理局	2027-05-16

序号	持证人	许可证编号	生产许可项目	发证机关	有效期至
			用护肤类化妆品生产条件		

2、特殊化妆品注册证

根据《化妆品监督管理条例》，化妆品分为特殊化妆品和普通化妆品，其中特殊化妆品指用于染发、烫发、祛斑美白、防晒、防脱发的化妆品以及宣称新功效的化妆品，除特殊化妆品外其他化妆品为普通化妆品。国家对特殊化妆品实行注册管理，对普通化妆品实行备案管理。

截至 **2026 年 2 月 28 日**，公司及其子公司共取得《特殊化妆品注册证》**69** 项，具体情况参见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件六 其他与本次发行有关的重要文件”之“（六）公司及其子公司已取得的《特殊化妆品注册证》”。

3、非特殊用途化妆品备案

截至 **2026 年 2 月 28 日**，公司及其子公司共取得《非特殊用途化妆品备案凭证》**518** 项，具体情况参见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件六 其他与本次发行有关的重要文件”之“（七）公司及其子公司已取得的《非特殊用途化妆品备案凭证》”。

4、商业特许经营备案

北植科技已于 2008 年 10 月 16 日完成商业特许经营特许人备案，备案机关为中华人民共和国商务部，备案号为 0110200900800006。

截至 **2026 年 2 月 28 日**，北植科技上述商业特许经营特许人备案均在权利期限内，符合《商业特许经营管理条例》的有关规定。

5、公共场所卫生许可证

截至 **2026 年 2 月 28 日**，公司共有 **420** 家子公司、分公司（直营门店）持有《卫生许可证》，具体情况参见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件六 其他与本次发行有关的重要文件”之“（八）公司及其子公司、分公司已取得的《卫生许可证》”。

截至 **2026 年 2 月 28 日**，公司尚有 **27** 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》，公司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。

公司目前正持续为直营门店办理卫生许可证，公司的控股股东本多投资、实际控制人解勇已出具承诺，本多投资及解勇将督促公司及其子公司在开展应取得卫生许可证的相关业务时及时办理卫生许可证；若公司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公司由此遭受的全部经济损失，保证公司不会因此遭受损失。

6、其他主要资质

截至 2026 年 2 月 28 日，公司取得的其他主要资质具体如下：

序号	备案/持证人	备案/证书名称	备案号	经营种类	备案机关	有效期
1	北植科技	仅销售预包装食品备案	YB21102021834121	预包装食品、保健食品	北京市市场监督管理局	长期
2		跨境电子商务电商企业	/	/	中华人民共和国北京西城海关	2099-12-31
3		跨境电子商务平台企业	/	/		
4		境外跨境电商企业的境内代理人	/	/		
5		食品进口商	/	/		

（四）各要素与所提供产品或服务的内在联系

公司拥有的机器设备、运输工具、电子设备及办公设备直接运用于公司的日常生产经营，商标、专利等无形资产以及业务许可或资质对公司的生产经营具有重要的支撑作用，是公司技术成果、品牌形象、竞争优势等软实力的具体体现。报告期内，公司固定资产、无形资产及其他主要资源要素不存在重大瑕疵，不存在纠纷或潜在纠纷，不存在重大偿债风险，对公司持续经营不存在重大不利影响。

六、公司核心技术和研发情况

（一）主要核心技术

公司的主要核心技术及应用情况如下：

序号	技术名称	技术描述及对应专利情况	技术所处阶段	技术来源
1	石斛活性精萃关键技术及其产业化应用	立足我国生物医药大健康产业战略布局，深入发掘中国传统医药的精髓，系统开展了石斛生命策略、护肤功能成分发掘和原料加工等研发工作，获得了全新“石斛活性精萃”，为国产化妆品崛起提供了新思路： （1）以工业原料植物资源调查和发掘为契机，建立了“护肤植物科学数据库”，整合了植物资源和传统文化知识相关信息 12.5 万条。在中医药理论指导下，提出以铁皮石斛为核心原料，寻找高活性护肤功能物质的研发思路； （2）揭示了铁皮石斛将碳固定为可溶性多糖作为能量储存物质来抵御外界环境胁迫的生命策略，发现了较高水—水循环是其避免光强损伤的主要调控机制，进而利用植物化学等手段，确定了铁皮石斛多糖重复片段结构； （3）通过进一步药学实验，发掘高护肤活性石斛寡糖。同时，发现铁皮石斛富含的次生代谢产物同样具有高活性护肤作用。据此，创新了石斛活性精萃的原料生产工艺，并成功应用于植物医生石斛兰系列 74 个产品中。该项核心技术已申请发明专利 13 项	大批量生产	合作研发
2	石斛抗衰组合物配方 2.0	结合前期对铁皮石斛抗衰组合物提取的先导性研究，在先前石斛抗衰组合物 1.0 的研发基础上，继续创新生产技术，进一步发掘石斛兰护肤组合物的功效，最终实现铁皮石斛抗衰组合物更充分、更高效的应用。该项核心技术已申请发明专利 4 项	大批量生产	合作研发
3	促进角质更新的化妆品组合物制备技术	通过乳酸杆菌发酵石榴果产物提取分子量更小、更有利于软化角质，促进老旧角质细胞脱落的组合物，控制不同生产阶段温度、转速、用量、物料混合的时间和顺序进行筛选分析，从而可生产出稳定性高，效果显著的促进角质更新的化妆品组合物。该项核心技术已申请发明专利 1 项	大批量生产	自主研发
4	单双向阀真空包装技术	为保持内料的功效活性，系统性开展真空眼霜包装，特别是单双向阀真空包装的研发工作，揭露了单双向阀在保证容器中作用和运用机理，形成了单双向阀在真空包装中的结构，通过结合品牌形象，研发出具有品牌特色的，真空包装结构的眼霜包装。该项核心技术已申请实用新型专利 3 项	大批量生产	自主研发

（二）正在进行的研发项目及进展情况、拟达到目标

截至 2026 年 2 月 28 日，公司正在进行的主要研发项目情况如下：

序号	项目	进展情况	拟达到的目标
1	高山植物美白功效成分研究及系列产品开发	设计方案测试	（1）针对亚太消费者皮肤色斑、肤色不均等问题，研究具有美白护肤功能的基础护肤品，并进行消费者感官及体外测试。感官满意度整体达到 85%以上，体外测试美白功效有统计学显著性结果；

序号	项目	进展情况	拟达到的目标
			（2）项目相关核心技术发表国内期刊 15 篇，申请专利 12 项； （3）项目研发成功后，通过《化妆品安全技术规范》2015 版中相关测试指标，并实现产业化
2	**具有紧致、抗皱功效的紫皮石斛提取物原料开发与新原料申报**	**小规模试生产**	**（1）已完成了齿瓣石斛（紫皮石斛）茎提取物的制备和功效验证，并已于 2025 年 8 月完成齿瓣石斛茎提取物的化妆品新原料备案； （2）将齿瓣石斛茎提取物应用到不同剂型配方体系，进行合理搭配并制备相应的产品，相关产品通过安全性评价，人体测试有效，生产工艺稳定，通过《化妆品安全技术规范》2015 版中相关测试指标，完成产业化工艺储备； （3）项目相关核心技术申请专利 2 项**
3	蠕动泵在化妆品包装中的研发与应用	设计方案测试	（1）研究蠕动泵的特性及其在包材包装，特别是在眼霜、面霜等包材包装上的结构特点； （2）研究蠕动泵在眼霜、面霜这类粘稠度较高的流体材料（内料）中，其体积大小和阀门孔径、形状对流向、流量的配合影响，得出最佳形状与尺寸； （3）设计 1 款眼霜和 1 款面霜包材，该包材拥有优良的密封性和良好的使用体验感，符合人工力学要求

（三）研发投入情况

公司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，开展活性原料、产品配方、生产工艺、品质保证等多维度研发工作，报告期各期，公司研发投入金额分别为 7,587.63 万元、6,633.45 万元和 **5,969.03 万元**，占营业收入的比例分别为 3.53%、3.08%和 **2.75%**，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
研发投入	**5,969.03**	6,633.45	7,587.63
营业收入	**216,704.32**	215,571.71	215,108.84
占比	**2.75%**	3.08%	3.53%

（四）研发人员情况

公司建立了完善、规范的研发体系和研发流程，组建了专业的研发人员团队，报告期各期末，公司研发人员人数分别为 149 人、130 人和 **125 人**，具体情况如下：

单位：人

项目	2025-12-31	2024-12-31	2023-12-31
研发人员数量	**125**	130	149

项目	2025-12-31	2024-12-31	2023-12-31
员工总人数	**3,633**	3,535	3,576
研发人员占员工总人数的比例	**3.44%**	3.68%	4.17%

报告期各期末，公司研发人员数量略有下降，主要系公司持续优化研发流程，采用研发项目产品经理制，由公司研发人员统筹研发需求及研发过程管理，并将部分研发活动委托中国科学院昆明植物研究所等专业外部机构完成所致。

报告期各期末，公司研发人员学历分布情况如下：

单位：人

项目	2025-12-31		2024-12-31		2023-12-31	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比
博士	**2**	**1.60%**	2	1.54%	2	1.34%
硕士	**17**	**13.60%**	14	10.77%	17	11.41%
本科	**68**	**54.40%**	73	56.15%	89	59.73%
大专	**29**	**23.20%**	31	23.85%	32	21.48%
高中、中专及以下	**9**	**7.20%**	10	7.69%	9	6.04%
合计	**125**	**100.00%**	**130**	**100.00%**	**149**	**100.00%**

公司研发活动主要包括化妆品内料研发、包装研发、IT 研发等，对研发人员的理论知识、从业经验、实操水平等有较高要求。报告期各期末，公司研发人员中本科及以上人员占比在 70%左右，较好满足了公司的研发项目需求。

（五）合作研发情况

报告期内，公司主要与昆植所和江南大学开展合作研发，并分别共同组建了中科昆植植物医生研发中心和植物医生—江南大学中国化妆品原料成分研发基地。**2026 年 1 月，公司与中国药科大学展开合作，并共同组建了植物医生—中国药科大学美容健康研究中心。**报告期内，公司主要合作研发项目参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“一、公司主营业务、主要产品及演变情况”之“（二）主要经营模式”之“4、研发模式”。

（六）公司保持技术创新的机制、技术储备及技术创新安排

1、保持技术创新的机制

公司始终秉持“以消费者需求为核心驱动”的产品创新理念，围绕用户体验

持续开展技术研发与产品优化，逐步建立起科学高效的创新管理体系，确保技术成果持续产出与有效落地，为企业核心竞争力的提升提供有力支撑。

（1）构建标准化研发流程体系，推动高效产品迭代

依托多年研发与产品管理经验，公司已建立涵盖从需求调研到产品交付的全流程研发体系，主要包括：研发立项、确定技术方案、防腐挑战及稳定性测试、安全性与功效性评价、配方验证、小批量试产、试产总结、研发项目验收等多个关键环节。上述流程实现了从概念创意到商业化落地的清晰闭环，有效保障了各职能部门协同配合、职责明晰、执行高效。

同时，公司注重通过机制激励研发创新，设立研发人员专项考核与激励制度，将新品项目成果与绩效、荣誉、奖励直接挂钩，激发项目团队在新品创意、技术攻关与方案优化等方面的积极性与创造力，从而加速产品开发进程，提升新品成功率。

（2）强化用户反馈循环机制，确保产品紧贴市场需求

公司研发管理体系以消费者为核心，在产品开发各阶段持续嵌入用户视角，实现“消费者洞察—技术响应—市场验证”的闭环反馈机制。在立项初期，公司基于用户调研、竞品分析和销售数据提出产品方向和功能定位；在开发过程中，公司通过邀请代表性消费群体参与产品试用、开展满意度调查、追踪初期复购行为等方式，获取真实反馈并据此迭代产品配方与包装细节；产品上市后，公司通过线上线下渠道实时收集客户意见，及时响应并优化后续批次，持续提升产品体验与用户满意度。

该机制不仅有效增强了新品的市场适配度与用户接受度，也促进了企业在复杂市场环境中形成快速响应、持续优化的产品能力，进一步巩固了公司在技术创新中的“消费者导向”优势。

2、技术储备

公司的技术储备参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“六、公司核心技术和研发情况”之“（一）主要核心技术”。

3、技术创新安排

（1）积极推动技术成果转化

公司已形成重视技术创新的良好氛围，致力于不断提升技术研发实力，并通过奖励机制积极推动技术成果转化。公司制定了《研发创新奖励办法》，支持、鼓励、激励所有员工积极创新，对员工申报知识产权、企业科技或荣誉称号、联合申报政府科研项目、申报省级或国家科技进步奖等发放专项奖金，以不断增强企业的创新能力和可持续发展的能力。

（2）打造完善的研发人才梯队建设体系

公司重视研发人员的培养及储备，积极引进专业人才，打造了完善的研发人才梯队建设体系，公司研发团队中本科及以上人员占比在 70%左右。公司除了为研发团队制定了具有市场竞争力的薪酬结构以外，还对研发人员实施了合理完善的绩效考核方案和奖励机制，充分激发研发人员的潜能和创造性，以保障研发创新工作的高效开展。

七、公司安全生产与环境保护情况

（一）安全生产情况

公司各主要产品的生产过程均不涉及高危险作业工艺。公司自成立以来始终重视安全生产工作，建立了全面有效的安全生产管理体系，依据国家有关安全生产的政策法规，制定了《安全生产责任制度》，明确公司职能部门及各类人员的安全责任、权利和义务，确保公司生产经营活动顺利进行和持续发展。

报告期内，公司遵守国家有关安全生产方面的法律、法规和规章，未发生过重大安全生产事故，也不存在重大纠纷或处罚。截至本招股说明书签署日，公司安全生产管理制度运行良好，没有出现过重大安全隐患及安全事故，亦未受到过行政主管部门责令停业整顿及行政处罚，相关安全生产管理制度能够得到有效执行。

（二）环境保护情况

1、公司不属于重污染行业

公司主要从事高山植物护肤产品的研发、生产和销售，根据原环境保护部颁

布的《环境保护综合名录》（2021 年版），公司产品未被列入高污染、高环境风险产品名录。公司不属于重污染行业企业，生产工艺对环境的影响极小。

2、公司环境保护情况

公司高度重视环境污染防治工作，在生产过程中严格遵守国家及地方的环保法律法规。公司生产经营过程中产生的主要污染物包括废水、废气、固体废弃物和噪声等。公司根据国家及地方环境法规、一般行业环境管理标准，建立了《危险化学品管理制度》《用水管理制度》，严格贯彻落实环境保护规章制度，及时监测环保执行效果。

（1）生产经营中涉及环境污染的具体环节、主要污染物名称及排放量

公司生产经营中产生的主要污染物包括废水、废气、固体废弃物和噪声等。报告期内，公司主要污染物名称及排放量情况具体如下：

污染物类别		具体环节	污染物名称	排放量或排放浓度值	标准限值	是否超标排放
废水	清洗废水	生产设备清洗	悬浮物	**33mg/L**	≤400mg/L	否
			化学需氧量	474mg/L	≤500mg/L	否
			五日生化需氧量	130mg/L	≤300mg/L	否
			氨氮	25.69mg/L	未作限制	否
			阴离子表面活性剂	**0.084mg/L**	≤20mg/L	否
			挥发酚	0.18mg/L	≤2.0mg/L	否
			石油类	0.28mg/L	≤20mg/L	否
废气	研发部废气	实验室研发活动	总 VOCs	9.07mg/m³	≤30mg/m³	否
	质检部废气	质检活动	总 VOCs	8.07mg/m³	≤30mg/m³	否
	乳化车间废气	乳化工艺	总 VOCs	10.7mg/m³	≤30mg/m³	否
	油烟废气	食堂备餐	油烟	0.8mg/m³	≤2.0mg/m³	否
	锅炉废气	蒸汽制备	二氧化硫	**31mg/m³**	≤50mg/m³	否
			氮氧化物	111mg/m³	≤200mg/m³	否
			颗粒物	9.3mg/m³	≤20mg/m³	否
固体废弃物		员工生活办公、生产活动	一般固体废物	18.49 吨/年	未作限制	否
		生产活动	危险固体废物	**34.35 吨/年**	未作限制	否
噪声		生产活动	**厂内**噪声	81.3dB	≤85dB	否
		生产活动及交通	**厂界噪声**	**昼间 61.1dB**	**≤65dB**	**否**

注 1：废水、废气排放数据来源于广东产品质量监督检验研究院针对公司废水、废气排放出具的检测报告，广东产品质量监督检验研究院是广东省市场监督管理局属下的法定第三方检验检测认证机构，拥有广东省市场监督管理局颁发的《检验检测机构资质认定证书》等相关资质；

注 2：**厂内**噪声排放数据来源于广东众康检测技术有限公司和广东昱特技术服务有限公司针对公司包括噪声在内的各类职业病危害因素出具的检测报告，该等机构均拥有当地主管部门颁发的《职业卫生技术服务机构资质证书》，具有相关资质；**厂界噪声排放数据来源于广东产品质量监督检验研究院出具的检测报告；**

注 3：固体废弃物排放数据来源于公司固体废弃物处理台账及广东省固体废物云申报系统；

注 4：废水、废气、噪声排放数据在报告期内定期检测，上表中列示的排放数据为报告期内检测排放数据的最高值；固体废弃物排放数据为报告期内的年度最高值；

注 5：总 VOCs（Total Volatile Organic Compounds），即总挥发性有机化合物，是指常温下能够挥发成气体的各种有机化合物的统称，下同

为掌握上述主要污染物的排放状况及其对周边环境质量的影响情况，报告期内，公司定期委托第三方检测机构对厂区内主要污染物排放进行检测，检测结果均显示符合相关排放标准。

（2）主要处理设施及处理能力、环保设施实际运行情况

对于生产经营中产生的主要污染物，公司使用相应的环保设施予以处理，报告期内环保设施实际运行情况良好，具体情况如下：

污染物类别		污染物名称	环保设施及措施	处理能力	实际运行情况
废水	清洗废水	悬浮物	由自建污水处理站收集，经中和调节、混凝沉淀、厌氧、膜生物反应器处理等工序处理达标后，排入污水处理厂	最大处理量 30 吨/天，经处理后，符合《水污染物排放限值》（DB44/26-2001）第二类污染物最高允许排放浓度第二时段三级标准限值，达标排放	良好
		化学需氧量			
		五日生化需氧量			
		氨氮			
		阴离子表面活性剂			
		挥发酚			
		石油类			
废气	研发部废气	总 VOCs	通过废气排放口排放	实际排放值符合《家具制造行业挥发性有机化合物排放标准》（DB44/814-2010）排气筒 VOCs II 时段排放限值，达标排放	良好
	质检部废气	总 VOCs			
	乳化车间废气	总 VOCs			
	油烟废气	油烟	采用静电式油烟处理器处理后排放	最大处理量 90,000m³/天，经处理后符合《饮食业油烟排放标准（试行）》（GB18483-2001）油烟最高允许排放浓度限值，达标排放	良好
	锅炉废气	二氧化硫	通过废气排放口排放	实际排放值符合《锅炉大气污染物排放标准》（GB13271-2014）新建（燃气锅炉）最高允许排放浓度限值和烟气黑度限值，达标排放	良好
		氮氧化物			
		颗粒物			

污染物类别	污染物名称	环保设施及措施	处理能力	实际运行情况
固体废弃物	一般固体废物	暂存于仓库一般固废贮存处，定期交由第三方处理	一般固体废物最大储存量为3吨、危险固体废物最大储存量为14吨，公司在固体废弃物达到最大储存量前交由第三方处理，符合《一般工业固体废物贮存和填埋污染控制标准》（GB18599-2020）和《危险废物收集、贮存、运输技术规范》（HJ2025-2012）对固体废弃物的处理要求	良好
	危险固体废物	暂存于危险废物车间，定期交由具有资质的第三方处理		良好
噪声	噪声	通过隔音、基础减震、距离衰减等措施降低噪声的传播	采取降噪措施后，**厂内**噪声不高于85dB，符合《工作场所物理因素测量 第8部分：噪声》（GBZT 189.8-2007）的限值；**昼间厂界噪声不高于65dB，符合《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）3类标准排放限值要求**	良好

3、环保支出情况

公司所处行业不属于高污染行业，污染物排放较少且处置较为简单，无需高额环保支出。

报告期各期，公司的环保投入、环保相关成本费用情况具体如下：

单位：万元

项目	2025年度	2024年度	2023年度
环保投入	-	-	0.59
环保相关成本费用	**19.68**	17.94	13.62
合计	**19.68**	**17.94**	**14.21**

注：环保投入指公司在环保方面的资本性投入；环保相关成本费用指公司日常生产经营活动中为防治污染而发生的相关成本费用

报告期各期，公司环保相关投入及成本费用合计分别为14.21万元、17.94万元**和19.68万元**，其中：

报告期内，公司未进行大额环保投入，主要系公司已于2022年更新了污水压滤机和烟尘净化器等环保设备所致。相关环保设备更新后，公司的环保设备能够满足实际生产过程中的环保需求，故**报告期内**公司未进行其他大额环保投入。

报告期内，公司环保相关成本费用主要用于固体废弃物转运处置、污水处理耗材购买等，能够确保公司正常处理生产经营所产生的污染排放。

综上所述，公司的环保投入、环保相关成本费用与处理生产经营所产生的污染相匹配。

4、募投项目的环保措施和资金来源

公司本次募集资金投资项目所采取的环保措施参见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件五 募集资金具体运用情况”。

公司本次募集资金投资项目将根据实际产生的支出投入资金，募投项目所采取的环保措施的资金来源以自筹资金进行先期投入，募集资金到位后，将以募集资金置换先期投入的资金。

5、合法合规情况

报告期内，公司生产经营和募集资金投资项目符合国家和地方环境保护的要求，未发生环保事故或重大群体性的环保事件，未造成严重的环境危害后果，不存在因违反环境保护法规受到重大行政处罚的情况。

八、公司境外生产经营情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有 1 家于中国香港注册成立的公司植物医生（国际）有限公司；2 家于日本注册成立的公司，分别为日本植物医生株式会社、汉方护肤科学研究中心株式会社；1 家于印度尼西亚注册成立的公司 PT DOCTOR PLANT INDONESIA，具体情况参见本招股说明书“第十二节 附件”之“附件七 子公司、参股公司简要情况”。

第六节 财务会计信息与管理层分析

本节所引用的财务数据，非经特别说明，均引自经审计的公司财务报表及附注，或根据其中相关数据计算得出。公司提醒投资者，若欲对公司的财务状况、经营成果、现金流量及其会计政策等进行更详细的了解，应当认真阅读本招股说明书备查文件《财务报表及审计报告》。非经特别说明，本节所列数据均为合并口径。

一、财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2025-12-31	2024-12-31	2023-12-31
流动资产：			
货币资金	**208,547,411.31**	238,773,986.29	282,165,162.44
交易性金融资产	**1,047,453,556.90**	823,688,323.52	686,933,064.22
应收账款	**6,781,737.23**	996,271.01	1,093,060.45
预付款项	**26,362,227.93**	24,267,239.49	29,244,737.37
其他应收款	**59,050,513.38**	57,275,740.02	53,583,330.69
存货	**157,528,212.88**	223,281,893.55	192,054,961.58
一年内到期的非流动资产	**48,046,093.70**	21,102,904.11	-
其他流动资产	**11,067,663.59**	10,269,016.96	8,427,752.54
流动资产合计	**1,564,837,416.92**	**1,399,655,374.95**	**1,253,502,069.29**
非流动资产：			
债权投资	**-**	25,785,422.01	45,520,380.91
投资性房地产	**3,598,009.44**	3,851,386.56	4,104,763.68
固定资产	**13,295,094.67**	16,149,730.88	19,291,842.46
使用权资产	**331,520,231.55**	330,022,216.91	395,451,648.23
无形资产	**10,006.13**	12,138.55	15,398.72
长期待摊费用	**21,159,714.14**	19,451,820.06	27,653,714.41
递延所得税资产	**26,222,928.42**	28,826,158.56	27,346,693.84
其他非流动资产	**-**	1,204,545.32	-
非流动资产合计	**395,805,984.35**	**425,303,418.85**	**519,384,442.25**
资产总计	**1,960,643,401.27**	**1,824,958,793.80**	**1,772,886,511.54**

项目	2025-12-31	2024-12-31	2023-12-31
流动负债：			
应付账款	**271,654,869.83**	290,705,882.42	307,801,821.18
合同负债	**63,088,102.60**	52,474,477.91	49,836,010.79
应付职工薪酬	**55,308,786.48**	66,452,719.35	82,096,354.88
应交税费	**21,173,252.84**	29,260,375.84	32,506,039.89
其他应付款	**67,068,942.95**	63,976,233.92	73,555,126.53
一年内到期的非流动负债	**128,186,329.30**	124,833,183.07	142,781,218.50
其他流动负债	**4,503,526.35**	6,490,543.20	2,652,972.30
流动负债合计	**610,983,810.35**	**634,193,415.71**	**691,229,544.07**
非流动负债：			
租赁负债	**191,766,093.09**	186,516,064.10	227,432,027.67
递延所得税负债	**4,910.30**		
非流动负债合计	**191,771,003.39**	**186,516,064.10**	**227,432,027.67**
负债合计	**802,754,813.74**	**820,709,479.81**	**918,661,571.74**
所有者权益：			
股本	**80,000,000.00**	80,000,000.00	80,000,000.00
资本公积	**166,806,797.87**	150,428,305.72	142,363,592.46
其他综合收益	**-1,461,698.00**	-1,619,698.60	-2,080,249.54
盈余公积	**21,413,940.71**	12,469,785.16	1,662,137.89
未分配利润	**887,706,177.34**	758,836,089.60	626,643,679.15
归属于母公司股东权益合计	**1,154,465,217.92**	1,000,114,481.88	848,589,159.96
少数股东权益	**3,423,369.61**	4,134,832.11	5,635,779.84
所有者权益合计	**1,157,888,587.53**	**1,004,249,313.99**	**854,224,939.80**
负债和所有者权益总计	**1,960,643,401.27**	**1,824,958,793.80**	**1,772,886,511.54**

（二）合并利润表

单位：元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
一、营业总收入	**2,167,043,220.49**	**2,155,717,101.02**	**2,151,088,363.11**
减：营业成本	**850,746,703.25**	885,903,211.93	852,878,542.69
税金及附加	**14,700,792.34**	13,504,701.85	14,870,471.58
销售费用	**802,230,757.38**	743,150,551.44	739,239,000.81
管理费用	**177,388,684.21**	160,182,638.51	194,626,336.27

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
研发费用	**59,690,260.23**	66,334,497.28	75,876,283.67
财务费用	**18,039,460.16**	18,889,332.14	20,217,089.20
其中：利息费用	**13,528,454.59**	15,825,890.01	17,191,762.85
其中：利息收入	**569,815.86**	1,243,162.46	2,073,273.49
加：其他收益	**5,772,720.11**	6,754,223.66	6,459,044.81
投资收益（损失以“-”号填列）	**4,696,329.05**	5,985,152.07	8,105,454.44
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	**14,918,576.95**	15,680,275.70	9,473,224.66
信用减值损失（损失以“-”号填列）	**-1,731,864.64**	-648,047.71	-342,949.90
资产减值损失（损失以“-”号填列）	**-6,643,480.69**	-7,085,725.12	-6,684,250.30
资产处置收益（损失以“-”号填列）	**1,747,765.61**	1,448,318.20	1,652,244.95
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	**263,006,609.31**	**289,886,364.67**	**272,043,407.55**
加：营业外收入	**212,082.40**	206,933.02	481,401.52
减：营业外支出	**3,871,530.66**	2,914,735.15	1,686,834.81
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**259,347,161.05**	**287,178,562.54**	**270,837,974.26**
减：所得税费用	**42,218,643.04**	45,452,865.38	41,896,416.28
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	**217,128,518.01**	**241,725,697.16**	**228,941,557.98**
（一）按经营持续性分类			
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	**217,128,518.01**	241,725,697.16	228,941,557.98
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）		-	-
（二）按所有权归属分类			
1.归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）	**217,814,243.29**	243,000,057.72	229,707,309.41
2.少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	**-685,725.28**	-1,274,360.56	-765,751.43
五、其他综合收益的税后净额	**132,263.38**	**448,605.37**	**-541,388.94**
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	**158,000.60**	460,550.94	-541,388.94
（一）不能重分类进损益的其他综合收益		-	-
（二）将重分类进损益的其他综合收益	**158,000.60**	460,550.94	-541,388.94
其中：外币财务报表折算差额	**158,000.60**	460,550.94	-541,388.94

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	**-25,737.22**	-11,945.57	-
六、综合收益总额	**217,260,781.39**	**242,174,302.53**	**228,400,169.04**
（一）归属于母公司所有者的综合收益总额	**217,972,243.89**	243,460,608.66	229,165,920.47
（二）归属于少数股东的综合收益总额	**-711,462.50**	-1,286,306.13	-765,751.43
八、每股收益			
（一）基本每股收益（元/股）	**2.72**	3.04	2.87
（二）稀释每股收益（元/股）	**2.72**	3.04	2.87

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
一、经营活动产生的现金流量			
销售商品、提供劳务收到的现金	**2,378,531,639.14**	2,371,547,715.34	2,375,428,751.70
收到的税费返还	**662,787.29**	932,062.08	4,495,543.31
收到其他与经营活动有关的现金	**47,985,127.12**	37,183,844.09	53,572,359.15
经营活动现金流入小计	**2,427,179,553.55**	**2,409,663,621.51**	**2,433,496,654.16**
购买商品、接受劳务支付的现金	**859,157,594.08**	1,020,852,066.09	956,100,891.42
支付给职工以及为职工支付的现金	**475,826,648.59**	475,033,303.65	430,446,467.78
支付的各项税费	**178,351,360.86**	170,254,719.24	167,408,803.59
支付其他与经营活动有关的现金	**449,959,813.31**	362,237,821.80	378,055,011.14
经营活动现金流出小计	**1,963,295,416.84**	**2,028,377,910.78**	**1,932,011,173.93**
经营活动产生的现金流量净额	**463,884,136.71**	**381,285,710.73**	**501,485,480.23**
二、投资活动产生的现金流量			
收回投资所收到的现金	**1,579,000,000.00**	1,655,464,035.00	1,749,400,000.00
取得投资收益收到的现金	**11,921,571.71**	12,123,410.67	12,625,650.15
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	**424,589.00**	1,023,227.37	2,309,454.20
投资活动现金流入小计	**1,591,346,160.71**	**1,668,610,673.04**	**1,764,335,104.35**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	**15,527,593.16**	15,424,307.50	26,343,147.73

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
投资支付的现金	**1,796,229,666.67**	1,784,000,000.00	1,904,400,000.00
投资活动现金流出小计	**1,811,757,259.83**	1,799,424,307.50	1,930,743,147.73
投资活动产生的现金流量净额	**-220,411,099.12**	**-130,813,634.46**	**-166,408,043.38**
三、筹资活动产生的现金流量			
吸收投资收到的现金	**-**	380,457.00	-
筹资活动现金流入小计	**-**	**380,457.00**	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	**80,000,000.00**	100,600,000.00	1,500,000.00
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	**-**	600,000.00	1,500,000.00
支付其他与筹资活动有关的现金	**193,508,214.24**	194,485,144.13	252,151,673.29
筹资活动现金流出小计	**273,508,214.24**	**295,085,144.13**	**253,651,673.29**
筹资活动产生的现金流量净额	**-273,508,214.24**	**-294,704,687.13**	**-253,651,673.29**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-191,398.33**	**841,434.71**	**-3,667.97**
五、现金及现金等价物净增加额	**-30,226,574.98**	**-43,391,176.15**	**81,422,095.59**
加：期初现金及现金等价物余额	**238,773,986.29**	282,165,162.44	200,743,066.85
六、期末现金及现金等价物余额	**208,547,411.31**	**238,773,986.29**	**282,165,162.44**

二、审计意见及关键审计事项

（一）审计意见

北京德皓国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计了公司财务报表，包括**2025 年 12 月 31 日**、2024 年 12 月 31 日、2023 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，**2025 年度**、2024 年度、2023 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表以及相关财务报表附注。

北京德皓国际会计师事务所（特殊普通合伙）出具了标准无保留意见的《审计报告》（**德皓审字[2026]00002825 号**），认为公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了公司**2025 年 12 月 31 日**、2024 年 12 月 31 日、2023 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及**2025 年度**、2024 年度、2023 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。

（二）关键审计事项

1、收入确认

（1）事项描述

收入是公司关键业绩指标之一，存在管理层为达到特定目标或期望而操纵收入确认时点的固有风险，因此申报会计师将收入确认识别为关键审计事项。

（2）审计应对

1）了解与收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2）利用信息系统审计师的工作，对信息系统一般控制和与收入确认相关的应用控制进行测试；

3）了解公司各类销售业务模式，检查主要客户的销售合同及订单，评价收入确认会计政策是否符合企业会计准则的规定；

4）针对各类不同的销售业务实施细节测试，抽查收入确认相关的支持性文件（包括合同、销售出库单、物流单据、结算单、签收单等）；

5）了解公司的返利政策、获取返利明细表等资料，对返利数据进行复核及测算，检查返利计提是否充分合理、会计处理是否符合会计准则的规定；

6）执行分析性复核程序，对销售收入及毛利率变动的合理性进行分析，识别是否存在重大或异常波动，并查明波动原因；

7）针对资产负债表日前后记录的收入交易进行截止测试，评价相关收入是否已记录于恰当的会计期间；

8）选择主要客户函证交易额和往来余额、选取主要客户进行实地走访并对走访门店的存货抽样盘点，核实收入和往来款余额是否准确；

9）检查与收入相关的信息是否已在财务报表中作出恰当的列报和披露。

2、存货余额及其跌价准备

（1）事项描述

公司期末存货账面价值较大，且属于更新换代较快的快速消费品，可能存在

滞销和跌价准备计提不充分的风险。公司存货跌价准备采用可变现净值与成本孰低的方法计提。由于存货金额重大，且存货可变现净值的确定涉及管理层的判断。因此，申报会计师将存货余额及其跌价准备作为关键审计事项。

（2）审计应对

1）了解与存货可变现净值相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2）对存货实施监盘，检查存货的数量、状况及有效期等；

3）获取存货年末库龄明细，结合产品的有效期、存货周转情况等，对库龄较长的存货进行分析性复核，了解存货库龄较长的原因，分析存货跌价准备是否充分；

4）获取存货跌价准备明细表，了解跌价准备计算方法是否按相关会计政策执行，参照同行业可比公司，评价管理层作出的与存货跌价准备有关的会计估计的假设的合理性，并对存货的跌价准备进行了重新测算；

5）检查与存货可变现净值相关的信息是否已在财务报表中作出恰当披露。

（三）重要性标准确定方法和选择依据

项目	重要性标准
重要的单项计提坏账准备的应收款项	单项金额超过 500 万元
本期重要的应收款项核销	单项金额超过 500 万元
账龄超过 1 年的重要应付账款	单项金额超过 500 万元
账龄超过 1 年的重要其他应付款	单项金额超过 500 万元
重要的非全资子公司	子公司净资产占公司净资产 5%以上或单个子公司少数股东权益占公司净资产的 2%
重要的投资活动项目	单项金额超过 5,000 万元

三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

1、财务报表的编制基础

公司根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和具体企业会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其

他相关规定（以下合称“企业会计准则”）进行确认和计量，在此基础上，结合中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》（2023 年修订）的规定，编制财务报表。

2、持续经营

公司对报告期末起 12 个月的持续经营能力进行了评价，未发现对持续经营能力产生重大怀疑的事项或情况。因此，财务报表系在持续经营假设的基础上编制。

3、记账基础和计价原则

公司会计核算以权责发生制为记账基础。除交易性金融资产等以公允价值计量外，财务报表以历史成本作为计量基础。资产如果发生减值，则按照相关规定计提相应的减值准备。

（二）合并财务报表范围

报告期各期，公司纳入合并报表范围的子公司情况如下：

序号	主体	2025 年度	2024 年度	2023 年度
1	北京植物医生生物科技有限公司	**是**	是	是
2	明弘科技（北京）有限公司	**是**	是	是
3	植物医生（广东）生物科技有限公司	**是**	是	是
4	北京美丽动力电子商务有限公司	**是**	是	是
5	植物医生电子商务（西安）有限公司	**是**	是	-
6	北京明弘靓肤化妆品有限公司	**是**	是	是
7	山西植物医生化妆品有限公司	**是**	是	是
8	辽宁植物医生化妆品有限公司	**是**	是	是
9	湖北植物医生化妆品有限公司	**是**	是	是
10	上海京町化妆品有限公司	**是**	是	是
11	四川植物医生化妆品有限公司	**是**	是	是
12	陕西植物医生化妆品有限公司	**是**	是	是
13	安徽植物医生化妆品有限公司	**是**	是	是
14	江苏明弘靓肤化妆品有限公司	**是**	是	是
15	河北植物医生化妆品有限公司	**是**	是	是
16	湖南植物医生化妆品有限公司	**是**	是	是

序号	主体	2025 年度	2024 年度	2023 年度
17	宁夏植物医生化妆品有限公司	**是**	是	是
18	深圳市海盛实业有限公司	**是**	是	是
19	佛山植物医生化妆品有限公司	**是**	是	是
20	云南洱黛化妆品有限公司	**是**	是	是
21	昆明佩蕊化妆品有限公司	**是**	是	是
22	昆明悦瑾化妆品有限公司	**是**	是	是
23	昆明薛荔化妆品有限公司	**是**	是	是
24	昆明悦植化妆品有限公司	**是**	是	是
25	昆明珠曼化妆品有限公司	**是**	是	是
26	昆明瑶薇化妆品有限公司	**是**	是	是
27	昆明娴姝化妆品有限公司	**是**	是	是
28	昆明梦茹化妆品有限公司	**是**	是	是
29	云南植物医生化妆品有限公司	**是**	是	是
30	昆明悦婷化妆品有限公司	**是**	是	是
31	昆明灵菡化妆品有限公司	**-**	是	是
32	昆明亦璇化妆品有限公司	**-**	是	是
33	昆明慕悦化妆品有限公司	**-**	是	是
34	昆明妙菡化妆品有限公司	**-**	是	是
35	昆明苓卉化妆品有限公司	**-**	-	是
36	昆明燕晓化妆品有限公司	**-**	-	是
37	昆明夏萱化妆品有限公司	**-**	-	是
38	昆明诗莲化妆品有限公司	**-**	-	是
39	昆明晴飒化妆品有限公司	**-**	-	是
40	广西植物医生化妆品有限公司	**是**	是	是
41	贵州植物医生化妆品有限公司	**是**	是	是
42	贵阳燕婉化妆品有限公司	**是**	是	是
43	贵阳舜英化妆品有限公司	**是**	是	是
44	贵州美盼化妆品有限公司	**-**	是	是
45	贵阳婉玥化妆品有限公司	**是**	是	是
46	贵阳洵美化妆品有限公司	**-**	-	是
47	江西高植美肌化妆品有限公司	**是**	是	是
48	山东植物医生化妆品有限公司	**是**	是	是
49	浙江明弘靓肤化妆品有限公司	**是**	是	是

序号	主体	2025 年度	2024 年度	2023 年度
50	重庆植物医生化妆品有限公司	**是**	是	是
51	植物医生（国际）有限公司	**是**	是	是
52	日本植物医生株式会社	**是**	是	是
53	汉方护肤科学研究中心株式会社	**是**	是	是
54	河南明弘靓肤化妆品有限公司	**是**	是	是
55	新疆植物医生化妆品有限公司	**是**	是	是
56	苏州明弘靓肤化妆品有限公司	**是**	是	是
57	PT DOCTOR PLANT INDONESIA	**是**	是	-
58	**云南中科昆植植物医生研发中心有限公司**	**是**	**-**	**-**

（三）合并报表范围变化情况

2023 年，公司设立子公司苏州明弘靓肤化妆品有限公司，该公司当年纳入合并报表范围。同年，公司决定注销贵阳洵美化妆品有限公司、昆明苓卉化妆品有限公司、昆明燕晓化妆品有限公司、昆明夏萱化妆品有限公司、昆明诗莲化妆品有限公司和昆明晴飒化妆品有限公司，上述子公司不再纳入合并报表范围。

2024 年，公司设立子公司植物医生电子商务（西安）有限公司和 PT DOCTOR PLANT INDONESIA，上述子公司于当年纳入合并报表范围。同年，公司决定注销昆明灵菡化妆品有限公司、昆明亦璇化妆品有限公司、昆明慕悦化妆品有限公司、贵州美盼化妆品有限公司和昆明妙菡化妆品有限公司，上述子公司不再纳入合并报表范围。

2025 年，公司设立子公司云南中科昆植植物医生研发中心有限公司，该公司当年纳入合并报表范围。同年，公司决定注销昆明梦茹化妆品有限公司、昆明悦婷化妆品有限公司，上述子公司不再纳入合并报表范围。

四、重要会计政策和会计估计

（一）收入

1、收入确认的一般原则

公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务控制权时，按照分摊至该项履约义务的交易价格确认收入。

履约义务，是指合同中公司向客户转让可明确区分商品或服务的承诺。

取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

公司在合同开始日即对合同进行评估，识别该合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是某一时点履行。满足下列条件之一的，属于在某一时间段内履行的履约义务，公司按照履约进度，在一段时间内确认收入：（1）客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益；（2）客户能够控制公司履约过程中在建的商品；（3）公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。否则，公司在客户取得相关商品或服务控制权的时点确认收入。

对于在某一时段内履行的履约义务，公司根据商品和劳务的性质，采用投入法确定恰当的履约进度。产出法是根据已转移给客户的商品对于客户的价值确定履约进度（投入法是根据公司为履行履约义务的投入确定履约进度）。当履约进度不能合理确定时，公司已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

2、收入确认的具体方法

公司在不同销售模式和销售渠道下的收入确认具体方法如下：

类型	销售渠道	收入确认政策
经销	授权专卖店（线下门店）	公司在将产品交付给客户或者客户指定的接收方后确认收入
	授权专卖店（小植商城）	经销商通过公司小植商城销售产品并由公司一件代发的模式下：消费者在小植商城下单后，由公司代经销商发出货物，消费者收到货物，公司收到货款时确认收入
	经销电商平台	公司在产品交付给客户或者客户指定的接收方、客户或者客户指定的接收方签收后确认收入
直营	直营终端门店（线下门店）	公司将商品交付给线下消费者并收到消费者款项时确认收入
	直营终端门店（小植商城）	公司通过小植商城直接销售。消费者将货款支付至第三方通联支付平台，公司发货后消费者收到货物，公司收到货款时确认收入
	直营电商平台	通过互联网平台直接销售。消费者将货款支付至互联网支付平台，公司发货后经消费者确认收货，公司收到货款时确认收入

3、特定交易的收入处理原则

（1）附有销售退回条款的合同

在客户取得相关商品控制权时，按照因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额（即不包含预期因销售退回将退还的金额）确认收入，按照预期因销售退回将退还的金额确认负债。

销售商品时预期将退回商品的账面价值，扣除收回该商品预计发生的成本（包括退回商品的价值减损）后的余额，在“应收退货成本”项下核算。

（2）附有质量保证条款的合同

评估该质量保证是否在向客户保证所销售商品符合既定标准之外提供了一项单独的服务。公司提供额外服务的，则作为单项履约义务，按照收入准则规定进行会计处理；否则，质量保证责任按照或有事项的会计准则规定进行会计处理。

（3）附有客户额外购买选择权的销售合同

公司评估该选择权是否向客户提供了一项重大权利。提供重大权利的，则作为单项履约义务，将交易价格分摊至该履约义务，在客户未来行使购买选择权取得相关商品控制权时，或者该选择权失效时，确认相应的收入。客户额外购买选择权的单独售价无法直接观察的，则综合考虑客户行使和不行使该选择权所能获得的折扣的差异、客户行使该选择权的可能性等全部相关信息后，予以合理估计。

（4）向客户授予知识产权许可的合同

评估该知识产权许可是否构成单项履约义务，构成单项履约义务的，则进一步确定其是在某一时段内履行还是在某一时点履行。向客户授予知识产权许可，并约定按客户实际销售或使用情况收取特许权使用费的，则在下列两项孰晚的时点确认收入：客户后续销售或使用行为实际发生；公司履行相关履约义务。

（5）售后回购

1）因与客户的远期安排而负有回购义务的合同：这种情况下客户在销售时点并未取得相关商品控制权，因此作为租赁交易或融资交易进行相应的会计处理。其中，回购价格低于原售价的视为租赁交易，按照企业会计准则对租赁的相关规定进行会计处理；回购价格不低于原售价的视为融资交易，在收到客户款项时确

认金融负债，并将该款项和回购价格的差额在回购期间内确认为利息费用等。公司到期未行使回购权利的，则在该回购权利到期时终止确认金融负债，同时确认收入。

2）应客户要求产生的回购义务的合同：经评估客户具有重大经济动因的，将售后回购作为租赁交易或融资交易，按照本条 1）规定进行会计处理；否则将其作为附有销售退回条款的销售交易进行处理。

（6）向客户收取无需退回的初始费的合同

在合同开始（或接近合同开始）日向客户收取的无需退回的初始费应当计入交易价格。公司经评估，该初始费与向客户转让已承诺的商品相关，并且该商品构成单项履约义务的，则在转让该商品时，按照分摊至该商品的交易价格确认收入；该初始费与向客户转让已承诺的商品相关，但该商品不构成单项履约义务的，则在包含该商品的单项履约义务履行时，按照分摊至该单项履约义务的交易价格确认收入；该初始费与向客户转让已承诺的商品不相关的，该初始费则作为未来将转让商品的预收款，在未来转让该商品时确认为收入。

（二）现金及现金等价物的确定标准

在编制现金流量表时，将公司库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金。将同时具备期限短（一般从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额的现金、价值变动风险很小四个条件的投资，确定为现金等价物。

（三）外币业务和外币报表折算

1、外币业务

外币业务交易在初始确认时，采用交易发生日的即期汇率作为折算汇率折合成人民币记账。

资产负债表日，外币货币性项目按资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理外，均计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其记账本位币金额。

以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，

由此产生折算后的汇兑记账本位币金额与原记账本位币金额的差额，作为公允价值变动损益（含汇率变动）处理，计入当期损益或确认为其他综合收益。

2、外币财务报表的折算

资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。利润表中的收入和费用项目，采用当期平均汇率折算。按照上述折算产生的外币财务报表折算差额计入其他综合收益。

处置境外经营时，将资产负债表中其他综合收益项目中列示的、与该境外经营相关的外币财务报表折算差额，自其他综合收益项目转入处置当期损益；在处置部分股权投资或其他原因导致持有境外经营权益比例降低但不丧失对境外经营控制权时，与该境外经营处置部分相关的外币报表折算差额将归属于少数股东权益，不转入当期损益。在处置境外经营为联营企业或合营企业的部分股权时，与该境外经营相关的外币报表折算差额，按处置该境外经营的比例转入处置当期损益。

（四）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、分步实现企业合并过程中的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理

（1）这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；

（2）这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；

（3）一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；

（4）一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

2、同一控制下的企业合并

公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方资产、负债（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉）在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。在合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

如果存在或有对价并需要确认预计负债或资产，该预计负债或资产金额与后续或有对价结算金额的差额，调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积不足的，调整留存收益。

对于通过多次交易最终实现企业合并的，属于一揽子交易的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理；不属于一揽子交易的，在取得控制权日，长期股权投资初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。对于合并日之前持有的股权投资，因采用权益法核算或金融工具确认和计量准则核算而确认的其他综合收益，暂不进行会计处理，直至处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理；因采用权益法核算而确认的被投资单位净资产中除净损益、其他综合收益和利润分配以外的所有者权益其他变动，暂不进行会计处理，直至处置该项投资时转入当期损益。

3、非同一控制下的企业合并

购买日是指公司实际取得对被购买方控制权的日期，即被购买方的净资产或生产经营决策的控制权转移给公司的日期。同时满足下列条件时，公司一般认为实现了控制权的转移：

（1）企业合并合同或协议已获公司内部权力机构通过。

（2）企业合并事项需要经过国家有关主管部门审批的，已获得批准。

（3）已办理了必要的财产权转移手续。

（4）公司已支付了合并价款的大部分，并且有能力、有计划支付剩余款项。

（5）公司实际上已经控制了被购买方的财务和经营政策，并享有相应的利益、承担相应的风险。

公司在购买日对作为企业合并对价付出的资产、发生或承担的负债按照公允价值计量，公允价值与其账面价值的差额，计入当期损益。

公司对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值

份额的差额，经复核后，计入当期损益。

通过多次交换交易分步实现的非同一控制下企业合并，属于一揽子交易的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理；不属于一揽子交易的，合并日之前持有的股权投资采用权益法核算的，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本；购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。合并日之前持有的股权投资采用金融工具确认和计量准则核算的，以该股权投资在合并日的公允价值加上新增投资成本之和，作为合并日的初始投资成本。原持有股权的公允价值与账面价值之间的差额以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动应全部转入合并日当期的投资收益。

4、为合并发生的相关费用

为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他直接相关费用，于发生时计入当期损益；为企业合并而发行权益性证券的交易费用，可直接归属于权益性交易的从权益中扣减。

（五）控制的判断标准和合并财务报表的编制方法

1、控制的判断标准

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定。控制，是指公司拥有对被投资单位的权力，通过参与被投资单位的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资单位的权力影响其回报金额。当相关事实和情况的变化导致对控制定义所涉及的相关要素发生变化时，公司将进行重新评估。

在判断是否将结构化主体纳入合并范围时，公司综合所有事实和情况，包括评估结构化主体设立目的和设计、识别可变回报的类型、通过参与其相关活动是否承担了部分或全部的回报可变性等的基础上评估是否控制该结构化主体。

2、合并范围

公司合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，所有子公司（包括公司所控制的单独主体）均纳入合并财务报表。

3、合并程序

公司以自身和各子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，编制合并财务报表。公司编制合并财务报表，将整个企业集团视为一个会计主体，依据相关企业会计准则的确认、计量和列报要求，按照统一的会计政策，反映本企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。

所有纳入合并财务报表合并范围的子公司所采用的会计政策、会计期间与公司一致，如子公司采用的会计政策、会计期间与公司不一致的，在编制合并财务报表时，按公司的会计政策、会计期间进行必要的调整。

合并财务报表时抵销公司与各子公司、各子公司相互之间发生的内部交易对合并资产负债表、合并利润表、合并现金流量表、合并股东权益变动表的影响。如果站在企业集团合并财务报表角度与以公司或子公司为会计主体对同一交易的认定不同时，从企业集团的角度对该交易予以调整。

子公司所有者权益、当期净损益和当期综合收益中属于少数股东的份额分别在合并资产负债表中所有者权益项目下、合并利润表中净利润项目下和综合收益总额项目下单独列示。子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有份额而形成的余额，冲减少数股东权益。

对于同一控制下企业合并取得的子公司，以其资产、负债（包括最终控制方收购该子公司而形成的商誉）在最终控制方财务报表中的账面价值为基础对其财务报表进行调整。

对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整

（1）增加子公司或业务

在报告期内，若因同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则调整合并资产负债表的期初数；将子公司或业务合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；将子公司或业务合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资方实施控制的，视同参与合并的各方在最终控制方开始控制时即以目前的状态存在进行调整。在取得被合并方控制权之前持有的股权投资，在取得原股权之日与合并方和被合并方同处于同一控制之日孰晚日起至合并日之间已确认有关损益、其他综合收益以及其他净资产变动，分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

在报告期内，若因非同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则不调整合并资产负债表期初数；将该子公司或业务自购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司或业务自购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资方实施控制的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，公司按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益。购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益以及除净损益、其他综合收益和利润分配之外的其他所有者权益变动的，与其相关的其他综合收益、其他所有者权益变动转为购买日所属当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

（2）处置子公司或业务

1）一般处理方法

在报告期内，公司处置子公司或业务，则该子公司或业务期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司或业务期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对被投资方控制权时，对于处置后的剩余股权投资，公司按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额与商誉之和的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益或除净损益、其他综合收益及利润分配之外的其他所有者权益变动，在丧失控制权时转为当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其

他综合收益除外。

2）分步处置子公司

通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的，处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

A、这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；

B、这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；

C、一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；

D、一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，公司将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易不属于一揽子交易的，在丧失控制权之前，按不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资的相关政策进行会计处理；在丧失控制权时，按处置子公司一般处理方法进行会计处理。

（3）购买子公司少数股权

公司因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日（或合并日）开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

（4）不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资

在不丧失控制权的情况下因部分处置对子公司的长期股权投资而取得的处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

（六）合营安排分类及共同经营会计处理方法

1、合营安排的分类

公司根据合营安排的结构、法律形式以及合营安排中约定的条款、其他相关事实和情况等因素，将合营安排分为共同经营和合营企业。

未通过单独主体达成的合营安排，划分为共同经营；通过单独主体达成的合营安排，通常划分为合营企业；但有确凿证据表明满足下列任一条件并且符合相关法律法规规定的合营安排划分为共同经营：

（1）合营安排的法律形式表明，合营方对该安排中的相关资产和负债分别享有权利和承担义务。

（2）合营安排的合同条款约定，合营方对该安排中的相关资产和负债分别享有权利和承担义务。

（3）其他相关事实和情况表明，合营方对该安排中的相关资产和负债分别享有权利和承担义务，如合营方享有与合营安排相关的几乎所有产出，并且该安排中负债的清偿持续依赖于合营方的支持。

2、共同经营会计处理方法

公司确认共同经营中利益份额中与公司相关的下列项目，并按照相关企业会计准则的规定进行会计处理：

（1）确认单独所持有的资产，以及按其份额确认共同持有的资产；

（2）确认单独所承担的负债，以及按其份额确认共同承担的负债；

（3）确认出售其享有的共同经营产出份额所产生的收入；

（4）按其份额确认共同经营因出售产出所产生的收入；

（5）确认单独所发生的费用，以及按其份额确认共同经营发生的费用。

公司向共同经营投出或出售资产等（该资产构成业务的除外），在该资产等由共同经营出售给第三方之前，仅确认因该交易产生的损益中归属于共同经营其他参与方的部分。投出或出售的资产发生符合《企业会计准则第 8 号——资产减值》等规定的资产减值损失的，公司全额确认该损失。

公司自共同经营购买资产等（该资产构成业务的除外），在将该资产等出售给第三方之前，仅确认因该交易产生的损益中归属于共同经营其他参与方的部分。购入的资产发生符合《企业会计准则第 8 号——资产减值》等规定的资产减值损失的，公司按承担的份额确认该部分损失。

公司对共同经营不享有共同控制，如果公司享有该共同经营相关资产且承担该共同经营相关负债的，仍按上述原则进行会计处理，否则，应当按照相关企业会计准则的规定进行会计处理。

（七）金融工具

公司在成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

实际利率法是指计算金融资产或金融负债的摊余成本以及将利息收入或利息费用分摊计入各会计期间的方法。

实际利率，是指将金融资产或金融负债在预计存续期的估计未来现金流量，折现为该金融资产账面余额或该金融负债摊余成本所使用的利率。在确定实际利率时，在考虑金融资产或金融负债所有合同条款（如提前还款、展期、看涨期权或其他类似期权等）的基础上估计预期现金流量，但不考虑预期信用损失。

金融资产或金融负债的摊余成本是以该金融资产或金融负债的初始确认金额扣除已偿还的本金，加上或减去采用实际利率法将该初始确认金额与到期日金额之间的差额进行摊销形成的累计摊销额，再扣除累计计提的损失准备（仅适用于金融资产）。

1、金融资产的分类、确认和计量

公司根据所管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，将金融资产划分为以下三类：

（1）以摊余成本计量的金融资产；

（2）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产；

（3）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融资产在初始确认时以公允价值计量，但是因销售商品或提供服务等产生的应收账款或应收票据未包含重大融资成分或不考虑不超过一年的融资成分的，

按照交易价格进行初始计量。

对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益，其他类别的金融资产相关交易费用计入其初始确认金额。

金融资产的后续计量取决于其分类，当且仅当公司改变管理金融资产的业务模式时，才对所有受影响的相关金融资产进行重分类。

（1）分类为以摊余成本计量的金融资产

金融资产的合同条款规定在特定日期产生的现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付，且管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标，则公司将该金融资产分类为以摊余成本计量的金融资产。公司分类为以摊余成本计量的金融资产包括货币资金、应收账款、其他应收款和债权投资等。

公司对此类金融资产采用实际利率法确认利息收入，按摊余成本进行后续计量，其发生减值时或终止确认、修改产生的利得或损失，计入当期损益。除下列情况外，公司根据金融资产账面余额乘以实际利率计算确定利息收入：

1）对于购入或源生的已发生信用减值的金融资产，公司自初始确认起，按照该金融资产的摊余成本和经信用调整的实际利率计算确定其利息收入。

2）对于购入或源生的未发生信用减值、但在后续期间成为已发生信用减值的金融资产，公司在后续期间，按照该金融资产的摊余成本和实际利率计算确定其利息收入。若该金融工具在后续期间因其信用风险有所改善而不再存在信用减值，公司转按实际利率乘以该金融资产账面余额来计算确定利息收入。

（2）分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

金融资产的合同条款规定在特定日期产生的现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付，且管理该金融资产的业务模式既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标，则公司将该金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。

公司对此类金融资产采用实际利率法确认利息收入。除利息收入、减值损失及汇兑差额确认为当期损益外，其余公允价值变动计入其他综合收益。当该金融

资产终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

以公允价值计量且变动计入其他综合收益的应收票据及应收账款列报为应收款项融资，其他此类金融资产列报为其他债权投资，其中：自资产负债表日起一年内到期的其他债权投资列报为一年内到期的非流动资产，原到期日在一年以内的其他债权投资列报为其他流动资产。

（3）指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

在初始确认时，公司可以单项金融资产为基础不可撤销地将非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。

此类金融资产的公允价值变动计入其他综合收益，不需计提减值准备。该金融资产终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。公司持有该权益工具投资期间，在公司收取股利的权利已经确立，与股利相关的经济利益很可能流入公司，且股利的金额能够可靠计量时，确认股利收入并计入当期损益。公司对此类金融资产在其他权益工具投资项目下列报。

权益工具投资满足下列条件之一的，属于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产：取得该金融资产的目的主要是为了近期出售；初始确认时属于集中管理的可辨认金融资产工具组合的一部分，且有客观证据表明近期实际存在短期获利模式；属于衍生工具（符合财务担保合同定义的以及被指定为有效套期工具的衍生工具除外）。

（4）分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

不符合分类为以摊余成本计量或以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产条件、亦不指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产均分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

公司对此类金融资产采用公允价值进行后续计量，将公允价值变动形成的利得或损失以及与此类金融资产相关的股利和利息收入计入当期损益。

公司对此类金融资产根据其流动性在交易性金融资产、其他非流动金融资产

项目列报。

（5）指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

在初始确认时，公司为了消除或显著减少会计错配，可以单项金融资产为基础不可撤销地将金融资产指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

混合合同包含一项或多项嵌入衍生工具，且其主合同不属于以上金融资产的，公司可以将其整体指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融工具。但下列情况除外：

1）嵌入衍生工具不会对混合合同的现金流量产生重大改变。

2）在初次确定类似的混合合同是否需要分拆时，几乎不需分析就能明确其包含的嵌入衍生工具不应分拆。如嵌入贷款的提前还款权，允许持有人以接近摊余成本的金额提前偿还贷款，该提前还款权不需要分拆。

公司对此类金融资产采用公允价值进行后续计量，将公允价值变动形成的利得或损失以及与此类金融资产相关的股利和利息收入计入当期损益。

公司对此类金融资产根据其流动性在交易性金融资产、其他非流动金融资产项目列报。

2、金融负债的分类、确认和计量

公司根据所发行金融工具的合同条款及其所反映的经济实质而非仅以法律形式，结合金融负债和权益工具的定义，在初始确认时将该金融工具或其组成部分分类为金融负债或权益工具。金融负债在初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、其他金融负债、被指定为有效套期工具的衍生工具。

金融负债在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，相关的交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

金融负债的后续计量取决于其分类：

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

此类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

满足下列条件之一的，属于交易性金融负债：承担相关金融负债的目的主要是为了在近期内出售或回购；属于集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明企业近期采用短期获利方式模式；属于衍生工具，但是，被指定且为有效套期工具的衍生工具、符合财务担保合同的衍生工具除外。交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具），按照公允价值进行后续计量，除与套期会计有关外，所有公允价值变动均计入当期损益。

在初始确认时，为了提供更相关的会计信息，公司将满足下列条件之一的金融负债不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债：

1）能够消除或显著减少会计错配；

2）根据正式书面文件载明的企业风险管理或投资策略，以公允价值为基础对金融负债组合或金融资产和金融负债组合进行管理和业绩评价，并在企业内部以此为基础向关键管理人员报告。

公司对此类金融负债采用公允价值进行后续计量，除由公司自身信用风险变动引起的公允价值变动计入其他综合收益之外，其他公允价值变动计入当期损益。除非由公司自身信用风险变动引起的公允价值变动计入其他综合收益会造成或扩大损益中的会计错配，公司将所有公允价值变动（包括自身信用风险变动的影响金额）计入当期损益。

（2）其他金融负债

除下列各项外，公司将金融负债分类为以摊余成本计量的金融负债，对此类金融负债采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益：

1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债；

2）金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债；

3）不属于本条前两类情形的财务担保合同，以及不属于本条第 1）类情形

的以低于市场利率贷款的贷款承诺。

财务担保合同是指当特定债务人到期不能按照最初或修改后的债务工具条款偿付债务时，要求发行方向蒙受损失的合同持有人赔付特定金额的合同。不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，在初始确认后按照损失准备金额以及初始确认金额扣除担保期内的累计摊销额后的余额孰高进行计量。

3、金融资产和金融负债的终止确认

（1）金融资产满足下列条件之一的，终止确认金融资产，即从其账户和资产负债表内予以转销：

1）收取该金融资产现金流量的合同权利终止。

2）该金融资产已转移，且该转移满足金融资产终止确认的规定。

（2）金融负债终止确认条件

金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除的，则终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

公司与借出方之间签订协议，以承担新金融负债方式替换原金融负债，且新金融负债与原金融负债的合同条款实质上不同的，或对原金融负债（或其一部分）的合同条款做出实质性修改的，则终止确认原金融负债，同时确认一项新金融负债，账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的负债）之间的差额，计入当期损益。

公司回购金融负债一部分的，按照继续确认部分和终止确认部分在回购日各自的公允价值占整体公允价值的比例，对该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的负债）之间的差额，应当计入当期损益。

4、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司在发生金融资产转移时，评估其保留金融资产所有权上的风险和报酬的程度，并分别下列情形处理：

（1）转移了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，则终止确认该金融

资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债。

（2）保留了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，则继续确认该金融资产。

（3）既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的（即除本条（1）、（2）之外的其他情形），则根据其是否保留了对金融资产的控制，分别下列情形处理：

1）未保留对该金融资产控制的，则终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债。

2）保留了对该金融资产控制的，则按照其继续涉入被转移金融资产的程度继续确认有关金融资产，并相应确认相关负债。继续涉入被转移金融资产的程度，是指公司承担的被转移金融资产价值变动风险或报酬的程度。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。

（1）金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

1）被转移金融资产在终止确认日的账面价值；

2）因转移金融资产而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产）之和。

（2）金融资产部分转移且该被转移部分整体满足终止确认条件的，将转移前金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和继续确认部分（在此种情形下，所保留的服务资产应当视同继续确认金融资产的一部分）之间，按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

1）终止确认部分在终止确认日的账面价值；

2）终止确认部分收到的对价，与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

5、金融资产和金融负债公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融资产或金融负债，以活跃市场的报价确定其公允价值，除非该项金融资产存在针对资产本身的限售期。对于针对资产本身的限售的金融资产，按照活跃市场的报价扣除市场参与者因承担指定期间内无法在公开市场上出售该金融资产的风险而要求获得的补偿金额后确定。活跃市场的报价包括易于且可定期从交易所、交易商、经纪人、行业集团、定价机构或监管机构等获得相关资产或负债的报价，且能代表在公平交易基础上实际并经常发生的市场交易。

初始取得或衍生的金融资产或承担的金融负债，以市场交易价格作为确定其公允价值的基础。

不存在活跃市场的金融资产或金融负债，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并尽可能优先使用相关可观察输入值。在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，使用不可观察输入值。

6、金融资产减值

公司对以摊余成本计量的金融资产以预期信用损失为基础进行减值会计处理并确认损失准备。

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，应按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产，在资产负债表日仅将自初始确认后整个存续期内预期信用损失的累计变动确认为损失准备。在每个资产负债表日，将整个存续期内预期信用损失的变动金额作为减值损失或利得计入当期损益。即使该资产负债表日确定的整个存续期内预期信用损失小于初始确认时估计

现金流量所反映的预期信用损失的金额，也将预期信用损失的有利变动确认为减值利得。

除上述采用简化计量方法和购买或源生的已发生信用减值以外的其他金融资产，公司在每个资产负债表日评估相关金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加，并按照下列情形分别计量其损失准备、确认预期信用损失及其变动：

（1）如果该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加，处于第一阶段，则按照相当于该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量其损失准备，并按照账面余额和实际利率计算利息收入。

（2）如果该金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，则按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备，并按照账面余额和实际利率计算利息收入。

（3）如果该金融工具自初始确认后已经发生信用减值的，处于第三阶段，公司按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备，并按照摊余成本和实际利率计算利息收入。

金融工具信用损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。除分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产外，信用损失准备抵减金融资产的账面余额。对于分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，公司在其他综合收益中确认其信用损失准备，不减少该金融资产在资产负债表中列示的账面价值。

公司在前一会计期间已经按照相当于金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量了损失准备，但在当期资产负债表日，该金融工具已不再属于自初始确认后信用风险显著增加的情形的，公司在当期资产负债表日按照相当于未来 12 个月内预期信用损失的金额计量该金融工具的损失准备，由此形成的损失准备的转回金额作为减值利得计入当期损益。

（1）信用风险显著增加

公司利用可获得的合理且有依据的前瞻性信息，通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。对于财务担保合同，公司在应用金融资产减

值规定时，将公司成为做出不可撤销承诺的一方之日作为初始确认日。

公司在评估信用风险是否显著增加时会考虑如下因素：

1）债务人经营成果实际或预期是否发生显著变化；

2）债务人所处的监管、经济或技术环境是否发生显著不利变化；

3）作为债务抵押的担保物价值或第三方提供的担保或信用增级质量是否发生显著变化，这些变化预期将降低债务人按合同规定期限还款的经济动机或者影响违约概率；

4）债务人预期表现和还款行为是否发生显著变化；

5）公司对金融工具信用管理方法是否发生变化等。

于资产负债表日，若公司判断金融工具只具有较低的信用风险，则公司假定该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。如果金融工具的违约风险较低，借款人在短期内履行其合同现金流量义务的能力很强，并且即使较长时期内经济形势和经营环境存在不利变化，但未必一定降低借款人履行其合同现金流量义务的能力，则该金融工具被视为具有较低的信用风险。

（2）已发生信用减值的金融资产

当对金融资产预期未来现金流量具有不利影响的一项或多项事件发生时，该金融资产成为已发生信用减值的金融资产。金融资产已发生信用减值的证据包括下列可观察信息：

1）发行方或债务人发生重大财务困难；

2）债务人违反合同，如偿付利息或本金违约或逾期等；

3）债权人出于与债务人财务困难有关的经济或合同考虑，给予债务人在任何其他情况下都不会做出的让步；

4）债务人很可能破产或进行其他财务重组；

5）发行方或债务人财务困难导致该金融资产的活跃市场消失；

6）以大幅折扣购买或源生一项金融资产，该折扣反映了发生信用损失的事实。

金融资产发生信用减值，有可能是多个事件的共同作用所致，未必是可单独识别的事件所致。

（3）预期信用损失的确定

公司基于单项和组合评估金融工具的预期信用损失，在评估预期信用损失时，考虑有关过去事项、当前状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息。

公司以共同信用风险特征为依据，将金融工具分为不同组合。公司采用的共同信用风险特征包括：账龄组合。相关金融工具的单项评估标准和组合信用风险特征详见相关金融工具的会计政策。

公司按照下列方法确定相关金融工具的预期信用损失：

1）对于金融资产，信用损失为公司应收取的合同现金流量与预期收取的现金流量之间差额的现值。

2）对于租赁应收款项，信用损失为公司应收取的合同现金流量与预期收取的现金流量之间差额的现值。

3）对于财务担保合同，信用损失为公司就该合同持有人发生的信用损失向其做出赔付的预计付款额，减去公司预期向该合同持有人、债务人或任何其他方收取的金额之间差额的现值。

4）对于资产负债表日已发生信用减值但并非购买或源生已发生信用减值的金融资产，信用损失为该金融资产账面余额与按原实际利率折现的估计未来现金流量的现值之间的差额。

公司计量金融工具预期信用损失的方法反映的因素包括：通过评价一系列可能的结果而确定的无偏概率加权平均金额；货币时间价值；在资产负债表日无须付出不必要的额外成本或努力即可获得的有关过去事项、当前状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息。

（4）减记金融资产

当公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回的，直接减记该金融资产的账面余额。这种减记构成相关金融资产的终止确认。

7、金融资产及金融负债的抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，没有相互抵销。但是，同时满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

（1）公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；

（2）公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

（八）应收账款

公司对应收账款的预期信用损失的确定方法及会计处理方法参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“四、重要会计政策和会计估计”之“（七）金融工具”之“6、金融资产减值”。

公司对在单项工具层面能以合理成本评估预期信用损失的充分证据的应收账款单独确定其信用损失。

当在单项工具层面无法以合理成本评估预期信用损失的充分证据时，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的判断，依据信用风险特征将应收账款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失。确定组合的依据如下：

组合名称	确定组合的依据	计提方法
组合 1：账龄组合	以应收款项的账龄作为信用风险特征	公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失
组合 2：合并范围内单位往来组合	合并范围内单位往来组合	通过违约风险敞口和整个存续期预计信用损失率，计算预期信用损失

（九）其他应收款

公司对其他应收款的预期信用损失的确定方法及会计处理方法参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“四、重要会计政策和会计估计”之“（七）金融工具”之“6、金融资产减值”。

公司对在单项工具层面能以合理成本评估预期信用损失的充分证据的其他应收款单独确定其信用损失。

当在单项工具层面无法以合理成本评估预期信用损失的充分证据时，公司参

考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的判断，依据信用风险特征将其他应收款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失。确定组合的依据如下：

组合名称	计提方法
组合 1：各平台结算款等款项	公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失
组合 2：押金和保证金	
组合 3：账龄组合	
组合 4：合并范围内关联方款项	

（十）存货

1、存货的分类

存货是指公司在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。主要包括原材料、委托加工材料、在产品、产成品（库存商品）、发出商品等。

2、存货的计价方法

存货在取得时，按成本进行初始计量，包括采购成本、加工成本和其他成本。存货发出时按月末一次加权平均法计价。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计

提存货跌价准备。

以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

4、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

（1）低值易耗品采用一次转销法。

（2）包装物采用一次转销法。

（3）其他周转材料采用一次转销法摊销。

（十一）合同资产

公司已向客户转让商品而有权收取对价的权利，且该权利取决于时间流逝之外的其他因素的，确认为合同资产。公司拥有的无条件（即，仅取决于时间流逝）向客户收取对价的权利作为应收款项单独列示。

公司对合同资产的预期信用损失的确定方法及会计处理方法参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“四、重要会计政策和会计估计”之“（七）金融工具”之“6、金融资产减值”。

（十二）其他债权投资

公司对其他债权投资的预期信用损失的确定方法及会计处理方法参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“四、重要会计政策和会计估计”之“（七）金融工具”之“6、金融资产减值”。

（十三）长期股权投资

1、初始投资成本的确定

（1）企业合并形成的长期股权投资，具体会计政策参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“四、重要会计政策和会计估计”之“（四）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法”。

（2）其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本；发行或取得自身权益工具时发生的交易费用，可直接归属于权益性交易的从权益中扣减。

在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的长期股权投资以换出资产的公允价值为基础确定其初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本按照公允价值为基础确定。

2、后续计量及损益确认

（1）成本法

公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算，并按照初始投资成本计价，追加或收回投资调整长期股权投资的成本。

除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，公司按照享有被投资单位宣告分派的现金股利或利润确认为当期投资收益。

（2）权益法

公司对联营企业和合营企业的长期股权投资采用权益法核算；对于其中一部分通过风险投资机构、共同基金、信托公司或包括投连险基金在内的类似主体间接持有的联营企业的权益性投资，采用公允价值计量且其变动计入损益。

长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

公司取得长期股权投资后，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；并按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

公司在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。公司与联营企业、合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照应享有的比例计算归属于公司的部分予以抵销，在此基础上确认投资损益。

公司确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先，冲减长期股权投资的账面价值。其次，长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确认投资损失，冲减长期应收项目等的账面价值。最后，经过上述处理，按照投资合同或协议约定企业仍承担额外义务的，按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。

被投资单位以后期间实现盈利的，公司在扣除未确认的亏损分担额后，按与上述相反的顺序处理，减记已确认预计负债的账面余额、恢复其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益及长期股权投资的账面价值后，恢复确认投资收益。

3、长期股权投资核算方法的转换

（1）公允价值计量转权益法核算

公司原持有的对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的按金融工具确认和计量准则进行会计处理的权益性投资，因追加投资等原因能够对被投资单位施加重大影响或实施共同控制但不构成控制的，按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》确定的原持有的股权投资的公允价值加上新增投资成本之和，作为改按权益法核算的初始投资成本。

按权益法核算的初始投资成本小于按照追加投资后全新的持股比例计算确定的应享有被投资单位在追加投资日可辨认净资产公允价值份额之间的差额，调

整长期股权投资的账面价值，并计入当期营业外收入。

（2）公允价值计量或权益法核算转成本法核算

公司原持有的对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的按金融工具确认和计量准则进行会计处理的权益性投资，或原持有对联营企业、合营企业的长期股权投资，因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，在编制个别财务报表时，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。

购买日之前持有的股权投资按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理的，原计入其他综合收益的累计公允价值变动在改按成本法核算时转入当期损益。

（3）权益法核算转公允价值计量

公司因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。

原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。

（4）成本法转权益法

公司因处置部分权益性投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整。

（5）成本法转公允价值计量

公司因处置部分权益性投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，在编制个

别财务报表时，处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

4、长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款之间的差额，应当计入当期损益。采用权益法核算的长期股权投资，在处置该项投资时，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。

处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

（1）这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；

（2）这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；

（3）一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；

（4）一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司控制权的，不属于一揽子交易的，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

（1）在个别财务报表中，对于处置的股权，其账面价值与实际取得价款之间的差额计入当期损益。处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

（2）在合并财务报表中，对于在丧失对子公司控制权以前的各项交易，处置价款与处置长期股权投资相应对享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积（股本溢价），资本公积不足冲减的，调整留存收益；在丧失对子公司控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减

去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，在丧失控制权时转为当期投资收益。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，将各项交易作为一项处置子公司股权投资并丧失控制权的交易进行会计处理，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

（1）在个别财务报表中，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置的股权对应的长期股权投资账面价值之间的差额，确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

（2）在合并财务报表中，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

5、共同控制、重大影响的判断标准

如果公司按照相关约定与其他参与方集体控制某项安排，并且对该安排回报具有重大影响的活动决策，需要经过分享控制权的参与方一致同意时才存在，则视为公司与其他参与方共同控制某项安排，该安排即属于合营安排。

合营安排通过单独主体达成的，根据相关约定判断公司对该单独主体的净资产享有权利时，将该单独主体作为合营企业，采用权益法核算。若根据相关约定判断公司并非对该单独主体的净资产享有权利时，该单独主体作为共同经营，公司确认与共同经营利益份额相关的项目，并按照相关企业会计准则的规定进行会计处理。

重大影响，是指投资方对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。公司通过以下一种或多种情形，并综合考虑所有事实和情况后，判断对被投资单位具有重大影响：（1）在被投资单位的董事会或类似权力机构中派有代表；（2）参与被投资单位财务和经营政策制定过程；（3）与被投资单位之间发生重要交易；（4）向被投资单位派出管理人员；（5）向被投资单位提供关键技术资料。

（十四）投资性房地产

投资性房地产是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产，包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权、已出租的建筑物。此外，对于公司持有以备经营出租的空置建筑物，若董事会作出书面决议，明确表示将其用于经营出租且持有意图短期内不再发生变化的，也作为投资性房地产列报。

公司的投资性房地产按其成本作为入账价值，外购投资性房地产的成本包括购买价款、相关税费和可直接归属于该资产的其他支出；自行建造投资性房地产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。

公司对投资性房地产采用成本模式进行后续计量，按其预计使用寿命及净残值率对建筑物和土地使用权计提折旧或摊销。投资性房地产的预计使用寿命、净残值率及年折旧（摊销）率列示如下：

类别	预计使用寿命（年）	预计净残值率（%）	年折旧（摊销）率（%）
房屋建筑物	20	3	4.85

投资性房地产的用途改变为自用时，自改变之日起，公司将该投资性房地产转换为固定资产或无形资产。自用房地产的用途改变为赚取租金或资本增值时，自改变之日起，公司将固定资产或无形资产转换为投资性房地产。发生转换时，以转换前的账面价值作为转换后的入账价值。

当投资性房地产被处置，或者永久退出使用且预计不能从其处置中取得经济利益时，终止确认该项投资性房地产。投资性房地产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

（十五）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

（1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；

（2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、固定资产初始计量

公司固定资产按成本进行初始计量。

（1）外购的固定资产的成本包括买价、进口关税等相关税费，以及为使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可直接归属于该资产的其他支出。

（2）自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。

（3）投资者投入的固定资产，按投资合同或协议约定的价值作为入账价值，但合同或协议约定价值不公允的按公允价值入账。

（4）购买固定资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，固定资产的成本以购买价款的现值为基础确定。实际支付的价款与购买价款的现值之间的差额，除应予资本化的以外，在信用期间内计入当期损益。

3、固定资产后续计量及处置

（1）固定资产折旧

固定资产折旧按其入账价值减去预计净残值后在预计使用寿命内计提。对计提了减值准备的固定资产，则在未来期间按扣除减值准备后的账面价值及依据尚可使用年限确定折旧额；已提足折旧仍继续使用的固定资产不计提折旧。

公司根据固定资产的性质和使用情况，确定固定资产的使用寿命和预计净残值。并在年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

各类固定资产的折旧方法、折旧年限和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
运输工具	年限平均法	5-10	3	19.40-9.70
机器设备	年限平均法	3-10	3	32.33-9.70
电子设备	年限平均法	3-5	3	32.33-19.40
办公设备及其他	年限平均法	3-5	3	32.33-19.40

（2）固定资产的后续支出

与固定资产有关的后续支出，符合固定资产确认条件的，计入固定资产成本；

不符合固定资产确认条件的，在发生时计入当期损益。

（3）固定资产处置

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

（十六）使用权资产

公司对使用权资产按照成本进行初始计量，该成本包括：

（1）租赁负债的初始计量金额；

（2）在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；

（3）公司发生的初始直接费用；

（4）公司为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本（不包括为生产存货而发生的成本）。

在租赁期开始日后，公司采用成本模式对使用权资产进行后续计量。

能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，公司在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，公司在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。对计提了减值准备的使用权资产，则在未来期间按扣除减值准备后的账面价值参照上述原则计提折旧。

（十七）无形资产与开发支出

无形资产是指公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产，主要为商标权。

1、无形资产的初始计量

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

债务重组取得债务人用以抵债的无形资产，以该无形资产的公允价值为基础确定其入账价值，并将重组债务的账面价值与该用以抵债的无形资产公允价值之间的差额，计入当期损益。

在非货币性资产交换具备商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的无形资产以换出资产的公允价值为基础确定其入账价值，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入无形资产的成本，不确认损益。

以同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按被合并方的账面价值确定其入账价值；以非同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按公允价值确定其入账价值。

内部自行开发的无形资产，其成本包括：开发该无形资产时耗用的材料、劳务成本、注册费、在开发过程中使用的其他专利权和特许权的摊销以及满足资本化条件的利息费用，以及为使该无形资产达到预定用途前所发生的其他直接费用。

2、无形资产的后续计量

公司在取得无形资产时分析判断其使用寿命，划分为使用寿命有限和使用寿命不确定的无形资产。

（1）使用寿命有限的无形资产

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销。

每期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

经复核，本报告期内各期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

（2）使用寿命不确定的无形资产

无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产。

对于使用寿命不确定的无形资产，在持有期间内不摊销，每期末对无形资产的寿命进行复核。如果期末重新复核后仍为不确定的，在每个会计期间继续进行减值测试。

3、划分公司内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准

（1）研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

（2）开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

内部研究开发项目研究阶段的支出，在发生时计入当期损益。

4、开发阶段支出符合资本化的具体标准

内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件时确认为无形资产：

（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（十八）长期资产减值

公司在资产负债表日判断长期资产是否存在可能发生减值的迹象。如果长期资产存在减值迹象的，以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

资产可收回金额的估计，根据其公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

可收回金额的计量结果表明，长期资产的可收回金额低于其账面价值的，将长期资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

资产减值损失确认后，减值资产的折旧或者摊销费用在未来期间作相应调整，以使该资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的资产账面价值（扣除预计净残值）。

因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。

在对商誉进行减值测试时，将商誉的账面价值分摊至预期从企业合并的协同效应中受益的资产组或资产组组合。在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认商誉的减值损失。

（十九）长期待摊费用

长期待摊费用，是指公司已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在1年以上的各项费用。长期待摊费用在受益期内按直线法分期摊销。

（二十）合同负债

公司将已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务部分确认为合同负债。

（二十一）职工薪酬

职工薪酬，是指公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利和辞退福利。

1、短期薪酬

短期薪酬是指公司在职工提供相关服务的年度报告期间结束后十二个月内需要全部予以支付的职工薪酬，离职后福利和辞退福利除外。公司在职工提供服务的会计期间，将应付的短期薪酬确认为负债，并根据职工提供服务的受益对象计入相关资产成本和费用。

2、离职后福利

离职后福利是指公司为获得职工提供的服务而在职工退休或与企业解除劳动关系后，提供的各种形式的报酬和福利，短期薪酬和辞退福利除外。

公司的离职后福利计划全部为设定提存计划。

离职后福利设定提存计划主要为参加由各地劳动及社会保障机构组织实施的社会基本养老保险、失业保险等。在职工为公司提供服务的会计期间，将根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

公司按照国家规定的标准定期缴付上述款项后，不再有其他的支付义务。

3、辞退福利

辞退福利是指公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或者为鼓励职工自愿接受裁减而给予职工的补偿，在公司不能单方面撤回解除劳动关系计划或裁减建议时和确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本费用时两者孰早日，确认因解除与职工的劳动关系给予补偿而产生的负债，同时计入当期损益。

公司向接受内部退休安排的职工提供内退福利。内退福利是指，向未达到国家规定的退休年龄、经公司管理层批准自愿退出工作岗位的职工支付的工资及为其缴纳的社会保险费等。公司自内部退休安排开始之日起至职工达到正常退休年龄止，向内退职工支付内部退养福利。对于内退福利，公司比照辞退福利进行会计处理，在符合辞退福利相关确认条件时，将自职工停止提供服务日至正常退休日期间拟支付的内退职工工资和缴纳的社会保险费等，确认为负债，一次性计入当期损益。内退福利的精算假设变化及福利标准调整引起的差异于发生时计入当期损益。

（二十二）预计负债

1、预计负债的确认标准

与或有事项相关的义务同时满足下列条件时，公司确认为预计负债：

该义务是公司承担的现时义务；

履行该义务很可能导致经济利益流出公司；

该义务的金额能够可靠地计量。

2、预计负债的计量方法

公司预计负债按履行相关现时义务所需的支出的最佳估计数进行初始计量。

公司在确定最佳估计数时，综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。对于货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。

最佳估计数分别以下情况处理：

所需支出存在一个连续范围（或区间），且该范围内各种结果发生的可能性相同的，则最佳估计数按照该范围的中间值即上下限金额的平均数确定。

所需支出不存在一个连续范围（或区间），或虽然存在一个连续范围但该范围内各种结果发生的可能性不相同的，如或有事项涉及单个项目的，则最佳估计数按照最可能发生金额确定；如或有事项涉及多个项目的，则最佳估计数按各种可能结果及相关概率计算确定。

公司清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额在基本确定能够收到时，作为资产单独确认，确认的补偿金额不超过预计负债的账面价值。

（二十三）租赁负债

公司对租赁负债按照租赁期开始日尚未支付的租赁付款额的现值进行初始计量。在计算租赁付款额的现值时，公司采用租赁内含利率作为折现率；无法确定租赁内含利率的，采用公司增量借款利率作为折现率。租赁付款额包括：

（1）扣除租赁激励相关金额后的固定付款额及实质固定付款额；

（2）取决于指数或比率的可变租赁付款额；

（3）在公司合理确定将行使该选择权的情况下，租赁付款额包括购买选择权的行权价格；

（4）在租赁期反映出公司将行使终止租赁选择权的情况下，租赁付款额包括行使终止租赁选择权需支付的款项；

（5）根据公司提供的担保余值预计应支付的款项。

公司按照固定的折现率计算租赁负债在租赁期内各期间的利息费用，并计入当期损益或相关资产成本。

未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额应当在实际发生时计入当期损益或相关资产成本。

（二十四）股份支付

1、股份支付的种类

公司的股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

2、权益工具公允价值的确定方法

对于授予的存在活跃市场的期权等权益工具，按照活跃市场中的报价确定其公允价值。对于授予的不存在活跃市场的期权等权益工具，采用期权定价模型等确定其公允价值，选用的期权定价模型考虑以下因素：（1）期权的行权价格；（2）期权的有效期；（3）标的股份的现行价格；（4）股价预计波动率；（5）股份的预计股利；（6）期权有效期内的无风险利率。

在确定权益工具授予日的公允价值时，考虑股份支付协议规定的可行权条件中的市场条件和非可行权条件的影响。股份支付存在非可行权条件的，只要职工或其他方满足了所有可行权条件中的非市场条件（如服务期限等），即确认已得到服务相对应的成本费用。

3、确定可行权权益工具最佳估计的依据

等待期内每个资产负债表日，根据最新取得的可行权职工人数变动等后续信息作出最佳估计，修正预计可行权的权益工具数量。在可行权日，最终预计可行

权权益工具的数量与实际可行权数量一致。

4、会计处理方法

以权益结算的股份支付，按授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。在可行权日之后不再对已确认的相关成本或费用和所有者权益总额进行调整。

以现金结算的股份支付，按照公司承担的以股份或其他权益工具为基础计算确定的负债的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日以公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按照公司承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用和相应的负债。在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

若在等待期内取消了授予的权益工具，公司对取消所授予的权益性工具作为加速行权处理，将剩余等待期内应确认的金额立即计入当期损益，同时确认资本公积。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的，公司将其作为授予权益工具的取消处理。

（二十五）合同成本

1、合同履约成本

公司对于为履行合同发生的成本，不属于除收入准则外的其他企业会计准则范围且同时满足下列条件的作为合同履约成本确认为一项资产：

（1）该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关，包括直接人工、直接材料、制造费用（或类似费用）、明确由客户承担的成本以及仅因该合同而发生的其他成本；

（2）该成本增加了企业未来用于履行履约义务的资源；

（3）该成本预期能够收回。

该资产根据其初始确认时摊销期限是否超过一个正常营业周期在存货或其他非流动资产中列报。

2、合同取得成本

公司为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，作为合同取得成本确认为一项资产。增量成本是指公司不取得合同就不会发生的成本，如销售佣金等。对于摊销期限不超过一年的，在发生时计入当期损益。

3、合同成本摊销

上述与合同成本有关的资产，采用与该资产相关的商品或服务收入确认相同的基础，在履约义务履行的时点或按照履约义务的履约进度进行摊销，计入当期损益。

4、合同成本减值

上述与合同成本有关的资产，账面价值高于公司因转让与该资产相关的商品预期能够取得剩余对价与为转让该相关商品估计将要发生的成本的差额的，超出部分应当计提减值准备，并确认为资产减值损失。

计提减值准备后，如果以前期间减值的因素发生变化，使得上述两项差额高于该资产账面价值的，转回原已计提的资产减值准备，并计入当期损益，但转回后的资产账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该资产在转回日的账面价值。

（二十六）政府补助

1、类型

政府补助，是公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产。根据相关政府文件规定的补助对象，将政府补助划分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

2、政府补助的确认

对期末有证据表明公司能够符合财政扶持政策规定的相关条件且预计能够收到财政扶持资金的，按应收金额确认政府补助。除此之外，政府补助均在实际收到时确认。

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额（人民币 1 元）计量。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

3、会计处理方法

公司根据经济业务的实质，确定某一类政府补助业务应当采用总额法还是净额法进行会计处理。通常情况下，公司对于同类或类似政府补助业务只选用一种方法，且对该业务一贯地运用该方法。

与资产相关的政府补助，应当冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关的政府补助确认为递延收益的，在所建造或购买资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。

与收益相关的政府补助，用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关费用或损失的期间计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，取得时直接计入当期损益或冲减相关成本。

与企业日常活动相关的政府补助计入其他收益或冲减相关成本费用；与企业日常活动无关的政府补助计入营业外收支。

收到与政策性优惠贷款贴息相关的政府补助冲减相关借款费用；取得贷款银行提供的政策性优惠利率贷款的，以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。

已确认的政府补助需要返还时，初始确认时冲减相关资产账面价值的，调整资产账面价值；存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

（二十七）递延所得税资产和递延所得税负债

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价

值的差额（暂时性差异）计算确认。于资产负债表日，递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

1、确认递延所得税资产的依据

公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。但是，同时具有下列特征的交易中因资产或负债的初始确认所产生的递延所得税资产不予确认：（1）该交易不是企业合并；（2）交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额或可抵扣亏损。

对于与联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：暂时性差异在可预见的未来很可能转回，且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

2、确认递延所得税负债的依据

公司将当期与以前期间应交未交的应纳税暂时性差异确认为递延所得税负债。但不包括：

（1）商誉的初始确认所形成的暂时性差异；

（2）非企业合并形成的交易或事项，且该交易或事项发生时既不影响会计利润，也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）所形成的暂时性差异；

（3）对于与子公司、联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，该暂时性差异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

3、同时满足下列条件时，将递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列示

（1）企业拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利；

（2）递延所得税资产和递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产和递延所得税负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债或是同时取得资产、清偿债务。

（二十八）租赁

在合同开始日，公司评估合同是否为租赁或者包含租赁。如果合同中一方让渡了在一定期间内控制一项或多项已识别资产使用的权利以换取对价，则该合同为租赁或者包含租赁。

1、租赁合同的分拆

当合同中同时包含多项单独租赁的，公司将合同予以分拆，并分别各项单独租赁进行会计处理。

当合同中同时包含租赁和非租赁部分的，公司将租赁和非租赁部分进行分拆，租赁部分按照租赁准则进行会计处理，非租赁部分应当按照其他适用的企业会计准则进行会计处理。

2、租赁合同的合并

公司与同一交易方或其关联方在同一时间或相近时间订立的两份或多份包含租赁的合同符合下列条件之一时，合并为一份合同进行会计处理：

（1）该两份或多份合同基于总体商业目的而订立并构成一揽子交易，若不作为整体考虑则无法理解其总体商业目的。

（2）该两份或多份合同中的某份合同的对价金额取决于其他合同的定价或履行情况。

（3）该两份或多份合同让渡的资产使用权合起来构成一项单独租赁。

3、公司作为承租人的会计处理

在租赁期开始日，除应用简化处理的短期租赁和低价值资产租赁外，公司对租赁确认使用权资产和租赁负债。

（1）短期租赁和低价值资产租赁

短期租赁是指不包含购买选择权且租赁期不超过 12 个月的租赁。低价值资产租赁是指单项租赁资产为全新资产时价值较低的租赁。

公司对短期租赁和低价值资产租赁不确认使用权资产和租赁负债，相关租赁付款额在租赁期内各个期间按照直线法或其他系统合理的方法计入相关资产成

本或当期损益。

公司对除上述以外的短期租赁和低价值资产租赁确认使用权资产和租赁负债。

（2）使用权资产和租赁负债的会计政策参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“四、重要会计政策和会计估计”之“（十六）使用权资产”和“（二十三）租赁负债”。

4、公司作为出租人的会计处理

（1）租赁的分类

公司在租赁开始日将租赁分为融资租赁和经营租赁。融资租赁是指实质上转移了与租赁资产所有权有关的几乎全部风险和报酬的租赁，其所有权最终可能转移，也可能不转移。经营租赁是指除融资租赁以外的其他租赁。

一项租赁存在下列一种或多种情形的，公司通常分类为融资租赁：

1）在租赁期届满时，租赁资产的所有权转移给承租人。

2）承租人有购买租赁资产的选择权，所订立的购买价款与预计行使选择权时租赁资产的公允价值相比足够低，因而在租赁开始日就可以合理确定承租人将行使该选择权。

3）资产的所有权虽然不转移，但租赁期占租赁资产使用寿命的大部分。

4）在租赁开始日，租赁收款额的现值几乎相当于租赁资产的公允价值。

5）租赁资产性质特殊，如果不作较大改造，只有承租人才能使用。

一项租赁存在下列一项或多项迹象的，公司也可能分类为融资租赁：

1）若承租人撤销租赁，撤销租赁对出租人造成的损失由承租人承担。

2）资产余值的公允价值波动所产生的利得或损失归属于承租人。

3）承租人有能力以远低于市场水平的租金继续租赁至下一期间。

（2）对融资租赁的会计处理

在租赁期开始日，公司对融资租赁确认应收融资租赁款，并终止确认融资租

赁资产。

应收融资租赁款初始计量时，以未担保余值和租赁期开始日尚未收到的租赁收款额按照租赁内含利率折现的现值之和作为应收融资租赁款的入账价值。租赁收款额包括：

1）扣除租赁激励相关金额后的固定付款额及实质固定付款额；

2）取决于指数或比率的可变租赁付款额；

3）合理确定承租人将行使购买选择权的情况下，租赁收款额包括购买选择权的行权价格；

4）租赁期反映出承租人将行使终止租赁选择权的情况下，租赁收款额包括承租人行使终止租赁选择权需支付的款项；

5）由承租人、与承租人有关的一方以及有经济能力履行担保义务的独立第三方向出租人提供的担保余值。

公司按照固定的租赁内含利率计算并确认租赁期内各个期间的利息收入，所取得的未纳入租赁投资净额计量的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。

（3）对经营租赁的会计处理

公司在租赁期内各个期间采用直线法或其他系统合理的方法，将经营租赁的租赁收款额确认为租金收入；发生的与经营租赁有关的初始直接费用资本化，在租赁期内按照与租金收入确认相同的基础进行分摊，分期计入当期损益；取得的与经营租赁有关的未计入租赁收款额的可变租赁付款额，在实际发生时计入当期损益。

5、售后租回交易

售后租回交易中的资产转让属于销售的，公司按原资产账面价值中与租回获得的使用权有关的部分，计量售后租回所形成的使用权资产，并仅就转让至出租人的权利确认相关利得或损失。如果销售对价的公允价值与资产的公允价值不同，或者出租人未按市场价格收取租金，公司将销售对价低于市场价格的款项作为预付租金进行会计处理，将高于市场价格的款项作为出租人向承租人提供的额外融资进行会计处理；同时按照公允价值调整相关销售利得或损失。

售后租回交易中的资产转让不属于销售的，公司继续确认被转让资产，同时确认一项与转让收入等额的金融负债。

售后租回交易中的资产转让属于销售的，公司按照资产购买进行相应会计处理，并根据租赁准则对资产出租进行会计处理。如果销售对价的公允价值与资产的公允价值不同，或者公司未按市场价格收取租金，公司将销售对价低于市场价格的款项作为预收租金进行会计处理，将高于市场价格的款项作为公司向承租人提供的额外融资进行会计处理；同时按市场价格调整租金收入。

售后租回交易中的资产转让不属于销售的，公司确认一项与转让收入等额的金融资产

（二十九）重要会计政策、会计估计的变更

1、重要会计政策变更

（1）执行《企业会计准则解释第 17 号》

财政部于 2023 年 10 月发布《企业会计准则解释第 17 号》（财会〔2023〕21 号）（以下简称“解释第 17 号”），涉及关于流动负债与非流动负债的划分、关于供应商融资安排的披露和关于售后租回交易的会计处理等相关事项。

公司自 2024 年 1 月 1 日起执行解释第 17 号，对报告期内财务报表无影响。

（2）执行《企业会计准则解释第 18 号》

财政部于 2024 年 12 月发布《企业会计准则解释第 18 号》（财会〔2024〕24 号）（以下简称“解释第 18 号”）。解释第 18 号规定：在对不属于单项履约义务的保证类质量保证产生的预计负债进行会计核算时，企业应当根据《企业会计准则第 13 号——或有事项》有关规定，按确定的预计负债金额，借记“主营业务成本”“其他业务成本”等科目，贷记“预计负债”科目，并相应在利润表中的“营业成本”和资产负债表中的“其他流动负债”“一年内到期的非流动负债”“预计负债”等项目列示。

公司自 2024 年 1 月 1 日起执行解释第 18 号，对报告期内财务报表无影响。

（3）执行《企业数据资源相关会计处理暂行规定》

财政部于 2023 年 8 月发布《企业数据资源相关会计处理暂行规定》（以下

简称“暂行规定”），以规范企业数据资源相关会计处理，强化相关会计信息披露。

公司自 2024 年 1 月 1 日起执行暂行规定，对报告期内财务报表无影响。

2、重要会计估计变更

报告期内公司无重要会计估计变更。

五、主要税项

（一）公司主要税种和税率

报告期内，公司及子公司适用的主要税种及税率如下：

税种	计税依据	税率
增值税	应纳税增值额（应纳税额按应纳税销售额乘以适用税率扣除当期允许抵扣的进项税后的余额计算）	1%、6%、13%
城市维护建设税	实缴流转税税额	1%、5%、7%
教育费附加	应纳税所得额	3%
企业所得税	按应纳税所得额	15%、20%、25%； 注册在境外的子公司按照当地税法要求适用当地企业所得税税率

注 1：植物医生（国际）有限公司的注册地为中国香港，根据中国香港《2018 年税务（修订）（第 3 号）条例》，利得税两级制将适用于 2018 年 4 月 1 日或之后开始的课税年度。法团首 200 万元港币的利得税税率将降至 8.25%，其后的利润则继续按 16.5%征税；

注 2：日本植物医生株式会社注册地为日本大阪，其子公司汉方护肤科学研究中心株式会社注册地为日本东京。上述主体全年所得额 800 万日元以下部分适用的法人税率为 15%，全年所得额超过 800 万日元的部分适用的法人税率为 23.2%。除法人税外，上述主体还需缴纳地方法人税、事业税、法人住民税等；

注 3：印尼植物医生已取得纳税人识别号（NPWP）0201300340036000。《2022 年第 55 号政府条例》相关规定出具的最终所得税纳税人声明（KET-00083/PP23-CT/KPP.0502/2025），印尼植物医生符合按营业额 0.5%征收最终所得税的条件，并豁免第 22 条所得税

（二）税收优惠政策及依据

1、高新技术企业税收优惠

公司子公司北植科技于 2020 年 12 月 2 日取得了由北京市科学技术委员会、北京市财政局、国家税务总局北京市税务局联合颁发的《高新技术企业证书》（证书编号：GR202011007993），有效期为三年，在此期间，根据《中华人民共和国企业所得税法》，北植科技减按 15%的税率缴纳企业所得税。2023 年 10 月 26 日，北植科技通过了国家高新技术企业认定复审，取得《高新技术企业证书》（证

书编号：GR202311001983），有效期为三年，在此期间，根据《中华人民共和国企业所得税法》，北植科技减按 15%的税率缴纳企业所得税。

公司子公司广东植物医生于 2021 年 12 月 20 日取得了由广东省科学技术委员会、广东省财政局、国家税务总局广东省税务局颁发的《高新技术企业证书》（证书编号：GR202144008162），有效期为三年，在此期间，根据《中华人民共和国企业所得税法》，广东植物医生减按 15%的税率缴纳企业所得税。2024 年 11 月 28 日，广东植物医生通过了国家高新技术企业认定复审，取得《高新技术企业证书》（证书编号：GR202444003574），有效期为三年，在此期间，根据《中华人民共和国企业所得税法》，广东植物医生减按 15%的税率缴纳企业所得税。

2、小型微利企业税收优惠

根据财政部、税务总局发布的《关于小微企业和个体工商户所得税优惠政策的公告》（财政部 税务总局公告 2023 年第 6 号），自 2023 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

根据财政部、税务总局发布的《关于进一步实施小微企业所得税优惠政策的公告》（财政部税务总局公告 2022 年第 13 号），自 2022 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

根据财政部、税务总局发布的《关于进一步支持小微企业和个体工商户发展有关税费政策的公告》（财政部税务总局公告 2023 年第 12 号），自 2023 年 1 月 1 日至 2027 年 12 月 31 日，对小型微利企业减按 25%计算应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

根据上述政策，公司子公司山东植物医生、浙江明弘靓肤等小型微利企业 2023 年**至 2025 年**减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

3、增值税税收优惠

（1）增值税加计抵减优惠

根据财政部、税务总局发布的《关于先进制造业企业增值税加计抵减政策的公告》（财政部税务总局公告 2023 年第 43 号），自 2023 年 1 月 1 日至 2027 年 12 月 31 日，允许先进制造业企业按照当期可抵扣进项税额加计 5%抵减应纳增值税税额。广东植物医生 2023 年、2024 年**和 2025 年**享受上述增值税加计抵减优惠政策。

（2）增值税减免优惠

根据财政部、税务总局发布的《关于增值税小规模纳税人减免增值税政策的公告》（财政部税务总局公告 2023 年第 19 号），自 2023 年 1 月 1 日至 2027 年 12 月 31 日，对月销售额 10 万元以下（含本数）的增值税小规模纳税人，免征增值税；增值税小规模纳税人适用 3%征收率的应税销售收入，减按 1%征收率征收增值税，适用 3%预征率的预缴增值税项目，减按 1%预征率预缴增值税。

公司子公司山东植物医生、浙江明弘靓肤等享受上述增值税减免优惠政策。

4、中国香港地区税收优惠

植物医生（国际）的注册地为中国香港，根据中国香港《2018 年税务（修订）（第 3 号）条例》，利得税两级制将适用于 2018 年 4 月 1 日或之后开始的课税年度。法团首 200 万元港币的利得税税率将降至 8.25%，其后的利润则继续按 16.5%征税。

六、非经常性损益情况

报告期各期，公司非经常性损益项目及金额如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	**170.04**	138.43	164.84
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关、符合国家政策规定、按照确定的标准享有、对公司损益产生持续影响的政府补助除外	**71.98**	179.15	126.29
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外,非金融企业持有金融资产和金融负债产生的公允价值变动损益以及处置金融资产和金融负债产生的损益	**1,961.49**	2,166.54	1,757.87
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	**-361.21**	-264.37	-120.16

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-
非经常性损益总额	**1,842.30**	**2,219.75**	**1,928.84**
减：非经常性损益的所得税影响数	**383.58**	396.99	316.86
非经常性损益净额	**1,458.72**	**1,822.75**	**1,611.98**
减：归属于少数股东的非经常性损益净影响数（税后）	**0.10**	2.78	40.13
归属于公司普通股股东的非经常性损益	**1,458.61**	**1,819.97**	**1,571.85**

七、主要财务指标

（一）基本财务指标

主要财务指标	2025-12-31/ 2025 年度	2024-12-31/ 2024 年度	2023-12-31/ 2023 年度
流动比率（倍）	**2.56**	2.21	1.81
速动比率（倍）	**2.30**	1.85	1.54
资产负债率（母公司）	**0.60%**	0.31%	1.00%
资产负债率（合并）	**40.94%**	44.97%	51.82%
归属于母公司股东的每股净资产（元）	**14.43**	12.50	10.61
利息保障倍数（倍）	**20.17**	19.15	16.75
存货周转率（次）	**4.47**	4.27	4.36
应收账款周转率（次）	**557.22**	2,063.55	1,677.60
息税折旧摊销前利润（万元）	**47,443.39**	52,290.24	51,014.26
归属于母公司股东的净利润（万元）	**21,781.42**	24,300.01	22,970.73
扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润（万元）	**20,322.81**	22,480.03	21,398.88
研发投入占营业收入的比例	**2.75%**	3.08%	3.53%
每股经营活动产生的现金流量（元）	**5.80**	4.77	6.27
每股净现金流量（元）	**-0.38**	-0.54	1.02

注：上述财务指标的具体计算公式如下：

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=（总负债/总资产）×100%；

4、归属于母公司股东的每股净资产=期末归属于母公司股东权益合计/期末股本总额；

5、利息保障倍数=息税前利润/利息支出；

6、存货周转率=营业成本/存货平均净额；

7、应收账款周转率=营业收入/应收账款平均净额；

8、息税折旧摊销前利润=利润总额+费用化利息支出＋固定资产折旧＋投资性房地产折旧+使用权资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销；

9、研发投入占营业收入的比例=研发投入/营业收入；
10、每股经营活动产生的现金流量=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=现金及现金等价物净增加（减少）额/期末股本总额

（二）净资产收益率和每股收益

根据中国证监会颁布的《公开发行证券公司信息编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）的规定，公司加权平均净资产收益率、基本每股收益和稀释每股收益如下：

项目	加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
		基本每股收益	稀释每股收益
2025 年度			
归属于公司普通股股东的净利润	**18.83%**	**2.72**	**2.72**
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	**17.57%**	**2.54**	**2.54**
2024 年度			
归属于公司普通股股东的净利润	24.95%	3.04	3.04
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	23.09%	2.81	2.81
2023 年度			
归属于公司普通股股东的净利润	31.21%	2.87	2.87
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	29.07%	2.67	2.67

八、经营成果分析

报告期内，**公司营业收入整体保持稳定并小幅增长，主营业务毛利率保持在较高水平。**经营成果主要指标如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
一、营业总收入	**216,704.32**	**215,571.71**	**215,108.84**
减：营业成本	**85,074.67**	88,590.32	85,287.85
税金及附加	**1,470.08**	1,350.47	1,487.05
销售费用	**80,223.08**	74,315.06	73,923.90
管理费用	**17,738.87**	16,018.26	19,462.63
研发费用	**5,969.03**	6,633.45	7,587.63
财务费用	**1,803.95**	1,888.93	2,021.71

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
其中：利息费用	**1,352.85**	1,582.59	1,719.18
其中：利息收入	**56.98**	124.32	207.33
加：其他收益	**577.27**	675.42	645.90
投资收益（损失以“-”号填列）	**469.63**	598.52	810.55
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	**1,491.86**	1,568.03	947.32
信用减值损失（损失以“-”号填列）	**-173.19**	-64.80	-34.29
资产减值损失（损失以“-”号填列）	**-664.35**	-708.57	-668.43
资产处置收益（损失以“-”号填列）	**174.78**	144.83	165.22
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	**26,300.66**	**28,988.64**	**27,204.34**
加：营业外收入	**21.21**	20.69	48.14
减：营业外支出	**387.15**	291.47	168.68
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**25,934.72**	**28,717.86**	**27,083.80**
减：所得税费用	**4,221.86**	4,545.29	4,189.64
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	**21,712.85**	**24,172.57**	**22,894.16**
归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）	**21,781.42**	24,300.01	22,970.73
少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	**-68.57**	-127.44	-76.58

（一）营业收入及主营业务收入分析

1、营业收入分析

报告期各期，公司营业收入情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务	**216,622.50**	**99.96%**	215,496.81	99.97%	215,000.49	99.95%
其他业务	**81.82**	**0.04%**	74.90	0.03%	108.34	0.05%
合计	**216,704.32**	**100.00%**	**215,571.71**	**100.00%**	**215,108.84**	**100.00%**

2023 年至 2025 年，公司分别实现营业收入 215,108.84 万元、215,571.71 万元**和 216,704.32 万元**，整体稳中有升。

报告期内，公司营业收入主要由主营业务收入构成，各期占比分别为 99.95%、99.97%**及 99.96%**。公司其他业务收入主要包括房屋租赁收入、废品销售收入等，

金额和占比均较小。

2、主营业务收入分析

2023 年至 2025 年，公司主营业务收入金额分别为 215,000.49 万元、215,496.81 万元**和 216,622.50 万元，整体保持稳定并小幅增长，**主要得益于以下因素：（1）伴随居民消费水平的持续提升与消费结构的不断升级，化妆品作为典型的“悦己型”消费品，其在日常生活中的覆盖度不断扩大，市场接受度显著上升。同时，国家及各级地方政府陆续出台多项产业扶持政策，有效夯实了国内化妆品行业的市场基础。根据 Euromonitor 数据，2024 年中国化妆品市场规模已达 5,372 亿元；（2）公司以“高山植物，纯净美肌”为品牌定位，致力于高山植物护肤产品的创新研发，不断推出水乳、防晒、精华及精华油、面膜等多品类产品，积累了良好的品牌声誉，深受消费者喜爱；（3）公司建立有较为完善的销售网络，线下线上**协同布局**，其中线下端，**2025 年**末植物医生品牌门店数量达到 **4,268** 家，能够更为直接、高效地触达广大消费者，线上端，公司在积极布局主流电商平台的同时，开发了自有电商平台“小植商城”，将线下门店优势延伸至线上，实现了线下线上流量的良性互动，从而合力推动公司收入水平的提高。

（1）分产品类型主营业务收入分析

公司产品主要包括水乳膏霜、精华及精华油和面膜等。报告期各期，公司分产品类型主营业务收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
水乳膏霜	**117,206.05**	**54.11%**	121,795.98	56.52%	116,818.51	54.33%
精华及精华油	**54,246.90**	**25.04%**	46,533.36	21.59%	48,987.57	22.78%
面膜	**33,369.96**	**15.40%**	35,074.14	16.28%	36,696.44	17.07%
其他	**11,799.60**	**5.45%**	12,093.32	5.61%	12,497.97	5.81%
合计	**216,622.50**	**100.00%**	**215,496.81**	**100.00%**	**215,000.49**	**100.00%**

注：其他产品主要包括彩妆、身体护理等，下同

报告期内，公司主营业务收入构成较为稳定，水乳膏霜作为最主要的产品类型，各期收入占比保持在 55%左右，精华及精华油、面膜的收入占比分别**在 20%**

至 25%，和 15%至 20%左右，彩妆、身体护理等其他产品作为收入的有益补充，占比较小，保持在 6%左右。

报告期各期，公司上述各类主要产品销售数量和销售价格情况如下：

单位：吨、元/千克

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	销量	单价	销量	单价	销量	单价
水乳膏霜	**3,220.32**	**363.96**	3,288.02	370.42	3,055.02	382.38
精华及精华油	**260.15**	**2,085.23**	247.52	1,879.95	229.54	2,134.13
面膜	**3,808.05**	**87.63**	4,440.85	78.98	3,829.08	95.84

1）销售数量

报告期内，公司主要产品中水乳膏霜、精华及精华油销量较为稳定。公司面膜产品在 2024 年增加至 4,440.85 吨，同比提高 15.98%，主要是因为当年度公司在抖音平台大力发展抖音小店模式，并将面膜作为核心引流产品，2024 年通过该模式销售的面膜数量达到 772.60 吨，而 2023 年仅为 24.78 吨。**2025 年，公司水乳膏霜销量较 2024 年保持稳定，精华及精华油销量同比提升，面膜产品销量同比下降，主要系公司当年度将精华及精华油确定为主推品类，给予较多营销投入，而面膜产品的促销力度适当降低所致。**

2）销售价格

对于水乳膏霜、精华及精华油和面膜等主要产品，公司基于高山植物的品类和功效，均推出有“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”等多个产品系列，且不同的产品系列有清晰的价格定位。报告期内，受不同系列产品更新换代及销售策略影响，各系列销售占比导致公司大类产品销售价格略有波动，具体情况如下：

2023 年至 2025 年，公司水乳膏霜销售价格分别为 382.38 元/千克、370.42 元/千克**和 363.96 元/千克**，整体较为稳定。

2024 年，公司精华及精华油产品和面膜产品销售价格有所下降，其中，精华及精华油产品售价同比降低 11.91%，主要是因为公司于 2023 年底和 2024 年初推出售价相对较低的“高山白雪茶提升紧致系列”和“美白淡斑系列”等产品，

精华及精华油产品中上述系列销售占比有所提升。2024 年，公司面膜产品售价同比降低 17.59%，主要原因在于当年度公司大力发展抖音小店模式，公司对于面膜这一核心引流产品给予了较大的促销折扣。

2025 年，公司精华及精华油产品售价较 2024 年度提升 10.92%，主要系其中单价较高的精华油产品收入占比提升所致；面膜产品促销活动有所减少，售价提升 10.95%。

（2）分销售模式主营业务收入分析

公司以经销模式为主，直营模式为辅。报告期各期，公司分销售模式主营业务收入构成较为稳定，其中经销模式收入占比在 **60%至 65%**左右，直营模式收入占比在 **35%至 40%**左右，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
经销	**140,179.54**	**64.71%**	136,557.09	63.37%	137,203.95	63.82%
直营	**76,442.96**	**35.29%**	78,939.72	36.63%	77,796.54	36.18%
合计	**216,622.50**	**100.00%**	**215,496.81**	**100.00%**	**215,000.49**	**100.00%**

1）经销模式

经销模式下，公司销售渠道包括授权专卖店（线下门店、小植商城）和经销电商平台，报告期各期，各销售渠道收入实现金额和占比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
授权专卖店（线下门店）	**112,147.12**	**80.00%**	110,972.34	81.26%	113,721.32	82.88%
授权专卖店（小植商城）	**18,286.20**	**13.04%**	17,451.61	12.78%	15,546.82	11.33%
经销电商平台	**9,746.22**	**6.95%**	8,133.14	5.96%	7,935.81	5.78%
合计	**140,179.54**	**100.00%**	**136,557.09**	**100.00%**	**137,203.95**	**100.00%**

授权专卖店（线下门店）是公司最主要的经销渠道，**2023 年至 2025 年**销售收入占公司经销收入的比例保持在 70%以上。

报告期内，公司不断加强线上渠道布局，一方面，充分发挥线下门店优势，

通过自有电商平台小植商城将线下流量延伸至线上，使得小植商城成为经销收入的重要渠道，各期销售占比在 10%至 **15%**之间；另一方面，公司授权电商经销商在天猫、抖音等市场主流电商平台开设线上店铺，使其成为公司经销渠道的有益补充，各期销售占比在 5%至 10%左右。

2）直营模式

直营模式下，公司通过直营终端门店（线下门店、小植商城）和直营电商平台直接向终端消费者销售，报告期各期，各销售渠道收入实现金额和占比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直营终端门店（线下门店）	**50,329.15**	**65.84%**	52,665.47	66.72%	52,703.99	67.75%
直营终端门店（小植商城）	**6,920.79**	**9.05%**	6,233.24	7.90%	6,777.16	8.71%
直营电商平台	**19,193.02**	**25.11%**	20,041.01	25.39%	18,315.40	23.54%
合计	**76,442.96**	**100.00%**	**78,939.72**	**100.00%**	**77,796.54**	**100.00%**

直营终端门店（线下门店）是公司最主要的直营渠道，报告期各期销售占比均在 60%以上。

报告期内，公司各直营终端门店也均上线了小植商城，为终端消费者提供便捷的产品销售服务，报告期各期销售占比在 7%至 **10%**之间。

公司在天猫、抖音等电商平台开设了官方旗舰店铺，报告期各期销售金额在 2 亿元左右，占直营模式收入的比例稳定在 25%左右。

（3）分销售区域主营业务收入分析

报告期各期，公司分销售区域主营业务收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
西南地区	**41,011.36**	**18.93%**	42,350.78	19.65%	45,900.71	21.35%
华东地区	**36,698.85**	**16.94%**	36,508.31	16.94%	34,746.39	16.16%
华中地区	**21,866.42**	**10.09%**	21,972.23	10.20%	22,578.89	10.50%

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
西北地区	**21,011.18**	**9.70%**	20,976.22	9.73%	20,471.38	9.52%
华北地区	**17,786.15**	**8.21%**	18,640.51	8.65%	19,100.71	8.88%
华南地区	**12,480.63**	**5.76%**	12,599.27	5.85%	12,725.10	5.92%
东北地区	**9,768.51**	**4.51%**	9,315.54	4.32%	10,065.27	4.68%
境外地区	**1,853.15**	**0.86%**	1,274.95	0.59%	836.85	0.39%
线上销售	**54,146.23**	**25.00%**	51,858.99	24.06%	48,575.19	22.59%
合计	**216,622.50**	**100.00%**	**215,496.81**	**100.00%**	**215,000.49**	**100.00%**

公司致力于多元化销售渠道建设，在保持线下门店优势的基础上，通过小植商城以及京东、天猫、抖音等主流电商平台积极布局线上销售。

报告期内，公司线下销售覆盖全国 33 个省级行政区，整体收入占比在 70%至 80%之间，其中，西南地区是公司最主要的销售区域，各期销售占比在 20%左右，主要是因为：1）西南地区是公司最早布局的重点区域市场之一，通过各渠道多年深耕，品牌门店数量众多，市场渗透率高；2）西南地区拥有众多原生态高山植物资源和丰富的民族文化传统，当地消费者对高山植物护肤理念接受度快、认可度高；3）公司与地处西南的中国科学院昆明植物研究所合作设立了研发中心，共同开展产品研发，深得消费者信任。

报告期内，公司线上销售占主营业务收入的比例在 20%至 30%之间，整体较为稳定。

（4）分季度主营业务收入分析

报告期各期，公司分季度主营业务收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	**42,442.37**	**19.59%**	44,567.91	20.68%	45,127.55	20.99%
第二季度	**53,493.97**	**24.69%**	53,022.08	24.60%	51,759.41	24.07%
第三季度	**50,895.09**	**23.49%**	49,180.81	22.82%	49,958.89	23.24%
第四季度	**69,791.07**	**32.22%**	68,726.01	31.89%	68,154.64	31.70%
合计	**216,622.50**	**100.00%**	**215,496.81**	**100.00%**	**215,000.49**	**100.00%**

报告期各期，受“双 11”“双 12”“双旦节”等大型促销活动影响，公司在第四季度实现的收入占比也普遍高于前三季度，具有合理性。

3、第三方回款情况

经销商通过直订系统向公司下单采购时可通过以下两种方式完成付款：（1）银行转账；（2）线上聚合转账，即经销商在直订系统中通过微信支付或支付宝完成付款。

在银行转账方式下，公司第三方回款情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
经销商直系亲属	**2,293.02**	**1.06%**	1,818.39	0.84%	1,713.14	0.80%
其他	**1,770.79**	**0.82%**	2,081.17	0.97%	1,840.63	0.86%
合计	**4,063.81**	**1.88%**	**3,899.56**	**1.81%**	**3,553.77**	**1.65%**

注：占比系指占公司主营业务收入的比例

报告期各期，银行转账方式下公司第三方回款金额分别为 3,553.77 万元、3,899.56 万元和 **4,063.81 万元**，占各期主营业务收入比例分别为 1.65%、1.81%和 **1.88%**，金额及占比均较小，且回款方主要为经销商直系亲属，系客户出于交易习惯和支付便利性考虑，使用直系亲属银行账户直接支付货款所致，具有商业合理性。根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》，该等第三方回款属于与经营模式相关、符合行业经营特点的第三方回款。剔除前述款项后，报告期各期其他第三方回款的金额分别为 1,840.63 万元、2,081.17 万元和 **1,770.79 万元**，占各期主营业务收入的比例分别为 0.86%、0.97%和 **0.82%**。

在线上聚合转账方式下，由于必须通过经销商专属直订账户完成付款，因此，付款人及公司均对该支付行为对应的经销商不存在任何争议，付款资金来源均为经销商本人自有或自筹资金。

（二）营业成本分析

1、营业成本分析

报告期各期，公司营业成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务	**85,043.39**	**99.96%**	88,564.98	99.97%	85,262.52	99.97%
其他业务	**31.28**	**0.04%**	25.34	0.03%	25.34	0.03%
合计	**85,074.67**	**100.00%**	**88,590.32**	**100.00%**	**85,287.85**	**100.00%**

公司营业成本以主营业务成本为主，报告期各期，主营业务成本占营业成本的比例均在 99.9%以上，与营业收入的构成相匹配。

2、主营业务成本分析

（1）分产品类型主营业务成本分析

报告期各期，公司分产品类型主营业务成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
水乳膏霜	**39,941.01**	**46.97%**	43,141.54	48.71%	40,734.86	47.78%
精华及精华油	**12,875.42**	**15.14%**	10,676.61	12.06%	11,636.88	13.65%
面膜	**20,867.69**	**24.54%**	23,062.67	26.04%	21,843.98	25.62%
其他	**11,359.27**	**13.36%**	11,684.16	13.19%	11,046.80	12.96%
合计	**85,043.39**	**100.00%**	**88,564.98**	**100.00%**	**85,262.52**	**100.00%**

报告期内，公司分产品类型主营业务成本构成情况较为稳定。

报告期内，公司水乳膏霜、精华及精华油在成本构成中的占比低于其在收入构成中的占比，而面膜恰恰相反，主要是因为：公司在为不同类型、不同系列的产品销售定价时，会结合产品功效、产品定位、同类市场竞品情况等，设定差异化的毛利率水平，其中水乳膏霜、精华及精华油设定的毛利率水平显著高于面膜，因此前两者在收入构成中占比更高，而后者在成本构成中占比较高。

（2）分成本项目主营业务成本分析

报告期各期，公司主营业务成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自主生产（直接材料）	32,813.84	38.58%	33,959.56	38.34%	31,394.44	36.82%
自主生产（直接人工）	1,555.50	1.83%	1,615.68	1.82%	1,503.32	1.76%
自主生产（制造费用）	1,130.49	1.33%	1,060.28	1.20%	1,177.95	1.38%
外协成本（OEM）	11,349.91	13.35%	10,567.99	11.93%	12,181.08	14.29%
其中：客供料原材料	2,097.56	2.47%	3,256.79	3.68%	3,063.70	3.59%
客供料人工制费	26.55	0.03%	66.92	0.08%	62.23	0.07%
OEM 费用	9,225.79	10.85%	7,244.28	8.18%	9,055.15	10.62%
外购成本（ODM）	31,838.78	37.44%	34,147.38	38.56%	32,815.01	38.49%
运输费用	6,354.87	7.47%	7,214.10	8.15%	6,190.73	7.26%
合计	85,043.39	100.00%	88,564.98	100.00%	85,262.52	100.00%

注：报告期内，公司将 OEM 及 ODM 模式下的客供料的原材料成本以及 OEM 费用、ODM 采购等外协或外购成本确认为直接材料成本，客供料的人工与制造费用成本分别确认为直接人工成本与制造费用成本

报告期各期，受公司不同产品的自主生产与 OEM/ODM 生产比例变动调整的影响，自主生产直接材料成本、外协成本及外购成本各自占比有所波动，但三者合计占比保持在 88%至 90%之间，较为稳定。

（三）毛利及毛利率分析

1、毛利及主营业务毛利分析

报告期各期，公司分别实现销售毛利 129,820.98 万元、126,981.39 万元**和 131,629.65 万元**，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务	131,579.11	99.96%	126,931.82	99.96%	129,737.98	99.94%
其他业务	50.54	0.04%	49.57	0.04%	83.00	0.06%
合计	131,629.65	100.00%	126,981.39	100.00%	129,820.98	100.00%

报告期各期，公司分别实现主营业务毛利 129,737.98 万元、126,931.82 万元**和 131,579.11 万元**，其中分产品类型而言，报告期内，水乳膏霜、精华及精华油合计贡献了主营业务毛利的 85%至 90%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
水乳膏霜	**77,265.04**	**58.72%**	78,654.44	61.97%	76,083.65	58.64%
精华及精华油	**41,371.47**	**31.44%**	35,856.75	28.25%	37,350.69	28.79%
面膜	**12,502.26**	**9.50%**	12,011.47	9.46%	14,852.45	11.45%
其他	**440.33**	**0.33%**	409.16	0.32%	1,451.18	1.12%
合计	**131,579.11**	**100.00%**	**126,931.82**	**100.00%**	**129,737.98**	**100.00%**

分销售模式而言，公司经销模式收入实现金额高于直营模式，虽然经销模式下毛利率较低，但经销模式贡献的毛利占主营业务毛利的比例仍略高于直营模式，报告期各期保持在 55%左右，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
经销	**75,756.70**	**57.58%**	70,754.46	55.74%	72,461.63	55.85%
直营	**55,822.41**	**42.42%**	56,177.36	44.26%	57,276.34	44.15%
合计	**131,579.11**	**100.00%**	**126,931.82**	**100.00%**	**129,737.98**	**100.00%**

2、毛利率及主营业务毛利率分析

报告期各期，公司毛利率情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
综合毛利率	**60.74%**	58.90%	60.35%
主营业务毛利率	**60.74%**	58.90%	60.34%

报告期各期，公司综合毛利率分别为 60.35%、58.90%**和 60.74%**，主营业务毛利率分别为 60.34%、58.90%**和 60.74%**。报告期内，公司毛利率整体稳定在 55%至 60%左右，变动较小，综合毛利率的变动主要系主营业务毛利率变动所致。

（1）分产品类型主营业务毛利率分析

报告期各期，公司分产品类型主营业务毛利率情况如下：

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
水乳膏霜	**54.11%**	**65.92%**	56.52%	64.58%	54.33%	65.13%

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
精华及精华油	**25.04%**	**76.27%**	21.59%	77.06%	22.78%	76.25%
面膜	**15.40%**	**37.47%**	16.28%	34.25%	17.07%	40.47%
其他	**5.45%**	**3.73%**	5.61%	3.38%	5.81%	11.61%
合计	**100.00%**	**60.74%**	**100.00%**	**58.90%**	**100.00%**	**60.34%**

注：上表中收入占比系占主营业务收入的比重

报告期内，水乳膏霜作为公司最主要的产品类型，毛利率保持在 **65%**左右，变动较小，为公司整体毛利率建立了稳定基础。

2023 年至 2025 年，公司精华及精华油产品毛利率保持在 75%至 80%之间，整体保持平稳。

2024 年，公司面膜产品毛利率下降至 34.25%，主要系公司大力发展抖音小店模式，将面膜定位为核心引流产品并给予较大促销折扣所致。在这一促销方式推动下，当年度公司通过抖音小店模式销售面膜金额达 3,829.80 万元，较 2023 年的259.55万元提升明显。**2025 年，公司面膜产品毛利率由 34.25%提升至 37.47%，主要系公司适当减少促销活动所致。**

（2）分销售模式主营业务毛利率分析

报告期各期，公司分销售模式主营业务毛利率情况如下：

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
经销	**64.71%**	**54.04%**	63.37%	51.81%	63.82%	52.81%
直营	**35.29%**	**73.02%**	36.63%	71.16%	36.18%	73.62%
合计	**100.00%**	**60.74%**	**100.00%**	**58.90%**	**100.00%**	**60.34%**

注：上表中收入占比系占主营业务收入的比重

横向对比来看，报告期内，公司经销模式毛利率低于直营模式，主要原因为：直营模式下，公司直接面向终端消费者，而经销模式下，经销商向公司采购后，通过授权专卖店或电商平台再向消费者销售，公司为其留有一定的利润空间，因此相比于直营模式，经销模式下，公司产品售价较低，毛利率也较低。

纵向对比来看，**报告期内，公司经销模式毛利率保持在 50%至 55%之间，直营模式毛利率则稳定在 70%至 75%之间，整体保持稳定。**

（3）与同行业可比上市公司毛利率对比分析

报告期各期，公司主营业务毛利率与同行业可比上市公司对比如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
珀莱雅	**73.31%**	71.41%	70.00%
贝泰妮	**74.59%**	73.84%	73.96%
丸美生物	**74.53%**	73.70%	70.70%
水羊股份	**65.48%**	62.91%	58.46%
平均数	**71.98%**	**70.47%**	**68.28%**
植物医生	**60.74%**	58.90%	60.34%

数据来源：珀莱雅、贝泰妮、丸美生物、水羊股份定期报告

报告期内，公司毛利率低于贝泰妮、珀莱雅和丸美生物，主要系销售模式不同所致，具体而言：公司以经销模式为主，报告期各期经销模式收入占主营业务收入的比例均在 60%以上，而前述同行业可比上市公司均以直营模式为主，根据其公开披露信息：**报告期内，**珀莱雅线上直营模式收入占主营业务收入比例已超过 75%；报告期内，贝泰妮直营模式收入占主营业务收入比例保持在 60%左右；丸美生物 **2024 年**线上直营**销售**占**总收入的比例达 71.0%**。由于经销模式下，公司需为经销商留有一定的利润空间，因此毛利率低于直营模式，从而使得公司整体毛利率不及上述三家同行业可比上市公司。仅就直营模式而言，报告期各期，公司直营模式毛利率分别为 73.62%、71.16%**和 73.02%**，与珀莱雅、贝泰妮、丸美生物较为接近。

水羊股份虽也以直营模式为主，**2025 年**直营模式收入占营业收入的比例为**76.25%**，高于公司，但其报告期内毛利率水平与公司较为接近，主要是因为，水羊股份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），**2025 年度** CP 体系收入占比**约为 60%**，而相较于自有品牌，CP 体系毛利率水平相对较低。若仅对比自有品牌，**2025 年**水羊股份毛利率为 **78.20%**，与同期公司直营模式毛利率较为接近。

（四）期间费用分析

报告期各期，公司期间费用具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	收入占比	金额	收入占比	金额	收入占比
销售费用	**80,223.08**	**37.02%**	74,315.06	34.47%	73,923.90	34.37%
管理费用	**17,738.87**	**8.19%**	16,018.26	7.43%	19,462.63	9.05%
研发费用	**5,969.03**	**2.75%**	6,633.45	3.08%	7,587.63	3.53%
财务费用	**1,803.95**	**0.83%**	1,888.93	0.88%	2,021.71	0.94%
合计	**105,734.92**	**48.79%**	**98,855.70**	**45.86%**	**102,995.87**	**47.88%**

注：上表中收入占比系占营业收入的比重

报告期各期，公司期间费用金额分别为 102,995.87 万元、98,855.70 万元**和 105,734.92 万元**，占营业收入的比例较为稳定，整体保持在 45%至 50%**之间**。公司期间费用以销售费用为主，符合化妆品行业惯例。

1、销售费用分析

（1）销售费用构成及变动分析

报告期各期，公司销售费用金额分别为 73,923.90 万元、74,315.06 万元**和 80,223.08 万元**，占营业收入的比例分别为 34.37%、34.47%**和 37.02%**，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	**31,543.91**	**39.32%**	30,588.83	41.16%	28,696.96	38.82%
场地租金及物业费	**19,044.71**	**23.74%**	20,302.93	27.32%	20,187.96	27.31%
品牌及广告宣传费	**13,200.45**	**16.45%**	8,943.28	12.03%	10,003.33	13.53%
电商运营费用	**11,063.43**	**13.79%**	8,879.16	11.95%	9,796.08	13.25%
折旧摊销费	**1,364.51**	**1.70%**	1,899.87	2.56%	1,868.42	2.53%
差旅费	**1,881.06**	**2.34%**	1,629.89	2.19%	897.16	1.21%
仓储及调拨费	**759.82**	**0.95%**	736.70	0.99%	899.24	1.22%
办公费用	**758.33**	**0.95%**	652.14	0.88%	825.18	1.12%
其他	**606.85**	**0.76%**	682.25	0.92%	749.57	1.01%
合计	**80,223.08**	**100.00%**	**74,315.06**	**100.00%**	**73,923.90**	**100.00%**

注：其他主要包括人力外包服务费、会议费等

报告期内，公司销售费用主要包括职工薪酬、场地租金及物业费、品牌及广

告宣传费和电商运营费用等，各期具体变动情况如下：

1）职工薪酬

报告期内，伴随公司销售团队的不断壮大和整体销售收入的提高，计入销售费用的职工薪酬逐年增加，分别达到 28,696.96 万元、30,588.83 万元**和 31,543.91 万元**。

2）场地租金及物业费

公司计入销售费用的场地租金及物业费主要系直营门店租赁产生，报告期各期金额分别为 20,187.96 万元、20,302.93 万元**和 19,044.71 万元，整体较为稳定**。

3）品牌及广告宣传费

公司品牌及广告宣传费主要包括公司通过明星代言、互联网及平面广告、终端网点促销活动等方式促进渠道销售和塑造品牌形象而发生的费用支出。公司凭借持续多年、多维度的品牌建设，已在全国范围内建立起良好的品牌知名度和美誉度，**2023 年至 2024 年**，公司**顺应市场趋势**，合理控制相关费用支出，整体呈现平稳下降趋势，各期分别为 10,003.33 万元和 8,943.28 万元。**2025 年，**公司积极通过达人种草、明星代言等方式进行品牌宣传，产生品牌及广告宣传费**13,200.45 万元。**

4）电商运营费用

公司电商运营费用主要包括公司在各电商平台进行产品推广和客户引流产生的费用。**2024 年**，随着公司品牌影响力的持续提升和私域流量池的逐步完善，公司秉承精细化运营策略，重点聚焦高转化率渠道，电商运营费用由 **2023 年**的**9,796.08 万元**下降至 **8,879.16 万元**。**2025 年，公司加大了对抖音等内容电商平台的推广投入，由此电商运营费用增长至 11,063.43 万元。**

（2）与同行业可比上市公司销售费用率对比分析

报告期各期，公司销售费用率与同行业可比上市公司对比如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
珀莱雅	**49.63%**	47.88%	44.61%
贝泰妮	**49.93%**	49.97%	47.26%

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
丸美生物	**59.45%**	55.04%	53.86%
水羊股份	**51.84%**	49.06%	41.35%
平均数	**52.71%**	**50.49%**	**46.77%**
植物医生	**37.02%**	34.47%	34.37%

数据来源：珀莱雅、贝泰妮、丸美生物、水羊股份定期报告

报告期内，公司销售费用率整体低于同行业可比公司平均水平，具体而言：公司以线下销售为主，各期线下销售占比在 70%至 80%之间，而同行业可比上市公司均以线上销售为主，珀莱雅、贝泰妮、丸美生物和水羊股份 **2025 年度**线上收入占营业收入的比例分别为 **95.58%**、**74.10%**、**88.56%**和 **89.41%**。线上渠道为主使得同行业可比上市公司需向天猫、抖音、京东等电商平台支付较多费用进行品牌宣传推广和人群精准投流，而线下渠道为主使得公司对线上流量采买的依赖度较低，由此公司整体销售费用率低于同行业可比上市公司。

2、管理费用分析

（1）管理费用构成及变动分析

报告期各期，公司管理费用金额分别为 19,462.63 万元、16,018.26 万元**和 17,738.87 万元**，占营业收入的比例分别为 9.05%、7.43%**和 8.19%**，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	**10,387.51**	**58.56%**	9,876.00	61.65%	11,546.58	59.33%
场地租金及物业费	**1,504.75**	**8.48%**	1,610.98	10.06%	1,766.29	9.08%
股份支付	**1,637.85**	**9.23%**	806.47	5.03%	1,596.15	8.20%
会议费	**440.93**	**2.49%**	643.90	4.02%	694.67	3.57%
咨询服务费	**422.94**	**2.38%**	404.13	2.52%	883.11	4.54%
信息技术服务费	**590.75**	**3.33%**	544.45	3.40%	433.83	2.23%
差旅费	**648.66**	**3.66%**	521.40	3.26%	774.34	3.98%
办公费用	**626.32**	**3.53%**	514.04	3.21%	478.22	2.46%
其他	**1,479.15**	**8.34%**	1,096.89	6.85%	1,289.44	6.63%
合计	**17,738.87**	**100.00%**	**16,018.26**	**100.00%**	**19,462.63**	**100.00%**

注：其他主要包括残疾人就业保障金、劳务费等

报告期内，公司管理费用主要包括职工薪酬、场地租金及物业费和股份支付等，各期具体变动情况如下：

1）职工薪酬

报告期各期，公司计入管理费用的职工薪酬分别为 11,546.58 万元、9,876.00 万元**和 10,387.51 万元**。2024 年，公司根据收入、利润增长目标实现情况，适当调整管理人员薪酬，下降至 9,876.00 万元。**2025 年，公司计入管理费用的职工薪酬较 2024 年保持稳定。**

2）场地租金及物业费

报告期内，公司加强成本费用管控，部分子公司重新租赁办公场所，场地租金及物业费逐年降低，各期分别为 1,766.29 万元、1,610.98 万元**和 1,504.75 万元**，占管理费用的比例分别为 10.83%、9.08%、10.06%**和 8.48%**。

3）股份支付

报告期各期，公司因股份支付确认的管理费用金额分别为 1,596.15 万元、806.47 万元**和 1,637.85 万元**，占管理费用的比例分别为 8.20%、5.03%**和 9.23%**，主要系公司对核心员工实施股权激励所致。

（2）与同行业可比上市公司管理费用率对比分析

报告期各期，公司管理费用率与同行业可比上市公司对比如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
珀莱雅	**3.81%**	3.39%	5.11%
贝泰妮	**9.24%**	8.94%	7.48%
丸美生物	**4.65%**	3.65%	4.89%
水羊股份	**5.69%**	6.15%	5.24%
平均数	**5.85%**	**5.54%**	**5.68%**
植物医生	**8.19%**	7.43%	9.05%

数据来源：珀莱雅、贝泰妮、丸美生物、水羊股份定期报告

报告期内，公司管理费用率普遍高于同行业可比上市公司，主要原因为：1）同行业可比上市公司整体收入规模较大，规模效应下，管理费用率水平较低；2）公司以线下销售为主的业务模式，通过连锁经营门店满足顾客一站式购物需求，

为消费者提供到店服务，建立信任纽带的同时，也意味着公司需在各地建立分子公司，租赁办公场所、配置管理人员，产生更多的场地租金及物业费和职工薪酬。

3、研发费用分析

（1）研发费用构成及变动分析

报告期各期，公司研发费用金额分别为 7,587.63 万元、6,633.45 万元**和 5,969.03 万元**，占营业收入的比例分别为 3.53%、3.08%**和 2.75%**，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	**3,083.87**	**51.66%**	3,371.01	50.82%	3,911.75	51.55%
折旧、摊销及租赁费	**1,105.71**	**18.52%**	1,130.41	17.04%	991.48	13.07%
委外研发费	**508.71**	**8.52%**	662.16	9.98%	1,231.34	16.23%
产品检验检测费	**546.11**	**9.15%**	418.24	6.31%	617.64	8.14%
材料费用	**161.00**	**2.70%**	236.16	3.56%	282.07	3.72%
其他费用	**563.62**	**9.44%**	815.46	12.29%	553.35	7.29%
合计	**5,969.03**	**100.00%**	**6,633.45**	**100.00%**	**7,587.63**	**100.00%**

注：其他主要包括知识产权注册及代理费用、差旅费用、直接动力及燃料费用等

报告期内，公司研发费用主要包括职工薪酬，折旧、摊销及租赁费，委外研发费用和产品检验检测费等。**报告期内，公司研发费用呈现下降趋势**，一方面是因为公司研发人员数量有所减少，职工薪酬相应降低，具体原因参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“六、公司核心技术和研发情况”之“（四）研发人员情况”；另一方面是因为公司委托外部研发机构研发项目尚未实现阶段性研发成果，公司委外研发费用有所下降。

报告期各期，公司主要研发项目情况如下：

单位：万元

项目	项目预算	2025 年度费用支出	2024 年度费用支出	2023 年度费用支出	实施进度
高山植物美白功效成分研究及系列产品开发	3,280.00	**11.57**	419.74	1,124.77	**已**结项
石斛活性精萃关键技术研究及其产业应用	1,700.00	**-**	-	350.00	已结项
促进角质更新的化妆品组合物的	1,440.00	**-**	-	262.46	已结

项目	项目预算	2025年度费用支出	2024年度费用支出	2023年度费用支出	实施进度
研发					项
高山植物美白新成分与美白新技术研发	**1,350.00**	**210.96**	**-**	**-**	**未结项**
植物医生小植商城活动引擎研发	**1,200.00**	**604.56**	**-**	**-**	**未结项**
高阻隔产品包装材料研发与应用	1,060.00	-	-	176.68	已结项
具有美白、防脱等特殊护肤功效的原料开发及应用研究	1,000.00	**225.21**	-	-	未结项
具有紧致、抗皱等普通护肤功效的护肤原料开发及应用研究	1,000.00	**232.77**	-	-	未结项
植物医生美导助手 sop 优化研发	1,000.00	**748.70**	-	-	未结项
植物医生店务通系统 V3.0 研发	**1,000.00**	**264.45**	**-**	**-**	**未结项**
植物医生小植商城系统平台研发	925.00	-	-	922.04	已结项
具有抗皱紧致提升胶原蛋白含量的灵芝护肤品研发	900.00	-	431.90	201.77	已结项
植物医生门户系统研发	815.00	-	813.88	-	已结项
植物医生库存管理系统研发	800.00	-	789.39	-	已结项
石斛寡糖及多糖抗衰活性机制与工艺研究	**800.00**	**267.28**	**148.54**	**-**	**未结项**
植物来源增效防晒功效护肤品的研发	750.00	**132.30**	252.30	259.38	**已**结项
植物医生物流管理系统研发	700.00	-	673.35	-	已结项
具有修复和降低敏感度功效的植物护肤产品的研发	660.00	-	-	265.55	已结项
含有紧致抗皱组合物的功效护肤品的研究及应用（黑松露）	**600.00**	**225.54**	**100.98**	**-**	**未结项**
植物医生数据仓库建设系统研发	600.00	**555.32**	-	-	未结项
具有抗衰功效的铁皮石斛原液提取及应用研究	560.00	-	348.75	206.67	已结项
植物医生门店直订系统研发	515.00	-	-	512.95	已结项
含有松茸的抗衰功效护肤品研究	500.00	**86.00**	108.67	168.54	**已**结项
铁皮石斛发酵滤液制备工艺的研发	500.00	**100.50**	-	-	**已**结项

（2）与同行业可比上市公司研发费用率对比分析

报告期各期，公司研发费用率与同行业可比上市公司对比如下：

项目	2025年度	2024年度	2023年度

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
珀莱雅	**2.05%**	1.95%	1.95%
贝泰妮	**4.43%**	5.15%	5.41%
丸美生物	**2.47%**	2.48%	2.80%
水羊股份	**2.22%**	1.94%	1.70%
平均数	**2.79%**	**2.88%**	**2.97%**
植物医生	**2.75%**	3.08%	3.53%

数据来源：珀莱雅、贝泰妮、丸美生物、水羊股份定期报告

报告期内，公司高度重视研发投入，各期研发费用率稳定在 **2.5%**至 3.5%左右，高于珀莱雅、丸美生物和水羊股份。报告期内，公司研发费用率低于贝泰妮，主要是因为贝泰妮除护肤品和彩妆外，还从事部分医疗器械产品相关的研发，研发领域涵盖基础研究、工艺技术研究等，研发支出相对较多。

4、财务费用分析

（1）财务费用构成及变动分析

报告期各期，公司财务费用金额分别为 2,021.71 万元、1,888.93 万元**和 1,803.95 万元**，占营业收入的比例分别为 0.94%、0.88%**和 0.83%**，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
租赁负债利息支出	**1,352.85**	**74.99%**	1,582.59	83.78%	1,719.18	85.04%
减：利息收入	**56.98**	**3.16%**	124.32	6.58%	207.33	10.26%
汇兑损益	**29.09**	**1.61%**	-0.12	-0.01%	28.43	1.41%
手续费	**478.99**	**26.55%**	430.78	22.81%	481.43	23.81%
合计	**1,803.95**	**100.00%**	**1,888.93**	**100.00%**	**2,021.71**	**100.00%**

报告期内，公司财务费用主要为直营门店租赁负债利息支出，各期金额分别为 1,719.18 万元、1,582.59 万元**和 1,352.85 万元**，占财务费用的比例分别为 85.04%、83.78%**和 74.99%**。

（2）与同行业可比上市公司财务费用率对比分析

报告期各期，公司财务费用率与同行业可比上市公司对比如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
珀莱雅	**-0.27%**	-0.33%	-0.66%
贝泰妮	**0.20%**	-0.01%	-0.39%
丸美生物	**-0.52%**	-0.47%	-0.65%
水羊股份	**1.90%**	1.64%	1.44%
平均数	**0.33%**	**0.20%**	**-0.06%**
植物医生	**0.83%**	0.88%	0.94%

数据来源：珀莱雅、贝泰妮、丸美生物、水羊股份定期报告

报告期各期，公司财务费用率高于珀莱雅、贝泰妮和丸美生物，主要是因为公司以线下销售为主的经营模式带来了较多的直营门店租赁负债利息支出。**报告期内，**公司财务费用率低于水羊股份，主要系水羊股份于 2023 年发行可转换公司债券，利息费用较高所致。

（五）利润表其他项目分析

1、其他收益分析

报告期各期，公司其他收益金额分别为 645.90 万元、675.42 万元**及 577.27 万元**，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
税费减免、增值税加计扣除	**470.51**	466.50	487.27
政府补助收入	**71.98**	179.15	126.29
个税手续费返还	**34.79**	29.77	32.34
合计	**577.27**	**675.42**	**645.90**

报告期内，公司其他收益主要由部分分子公司作为增值税小规模纳税人享受的税费减免、广东植物医生享受的增值税加计扣除，以及与公司日常经营活动相关的政府补助构成。

报告期内，公司计入其他收益的政府补助均与收益相关，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
稳岗补贴	**38.76**	43.69	32.93
重点人群补贴	**-**	42.97	-

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
IT 助成（补贴）金	-	33.11	-
政府扶持资金	13.00	19.00	10.00
特殊人群退税奖励	4.03	15.08	-
2021 年度重点企业奖励	-	-	30.00
转引政策奖励	-	-	15.00
水电补贴	-	-	10.00
科创十条奖励	-	0.40	10.00
社保退费	-	-	6.19
就业补助	-	6.56	3.10
高新企业政府补助费	-	0.70	-
留工补助	-	0.57	1.65
其他小额补助款	16.18	17.08	7.42
合计	**71.98**	**179.15**	**126.29**

2、投资收益

报告期各期，公司投资收益金额分别为 810.55 万元、598.52 万元**及 469.63 万元**，主要系投资银行理财产品所获收益，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
处置交易性金融资产取得的投资收益	281.98	461.72	741.73
债权投资持有期间的投资收益	150.97	136.79	60.29
处置债权投资取得的投资收益	36.69	-	8.53
合计	**469.63**	**598.52**	**810.55**

3、公允价值变动收益

报告期各期，公司公允价值变动收益金额分别为 947.32 万元、1,568.03 万元**和 1,491.86 万元**，系公司投资的非保本浮动收益理财以及结构性存款公允价值变动产生的收益。

4、信用减值损失

报告期内，公司信用减值损失为应收账款和其他应收款坏账损失，各期金额分别为-34.29 万元、-64.80 万元**和-173.19 万元**。报告期内，公司应收账款及其他应收款回款情况良好，各期信用减值损失金额较小。

5、资产减值损失

报告期各期，公司资产减值损失金额分别为-668.43 万元、-708.57 万元**和-664.35 万元**，均为存货跌价损失及合同履约成本减值损失。

6、资产处置收益

报告期内，公司因处置使用权资产、固定资产等产生资产处置收益，各期金额分别为 165.22 万元、144.83 万元**和 174.78 万元**。

7、营业外收支分析

报告期各期，公司营业外收支情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
营业外收入	**21.21**	**20.69**	**48.14**
违约赔偿收入	**16.68**	13.48	37.17
其他	**4.53**	7.22	10.97
营业外支出	**387.15**	**291.47**	**168.68**
对外捐赠	**340.00**	200.00	120.00
违约金及赔偿	**20.52**	75.72	37.02
非流动资产毁损报废损失	**4.74**	6.41	0.38
行政罚款及滞纳金	**21.59**	6.09	5.60
其他	**0.30**	3.25	5.68

报告期各期，公司营业外收入金额分别为 48.14 万元、20.69 万元**和 21.21 万元**，主要为对手方违约赔偿收入。

报告期各期，公司营业外支出金额分别为 168.68 万元、291.47 万元**和 387.15 万元**，包括对外捐赠、违约金及赔偿等。**报告期各期**，公司积极履行社会责任，分别捐赠 120 万元、200 万元**和 340 万元**，使得营业外支出金额较高。

（六）非经常性损益分析

报告期各期，公司非经常性损益情况参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“六、非经常性损益情况”。

（七）纳税情况分析

1、增值税

报告期各期，公司增值税缴纳情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
期初未交	**-251.15**	-134.80	-104.23
本期应交	**11,891.82**	10,329.50	10,980.47
本期已交	**10,961.10**	10,445.86	11,011.04
期末未交	**679.57**	-251.15	-134.80

2、所得税

报告期各期，公司所得税费用情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
当期所得税费用	**3,961.05**	4,693.23	4,489.29
递延所得税费用	**260.81**	-147.95	-299.65
合计	**4,221.86**	**4,545.29**	**4,189.64**

报告期各期，公司所得税缴纳情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
期初未交	**2,298.64**	2,390.25	1,424.60
本期应交	**3,961.05**	4,693.23	4,489.29
本期已交	**5,413.04**	4,784.85	3,523.64
期末未交	**846.65**	2,298.64	2,390.25

3、重大税收政策变化及税收优惠

报告期内，公司不存在重大税收政策变化。

报告期内，公司税收优惠情况参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“五、主要税项”之“（二）税收优惠政策及依据”。

（八）研发投入分析

报告期内，公司无资本化的开发支出，研发投入均为费用化的研发费用。

报告期各期，公司研发投入金额分别为 7,587.63 万元、6,633.45 万元和 5,969.03 万元，最近三年累计研发投入达 20,190.10 万元，占最近三年累计营业收入的比例为 3.12%。报告期各期，公司研发费用具体构成参见本招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“八、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”之“3、研发费用分析”。

九、资产质量分析

报告期各期末，公司资产构成及变动情况如下：

单位：万元

项目	2025-12-31		2024-12-31		2023-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	156,483.74	79.81%	139,965.54	76.70%	125,350.21	70.70%
非流动资产	39,580.60	20.19%	42,530.34	23.30%	51,938.44	29.30%
合计	196,064.34	100.00%	182,495.88	100.00%	177,288.65	100.00%

报告期内，随着公司经营规模的扩大以及经营成果的持续积累，公司期末资产总额逐年增加，分别达到 177,288.65 万元、182,495.88 万元及 196,064.34 万元，其中流动资产占比在 70%至 80%之间，非流动资产占比在 20%至 30%之间，资产结构较为稳定。

（一）流动资产分析

公司流动资产主要包括货币资金、交易性金融资产、预付款项、其他应收款、存货和一年内到期的非流动资产。报告期各期末，公司流动资产的构成及变动情况如下：

单位：万元

项目	2025-12-31		2024-12-31		2023-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	20,854.74	13.33%	23,877.40	17.06%	28,216.52	22.51%
交易性金融资产	104,745.36	66.94%	82,368.83	58.85%	68,693.31	54.80%
应收账款	678.17	0.43%	99.63	0.07%	109.31	0.09%
预付款项	2,636.22	1.68%	2,426.72	1.73%	2,924.47	2.33%
其他应收款	5,905.05	3.77%	5,727.57	4.09%	5,358.33	4.27%
存货	15,752.82	10.07%	22,328.19	15.95%	19,205.50	15.32%

项目	2025-12-31		2024-12-31		2023-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一年内到期的非流动资产	4,804.61	3.07%	2,110.29	1.51%	-	0.00%
其他流动资产	1,106.77	0.71%	1,026.90	0.73%	842.78	0.67%
合计	156,483.74	100.00%	139,965.54	100.00%	125,350.21	100.00%

1、货币资金

公司货币资金包括库存现金、银行存款及其他货币资金。报告期各期末，公司货币资金余额分别为 28,216.52 万元、23,877.40 万元及 20,854.74 万元，占各期末流动资产的比例分别为 22.51%、17.06%及 13.33%，具体构成及变动情况如下：

单位：万元

项目	2025-12-31		2024-12-31		2023-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	10.69	0.05%	13.05	0.05%	14.72	0.05%
银行存款	20,546.32	98.52%	23,566.99	98.70%	27,932.64	98.99%
其他货币资金	297.74	1.43%	297.36	1.25%	269.15	0.95%
合计	20,854.74	100.00%	23,877.40	100.00%	28,216.52	100.00%

报告期各期末，公司其他货币资金主要为存放在支付宝、抖音钱包等第三方支付平台的资金以及境外子公司在途资金。

2024 年末和 2025 年末，公司货币资金分别较 2023 年末和 2024 年末减少 4,339.12 万元、3,022.66 万元，主要系公司购买银行理财产品增加以及为股东适当分红所致。

2、交易性金融资产

公司为提高闲置资金使用效率，将暂时闲置的货币资金用于购买理财产品，其以公允价值计量且变动计入当期损益，公司将其作为交易性金融资产列报，报告期各期末，余额分别为 68,693.31 万元、82,368.83 万元及 104,745.36 万元，占各期末流动资产的比例分别为 54.80%、58.85%及 66.94%。

3、应收账款

（1）应收账款规模和变动

报告期内，公司对经销商（除京东外）主要采取先款后货的销售政策，对终端消费者均在完成商品交付和货款结算后确认收入，因此公司期末应收账款净额较小。公司应收账款主要为应收百盛商业发展有限公司、武商集团股份有限公司以及上海中免日上商业有限公司等大型商超百货的货款，公司与其签订联营合同，在百货商超内开设联营门店，由百货商超统一向终端消费者收银，商场扣除联营收益后，在合同约定账期内定期向公司回款，因此形成应收账款。报告期各期末，公司应收账款净额分别为 109.31 万元、99.63 万元**及 678.17 万元**，占各期末流动资产的比例分别为 0.09%、0.07%**和 0.43%**。**2025 年末，公司应收账款较 2024 年末增加 578.55 万元，**主要原因为公司在京东平台的业务模式发生改变：由原先公司先销售给其他电商经销商，再由其销售给京东，转变为公司直接向京东销售，而公司给予京东一定账期，导致应收账款相应增加。

（2）应收账款账龄及坏账准备计提情况

报告期各期末，公司应收账款账龄以 1 年以内为主，占比均在 95%以上，具体账龄及坏账准备计提情况如下：

单位：万元

2025-12-31					
类别	**余额**	**比例**	**坏账准备**	**预期信用损失率**	**净额**
单项计提坏账准备	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
按组合计提坏账准备	**713.87**	**100.00%**	**35.69**	**5.00%**	**678.17**
其中：1 年以内	**713.87**	**100.00%**	**35.69**	**5.00%**	**678.17**
1-2 年	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
2-3 年	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
3 年以上	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
合计	**713.87**	**100.00%**	**35.69**	**5.00%**	**678.17**
2024-12-31					
类别	**余额**	**比例**	**坏账准备**	**预期信用损失率**	**净额**
单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备	**104.98**	**100.00%**	**5.35**	**5.10%**	**99.63**
其中：1 年以内	104.58	99.62%	5.23	5.00%	99.35
1-2 年	0.40	0.38%	0.12	30.00%	0.28

2-3 年	-	-	-	-	-
3 年以上	-	-	-	-	-
合计	**104.98**	**100.00%**	**5.35**	**5.10%**	**99.63**
2023-12-31					
类别	**余额**	**比例**	**坏账准备**	**预期信用损失率**	**净额**
单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备	**115.72**	**100.00%**	**6.42**	**5.54%**	**109.31**
其中：1 年以内	113.22	97.84%	5.66	5.00%	107.56
1-2 年	2.47	2.14%	0.74	30.00%	1.73
2-3 年	0.03	0.02%	0.01	50.00%	0.01
3 年以上	-	-	-	-	-
合计	**115.72**	**100.00%**	**6.42**	**5.54%**	**109.31**

报告期内，公司以收入确认时点作为应收账款账龄的起算时点，披露的账龄情况与实际相符。

报告期各期末，对于未来回款可能性较低、已经发生信用减值等的客户，公司将其应收账款单独进行减值测试，并相应计提坏账准备。

2023 年末以及 2024 年末，公司存在少量账龄在 1 年以上的应收账款，主要系个别终止合作的经销商零星的未结费用。

（3）应收账款坏账准备计提比例与同行业可比上市公司对比分析

公司采用账龄分析法对应收账款组合计提坏账准备，计提比例与同行业可比上市公司对比情况如下：

账龄	公司	珀莱雅	贝泰妮	丸美生物	水羊股份
1 年以内	5%	5%	0%-5%	1.59%-3.52%	5%
1-2 年	30%	30%	30%	22.01-58.01%	30%
2-3 年	50%	50%	50%	60.96%	50%
3 年以上	100%	100%	100%	100.00%	100%

数据来源：珀莱雅、贝泰妮、丸美生物、水羊股份定期报告

由上表可知，公司应收账款坏账准备计提比例与珀莱雅、贝泰妮、水羊股份基本一致。报告期各期末，公司应收账款账龄主要集中在 1 年以内，公司对账龄在 1 年以内的应收账款坏账准备计提比例高于丸美生物。综上所述，报告期各期

末，公司应收账款坏账计提谨慎、合理。

（4）应收账款余额前五名单位情况

报告期末各期末，公司应收账款余额前五名情况如下：

单位：万元

2025-12-31						
客户名称	应收账款期末余额	合同资产期末余额	合计余额	合计余额占比	账龄	坏账准备及减值准备金额
北京京东世纪贸易有限公司	469.66	-	469.66	65.79%	1年以内	23.48
唯品会（中国）有限公司	83.56	-	83.56	11.71%	1年以内	4.18
上海漫享尚禾商贸有限公司	22.03	-	22.03	3.09%	1年以内	1.10
武汉武商奥特莱斯商业管理有限公司	21.29	-	21.29	2.98%	1年以内	1.06
信朴电子商务（广东）有限公司	20.67	-	20.67	2.90%	1年以内	1.03
合计	617.21	-	617.21	86.47%	/	30.86
2024-12-31						
客户名称	应收账款期末余额	合同资产期末余额	合计余额	合计余额占比	账龄	坏账准备及减值准备金额
百盛商业发展有限公司哈尔滨分公司	23.77	-	23.77	22.65%	1年以内	1.19
上海漫享尚禾商贸有限公司	18.13	-	18.13	17.27%	1年以内	0.91
武汉武商奥特莱斯商业管理有限公司	14.59	-	14.59	13.90%	1年以内	0.73
上海中免日上商业有限公司	5.28	-	5.28	5.03%	1年以内	0.26
富源国际通商株式会社	5.04	-	5.04	4.80%	1年以内	0.25
合计	**66.81**	-	**66.81**	**63.65%**	/	**3.34**
2023-12-31						
客户名称	应收账款期末余额	合同资产期末余额	合计余额	合计余额占比	账龄	坏账准备及减值准备金额
北京京东世纪贸易有限公司	39.99	-	39.99	34.55%	1年以内	2.00
上海漫享尚禾商贸有限公司	15.02	-	15.02	12.98%	1年以内	0.75
百盛商业发展有限公司哈尔滨分公司	8.96	-	8.96	7.74%	1年以内	0.45

Cellest 株式会社	6.44	-	6.44	5.57%	1 年以内	0.32
武汉武商奥特莱斯商业管理有限公司	4.66	-	4.66	4.03%	1 年以内	0.23
合计	**75.07**	**-**	**75.07**	**64.87%**	**/**	**3.75**

4、预付款项

公司预付款项主要为预付的租金、物业费以及广告宣传费等，报告期各期末余额分别为 2,924.47 万元、2,426.72 万元**及 2,636.22 万元**，占各期末流动资产的比例分别为 2.33%、1.73%**及 1.68%**。

报告期各期末，公司预付款项账龄集中于一年以内，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025-12-31		2024-12-31		2023-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	**2,633.05**	**99.88%**	2,421.11	99.77%	2,918.30	99.79%
1—2 年	**3.17**	**0.12%**	5.36	0.22%	6.11	0.21%
2—3 年	**-**	**-**	0.26	0.01%	0.06	0.00%
合计	**2,636.22**	**100.00%**	**2,426.72**	**100.00%**	**2,924.47**	**100.00%**

5、其他应收款

公司其他应收款主要由因直营门店和生产办公场所租赁缴纳的押金保证金及经销商借款等构成。报告期各期末，公司其他应收款净额分别为 5,358.33 万元、5,727.57 万元**及 5,905.05 万元**，占各期末流动资产的比例分别为 4.27%、4.09%**及 3.77%**，具体构成及变动情况如下：

单位：万元

项目	2025-12-31		2024-12-31		2023-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
押金保证金	**3,786.75**	**61.52%**	4,069.45	68.61%	4,102.13	73.93%
经销商借款	**1,755.44**	**28.52%**	1,035.51	17.46%	901.75	16.25%
结算平台应收款	**203.57**	**3.31%**	558.23	9.41%	353.01	6.36%
备用金及五险一金	**365.38**	**5.94%**	227.72	3.84%	186.57	3.36%
其他	**44.60**	**0.72%**	40.24	0.68%	5.42	0.10%
小计	**6,155.74**	**100.00%**	**5,931.15**	**100.00%**	**5,548.89**	**100.00%**
减：坏账准备	**250.69**	**4.07%**	203.58	3.43%	190.55	3.43%

项目	2025-12-31		2024-12-31		2023-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	5,905.05	95.93%	5,727.57	96.57%	5,358.33	96.57%

公司向经销商提供少量借款主要是为帮助其解决在开设新店、拓展旧店等方面面临的短期资金压力，从而推动其业务快速发展，实现公司产品在全国范围内更广泛、更深度的布局渗透。公司制定了《客户借款管理制度》，对经销商借款的申请条件、申请资料、借款金额限制、借款用途、借款期限、借款合同的签署以及逾期还款应对措施等进行了详细规定。报告期各期末，公司向经销商提供的借款期限主要在 1 年以内，且回款情况良好。

为提高交易效率，对于经销商，其可通过公司自行开发的“直订系统”进行下单并以微信支付或支付宝方式完成付款，相关款项会由结算平台在下一工作日汇总转入公司银行账户；对于终端客户，其在线下直营门店购物时也可通过扫描台牌、POS 刷卡等方式完成支付，相关款项会由结算平台在下一自然日汇总转入公司银行账户。上述结算平台收到款项与转入公司银行账户存在的时间性差异使得期末时点公司存在结算平台应收款，各期金额分别为 353.01 万元、558.23 万元和 203.57 万元。

根据主管部门要求，公司需为部分省市员工预缴次月的五险一金，相关金额公司计入其他应收款。

6、存货

公司存货主要由原材料和库存商品构成，还包含少量在产品、委托加工物资和发出商品。报告期各期末，公司的存货净额分别为 19,205.50 万元、22,328.19 万元及 15,752.82 万元，占各期末流动资产的比例分别为 15.32%、15.95%及 10.07%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025-12-31			2024-12-31			2023-12-31		
	账面余额	存货跌价准备	账面净额	账面余额	存货跌价准备	账面净额	账面余额	存货跌价准备	账面净额
原材料	1,407.47	64.33	1,343.14	1,762.79	218.82	1,543.97	1,689.35	190.70	1,498.65
在产品	266.89	-	266.89	373.07	2.11	370.95	315.62	0.88	314.74
库存商品	13,402.13	187.70	13,214.43	20,050.85	526.69	19,524.17	17,320.39	537.60	16,782.79

项目	2025-12-31			2024-12-31			2023-12-31		
	账面余额	存货跌价准备	账面净额	账面余额	存货跌价准备	账面净额	账面余额	存货跌价准备	账面净额
委托加工物资	**361.73**	**0.01**	**361.72**	344.54	0.10	344.44	193.81	1.09	192.72
发出商品	**566.64**	**-**	**566.64**	544.66	-	544.66	416.59	-	416.59
合计	**16,004.86**	**252.04**	**15,752.82**	**23,075.91**	**747.72**	**22,328.19**	**19,935.76**	**730.27**	**19,205.50**

2024年末，公司存货余额较2023年末增加3,140.15万元，同比提高15.75%，主要原因为：（1）公司大力发展抖音小店模式，当年度通过抖音小店渠道实现销售收入5,925.99万元，较2023年的815.13万元提升明显。由于该模式下公司直接向终端消费者发货，为满足消费即时性需求，公司适当加大了备货量；（2）2024 年，公司新推出“黑松露赋活新生”和“光甘草定”系列产品，在推广期备货较多且单位成本较高，使得公司期末存货金额有所增加。**2025 年末，公司优化库存管理，存货余额较2024年末有所下降。**

公司遵循存货成本与可变现净值孰低法计量，根据个别认定原则，结合实际经营情况，对临近保质期的库存商品、原材料和在产品，以及有质量问题等原因无法使用或销售的存货按照账面成本全额或部分计提存货跌价准备，计入当期损益。报告期各期末，公司存货跌价准备余额分别为730.27万元、747.72万元**及252.04万元**，占当期末存货余额的比例分别为3.66%、3.24%**及1.57%**。

7、一年内到期的非流动资产

公司一年内到期的非流动资产系公司购买的可转让、不可提前支取的大额存单，报告期各期末余额分别为0元、2,110.29万元**和4,804.61万元**，占各期末流动资产的比例分别为0.00%、1.51%**和3.07%**。

8、其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产主要由待认证、待抵扣增值税进项税，预缴企业所得税、应收退货成本和中介服务费构成。报告期各期末，公司其他流动资产金额分别为842.78万元、1,026.90万元**及1,106.77万元**，占各期末流动资产的比例分别为0.67%、0.73%**及0.71%**，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025-12-31	2024-12-31	2023-12-31
待认证、待抵扣增值税进项税	**252.63**	653.19	734.68

项目	2025-12-31	2024-12-31	2023-12-31
预缴企业所得税	**36.57**	43.44	50.83
应收退货成本	**25.90**	262.70	-
中介服务费	**722.43**	-	-
其他	**69.23**	67.56	57.27
合计	**1,106.77**	**1,026.90**	**842.78**

2024 年末，公司其他流动资产中包含部分应收退货成本，系公司与个别经销商终止合作，经双方协商，将其尚未销售产品退回，公司按照预期将退回产品销售时的账面价值，扣除收回该产品预计发生的成本后的余额，确认为应收退货成本。**2025 年末**，公司其他流动资产中新增中介服务费，主要系公司将预付本次公开发行股票直接相关的保荐费用等计入其他流动资产核算所致。

（二）非流动资产分析

公司非流动资产主要包括债权投资、固定资产、使用权资产、长期待摊费用和递延所得税资产。报告期各期末，公司非流动资产的构成及变动情况如下：

单位：万元

项目	2025-12-31		2024-12-31		2023-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
债权投资	**-**	**-**	2,578.54	6.06%	4,552.04	8.76%
投资性房地产	**359.80**	**0.91%**	385.14	0.91%	410.48	0.79%
固定资产	**1,329.51**	**3.36%**	1,614.97	3.80%	1,929.18	3.71%
使用权资产	**33,152.02**	**83.76%**	33,002.22	77.60%	39,545.16	76.14%
无形资产	**1.00**	**0.00%**	1.21	0.00%	1.54	0.00%
长期待摊费用	**2,115.97**	**5.35%**	1,945.18	4.57%	2,765.37	5.32%
递延所得税资产	**2,622.29**	**6.63%**	2,882.62	6.78%	2,734.67	5.27%
其他非流动资产	**-**	**-**	120.45	0.28%	-	-
合计	**39,580.60**	**100.00%**	**42,530.34**	**100.00%**	**51,938.44**	**100.00%**

1、债权投资

报告期内，公司为提高资金使用效率，将部分闲置资金用于购买大额存单，对于在一年内到期的，列示于一年内到期的非流动资产，其余部分列示于债权投资。报告期各期末，公司债权投资账面价值分别为 4,552.04 万元、2,578.54 万元**及 0 元**，占各期末非流动资产的比重分别为 8.76%、6.06%**及 0.00%**，具体情况

如下：

单位：万元

项目	2025-12-31	2024-12-31	2023-12-31
大额存单	**4,804.61**	4,688.83	4,552.04
减：一年内到期的债权投资	**4,804.61**	2,110.29	-
合计	**-**	**2,578.54**	**4,552.04**

报告期各期末，公司所持有的债权投资不存在重大信用风险，未计提减值准备。

2、投资性房地产

公司投资性房地产系对外出租的一处房产，公司采用成本法计量，报告期各期末账面价值分别为 410.48 万元、385.14 万元**和 359.80 万元**，占各期末非流动资产的比重分别为 0.79%、0.91%**和 0.91%**。

3、固定资产

公司固定资产由机器设备、运输工具、电子设备和办公设备组成。报告期各期末，公司固定资产净额分别为 1,929.18 万元、1,614.97 万元**和 1,329.51 万元**，占各期末非流动资产的比重分别为 3.71%、3.80%**和 3.36%**，具体情况如下：

单位：万元

2025-12-31				
项目	**账面原值**	**累计折旧**	**减值准备**	**账面价值**
机器设备	**2,278.97**	**1,332.38**	**-**	**946.58**
运输工具	**1,336.34**	**1,150.96**	**-**	**185.38**
电子设备	**798.43**	**651.16**	**-**	**147.27**
办公设备	**219.81**	**169.54**	**-**	**50.28**
合计	**4,633.56**	**3,304.05**	**-**	**1,329.51**
2024-12-31				
项目	**账面原值**	**累计折旧**	**减值准备**	**账面价值**
机器设备	2,232.19	1,113.98	-	1,118.21
运输工具	1,489.91	1,232.93	-	256.98
电子设备	818.25	627.43	-	190.83
办公设备	203.97	155.02	-	48.95
合计	**4,744.33**	**3,129.35**	-	**1,614.97**

2023-12-31				
项目	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值
机器设备	2,198.77	905.70	-	1,293.07
运输工具	1,631.55	1,289.24	-	342.31
电子设备	801.74	573.11	-	228.64
办公设备	221.58	156.41	-	65.17
合计	**4,853.65**	**2,924.46**	**-**	**1,929.18**

报告期各期末，公司固定资产账面原值整体变动较小。

报告期内，公司固定资产使用状态良好，不存在减值迹象，期末未计提固定资产减值准备。

4、使用权资产

2021 年 1 月 1 日起，公司执行财政部 2018 年修订的《企业会计准则第 21 号——租赁》，对除应用简化处理的短期租赁和低价值资产租赁以外的房屋建筑物租赁确认使用权资产。报告期各期末，公司使用权资产账面价值分别为 39,545.16 万元、33,002.22 万元**及 33,152.02 万元**，占各期末非流动资产的比重为 76.14%、77.60%**及 83.76%**，具体情况如下：

单位：万元

2025-12-31				
项目	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	**57,812.62**	**24,660.60**	**-**	**33,152.02**
合计	**57,812.62**	**24,660.60**	**-**	**33,152.02**
2024-12-31				
项目	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	59,469.60	26,467.38	-	33,002.22
合计	**59,469.60**	**26,467.38**	**-**	**33,002.22**
2023-12-31				
项目	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	69,479.90	29,934.74	-	39,545.16
合计	**69,479.90**	**29,934.74**	**-**	**39,545.16**

报告期内，公司使用权资产均为房屋及建筑物租赁，系公司及子公司用作直营门店或生产办公场所的租赁房屋。

5、无形资产

公司无形资产包括商标权和软件。报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为 1.54 万元、1.21 万元**和 1.00 万元**，金额和占各期末非流动资产的比例均较小。

6、长期待摊费用

公司将租赁房屋相关的装修费用支出计入长期待摊费用，报告期各期末，账面净额分别为 2,765.37 万元、1,945.18 万元**和 2,115.97 万元**，占各期末非流动资产的比重分别为 5.32%、4.57%**和 5.35%**。

7、递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产形成的主要原因为内部交易未实现利润、股权激励、会员积分及租赁负债等账面价值与计税基础不同，进而形成的可抵扣暂时性差异。报告期各期末，公司递延所得税资产余额分别为 2,734.67 万元、2,882.62 万元**和 2,622.29 万元**，占各期末非流动资产的比重分别为 5.27%、6.78%**和 6.63%**。

8、其他非流动资产

公司其他非流动资产系预付装修款，报告期各期末余额分别为 0.00 元、120.45 万元**和 0.00 元**，占各期末非流动资产的比重分别为 0.00%、0.28%**和 0.00%**。

（三）资产周转能力分析

1、应收账款周转率

报告期各期，公司应收账款周转率与同行业可比上市公司对比如下：

单位：次

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
珀莱雅	**36.04**	24.99	39.87
贝泰妮	**8.57**	9.16	13.28
丸美生物	**84.64**	81.36	45.51
水羊股份	**13.07**	11.28	12.34
平均数	**35.58**	**31.70**	**27.75**
植物医生	**557.22**	2,063.55	1,677.60

数据来源：珀莱雅、贝泰妮、丸美生物、水羊股份定期报告

报告期各期，公司应收账款周转率显著高于同行业可比上市公司，主要系销售模式及客户结构差异所致，具体而言：公司以经销模式为主，主要客户为自然人经销商，在此模式下，公司一般采取先款后货的结算模式，期末应收账款规模较小，周转率较高。同行业可比上市公司虽也存在经销模式，但一方面经销模式收入占比较低，且经销模式中商场、连锁超市等客户较多，与该等客户合作普遍存在一定账期，因此同行业可比上市公司期末应收账款规模较大，周转率不及公司。

2、存货周转率

报告期各期，公司存货周转率与同行业可比上市公司对比如下：

单位：次

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
珀莱雅	**4.37**	4.23	3.65
贝泰妮	**2.40**	1.99	1.83
丸美生物	**3.93**	3.99	4.03
水羊股份	**2.17**	1.93	2.21
平均数	**3.22**	**3.03**	**2.93**
植物医生	**4.47**	4.27	4.36

数据来源：珀莱雅、贝泰妮、丸美生物、水羊股份定期报告

报告期各期，公司存货周转率高于同行业可比上市公司**平均水平**，主要原因为：（1）公司长期以来坚持“植物医生”单品牌运营，相较于同行业可比上市公司的多品牌运营策略，公司单品牌模式下的存货管理效率更高；（2）公司以线下经销模式为主，客户群体稳定，采购需求可预测性强，而同行业可比上市公司普遍以线上直营模式为主，其所面对的终端消费者具有多样化、即时性的消费需求，因此同行业可比上市公司往往需要备有更多库存；（3）公司建立并执行完善的存货管理制度，产品生产和采购计划性强，使得公司存货周转率保持较高水平。

十、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）负债的构成及分析

报告期各期末，公司负债构成及变动情况如下：

单位：万元

项目	2025-12-31		2024-12-31		2023-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	**61,098.38**	**76.11%**	63,419.34	77.27%	69,122.95	75.24%
非流动负债	**19,177.10**	**23.89%**	18,651.61	22.73%	22,743.20	24.76%
合计	**80,275.48**	**100.00%**	**82,070.95**	**100.00%**	**91,866.16**	**100.00%**

公司负债主要由流动负债构成。报告期各期末，流动负债占总负债的比例分别为 75.24%、77.27%**及 76.11%**。

1、流动负债

公司流动负债主要包括应付账款、一年内到期的非流动负债、应付职工薪酬、合同负债、其他应付款和应交税费构成。报告期各期末，公司流动负债的构成及变动情况如下：

单位：万元

项目	2025-12-31		2024-12-31		2023-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付账款	**27,165.49**	**44.46%**	29,070.59	45.84%	30,780.18	44.53%
合同负债	**6,308.81**	**10.33%**	5,247.45	8.27%	4,983.60	7.21%
应付职工薪酬	**5,530.88**	**9.05%**	6,645.27	10.48%	8,209.64	11.88%
应交税费	**2,117.33**	**3.47%**	2,926.04	4.61%	3,250.60	4.70%
其他应付款	**6,706.89**	**10.98%**	6,397.62	10.09%	7,355.51	10.64%
一年内到期的非流动负债	**12,818.63**	**20.98%**	12,483.32	19.68%	14,278.12	20.66%
其他流动负债	**450.35**	**0.74%**	649.05	1.02%	265.30	0.38%
合计	**61,098.38**	**100.00%**	**63,419.34**	**100.00%**	**69,122.95**	**100.00%**

（1）应付账款

公司应付账款主要由应付货款和应付物流费构成。报告期各期末，公司应付账款余额分别为 30,780.18 万元、29,070.59 万元**及 27,165.49 万元**，占各期末流动负债的比重分别为 44.53%、45.84%**及 44.46%**，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025-12-31	2024-12-31	2023-12-31
应付货款	**25,928.56**	27,555.72	29,302.42
应付物流费	**1,234.33**	1,499.70	1,432.04

项目	2025-12-31	2024-12-31	2023-12-31
其他	**2.59**	15.16	45.72
合计	**27,165.49**	**29,070.59**	**30,780.18**

报告期内，公司应付货款整体保持在 27,000 万元至 **30,000 万元**之间，**应付物流费整体保持在 1,200 万元至 1,500 万元之间，**较为稳定。

（2）合同负债

报告期各期末，公司合同负债金额分别为 4,983.60 万元、5,247.45 万元**及 6,308.81 万元**，占各期末流动负债的比例分别为 7.21%、8.27%**及 10.33%**，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025-12-31	2024-12-31	2023-12-31
会员积分	**3,346.15**	3,188.67	2,839.03
预收客户款项	**1,463.84**	1,126.77	1,035.84
返点返利	**1,498.82**	932.01	1,108.73
合计	**6,308.81**	**5,247.45**	**4,983.60**

公司实施会员积分奖励计划，消费者可利用累计消费积分兑换商品。授予消费者的积分奖励作为销售交易的一部分，销售取得的货款或应收货款在商品销售的收入与奖励积分的公允价值之间进行分配，取得的货款或应收货款扣除奖励积分公允价值的部分后确认为收入，奖励积分的公允价值确认为合同负债。

2025 年末，公司合同负债金额较 2024 年末上升 1,061.36 万元，主要原因为当期公司优化返利考核政策，同时经销商终端销售情况良好，完成返利考核目标的经销商数量有所增加，相应导致公司计提的返利金额上升。

公司与主要经销商会按照年度或季度提货额、新开门店数量等进行考核，并在季末或年末根据经销商任务指标完成情况给予相应的返利，用于之后抵扣货款。公司在资产负债表日合理预估并确认返利金额，并将已计提但未使用的返利计入合同负债。

（3）应付职工薪酬

公司职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利和辞退福利。报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为 8,209.64 万元、6,645.27 万元**和 5,530.88 万元**，占各期末

流动负债的比例分别为 11.88%、10.48%**和 9.05%**，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025-12-31	2024-12-31	2023-12-31
短期薪酬	**5,476.19**	6,573.77	8,152.19
离职后福利—设定提存计划	**41.69**	60.71	57.44
辞退福利	**13.00**	10.80	-
合计	**5,530.88**	**6,645.27**	**8,209.64**

（4）其他应付款

公司其他应付款主要为押金保证金、其他应付费用款和柜台装修款等。报告期各期末，公司其他应付款金额分别为 7,355.51 万元、6,397.62 万元**及 6,706.89 万元**，占各期末流动负债的比例分别为 10.64%、10.09%**及 10.98%**，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025-12-31	2024-12-31	2023-12-31
押金保证金	**4,463.56**	4,611.61	4,541.93
其他应付费用款	**1,783.76**	1,284.08	1,454.06
柜台装修款	**267.97**	257.27	868.12
道具支持暂扣款	**-**	75.39	241.98
其他	**191.60**	169.27	249.42
合计	**6,706.89**	**6,397.62**	**7,355.51**

经销商在开设门店时需向公司支付 1 万元押金保证金，公司计入其他应付款。柜台装修款系公司应支付的线下直营门店装修费用。

为鼓励经销客户开设门店、拓展市场，公司为经销商提供门店装修道具支持，先向其收取道具款项，并为其设定门店经营业绩目标，若目标完成，公司会将相关款项以返利形式返还。

2024 年末，公司其他应付款余额较 2023 年末有所下降，主要系当期公司加强了直营门店的成本效益考量，当期新开设直营门店数量减少，期末应付柜台装修款同比降低。**2025 年末，公司其他应付款余额较 2024 年有所上升，主要系公司当期加大品牌宣传与推广资源的投入，期末应付费用款同比提高。**

（5）一年内到期的非流动负债

公司于 2021 年 1 月 1 日开始实行《企业会计准则第 21 号——租赁》，在租赁期开始日，将尚未支付的租赁付款额的现值确认为租赁负债。公司一年内到期的租赁负债在“流动负债——一年内到期的非流动负债”中列示，一年以上的租赁负债在“非流动负债——租赁负债”中列示。

报告期各期末，公司一年内到期的非流动负债金额分别为 14,278.12 万元、12,483.32 万元**及 12,818.63 万元**，占各期末流动负债的比例分别为 20.66%、19.68%**及 20.98%**，均为一年内到期的租赁负债。

（6）其他流动负债

公司其他流动负债包括待转销项税额和应付退货款，报告期各期末，其他流动负债金额分别为 265.30 万元、649.05 万元**和 450.35 万元**，占各期末流动负债的比例分别为 0.38%、1.02%**和 0.74%**。

2、非流动负债

报告期各期末，公司非流动负债金额分别为 22,743.20 万元、18,651.61 万元**和 19,177.10 万元**，**主要**为租赁负债，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025-12-31	2024-12-31	2023-12-31
租赁付款额	**38,506.51**	38,319.30	45,337.09
未确认融资费用	**6,511.27**	7,184.37	8,315.76
减：一年内到期的租赁负债	**12,818.63**	12,483.32	14,278.12
合计	**19,176.61**	**18,651.61**	**22,743.20**

（二）偿债能力分析

1、主要偿债能力指标

报告期各期，公司主要偿债能力指标如下：

项目	2025-12-31	2024-12-31	2023-12-31
流动比率（倍）	**2.56**	2.21	1.81
速动比率（倍）	**2.30**	1.85	1.54
资产负债率（合并）	**40.94%**	44.97%	51.82%
项目	**2025 年度**	**2024 年度**	**2023 年度**

项目	2025-12-31	2024-12-31	2023-12-31
息税折旧摊销前利润（万元）	**47,443.39**	52,290.24	51,014.26
利息保障倍数（倍）	**20.17**	19.15	16.75

注：上述财务指标计算公式如下：

（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=（总负债/总资产）×100%；

（4）息税折旧摊销前利润=利润总额+费用化利息支出＋固定资产折旧＋投资性房地产折旧+使用权资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销；

（5）利息保障倍数=息税前利润/利息支出

2、与同行业可比上市公司偿债能力指标对比分析

报告期各期，公司偿债能力指标与同行业可比上市公司对比如下：

流动比率（倍）	2025-12-31	2024-12-31	2023-12-31
珀莱雅	**4.47**	4.63	2.62
贝泰妮	**3.77**	4.04	4.28
丸美生物	**1.87**	1.85	2.50
水羊股份	**1.86**	2.38	2.21
平均数	**2.99**	**3.23**	**2.90**
植物医生	**2.56**	2.21	1.81
速动比率（倍）	**2025-12-31**	**2024-12-31**	**2023-12-31**
珀莱雅	**4.00**	4.08	2.24
贝泰妮	**3.43**	3.64	3.58
丸美生物	**1.67**	1.71	2.33
水羊股份	**1.24**	1.46	1.45
平均数	**2.59**	**2.72**	**2.40**
植物医生	**2.30**	1.85	1.54
资产负债率（合并）	**2025-12-31**	**2024-12-31**	**2023-12-31**
珀莱雅	**26.17%**	27.14%	39.91%
贝泰妮	**24.42%**	25.48%	19.86%
丸美生物	**26.43%**	31.92%	23.24%
水羊股份	**49.90%**	50.73%	49.58%
平均数	**31.73%**	**33.82%**	**33.15%**
植物医生	**40.94%**	44.97%	51.82%

数据来源：珀莱雅、贝泰妮、丸美生物、水羊股份定期报告

报告期各期末，公司流动比率和速动比率低于同行业可比上市公司平均水平，

资产负债率高于同行业可比公司平均水平，主要原因为：（1）公司系非上市公司，融资渠道相对有限，而同行业可比上市公司拥有更加丰富的股权融资渠道，通过 IPO 和再融资募集了较多资金，有效提升了偿债能力；（2）公司销售模式与同行业可比上市公司存在差异，直营门店数量较多且均通过租赁取得，租赁负债金额较大，导致公司资产负债率较高，流动比率和速动比率较低。报告期内，随着公司经营规模的扩大，盈利能力不断提升，公司流动比率和速动比率逐年提高，资产负债率逐年下降。

（三）股利分配情况

报告期内，公司股利分配情况参见本招股说明书“第九节 投资者保护”之“三、报告期内的股利分配情况”。

（四）现金流量分析

报告期各期，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
一、经营活动产生的现金流量			
经营活动现金流入小计	**242,717.96**	240,966.36	243,349.67
经营活动现金流出小计	**196,329.54**	202,837.79	193,201.12
经营活动产生的现金流量净额	**46,388.41**	38,128.57	50,148.55
二、投资活动产生的现金流量			
投资活动现金流入小计	**159,134.62**	166,861.07	176,433.51
投资活动现金流出小计	**181,175.73**	179,942.43	193,074.31
投资活动产生的现金流量净额	**-22,041.11**	-13,081.36	-16,640.80
三、筹资活动产生的现金流量			
筹资活动现金流入小计	**-**	38.05	-
筹资活动现金流出小计	**27,350.82**	29,508.51	25,365.17
筹资活动产生的现金流量净额	**-27,350.82**	-29,470.47	-25,365.17
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-19.14**	**84.14**	**-0.37**
五、现金及现金等价物净增加额	**-3,022.66**	**-4,339.12**	**8,142.21**
加：期初现金及现金等价物余额	**23,877.40**	28,216.52	20,074.31
六、期末现金及现金等价物余额	**20,854.74**	**23,877.40**	**28,216.52**

1、经营活动产生的现金流量分析

报告期各期，公司经营活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	**237,853.16**	237,154.77	237,542.88
收到的税费返还	**66.28**	93.21	449.55
收到其他与经营活动有关的现金	**4,798.51**	3,718.38	5,357.24
经营活动现金流入小计	**242,717.96**	**240,966.36**	**243,349.67**
购买商品、接受劳务支付的现金	**85,915.76**	102,085.21	95,610.09
支付给职工以及为职工支付的现金	**47,582.66**	47,503.33	43,044.65
支付的各项税费	**17,835.14**	17,025.47	16,740.88
支付其他与经营活动有关的现金	**44,995.98**	36,223.78	37,805.50
经营活动现金流出小计	**196,329.54**	**202,837.79**	**193,201.12**
经营活动产生的现金流量净额	**46,388.41**	**38,128.57**	**50,148.55**

2024 年，公司经营活动产生的现金流量净额较 2023 年减少 12,019.98 万元，主要原因为当年度公司新推出“黑松露赋活新生”和“光甘草定”系列产品，在推广期备货较多，期末存货金额有所增加，全年公司购买商品、接受劳务支付的现金同比提高。**2025 年，公司经营活动产生的现金流量净额较 2024 年增加 8,259.84 万元，主要原因为公司优化库存管理，购买商品、接受劳务支付的现金同比下降。**

2、投资活动产生的现金流量分析

报告期各期，公司投资活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
收回投资所收到的现金	**157,900.00**	165,546.40	174,940.00
取得投资收益收到的现金	**1,192.16**	1,212.34	1,262.57
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	**42.46**	102.32	230.95
投资活动现金流入小计	**159,134.62**	**166,861.07**	**176,433.51**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	**1,552.76**	1,542.43	2,634.31
投资支付的现金	**179,622.97**	178,400.00	190,440.00

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
投资活动现金流出小计	**181,175.73**	**179,942.43**	**193,074.31**
投资活动产生的现金流量净额	**-22,041.11**	**-13,081.36**	**-16,640.80**

为提高闲置资金使用效率，报告期内，公司存在较多理财产品的购买与赎回，使得各期投资活动产生的现金流量净额分别为-16,640.80 万元、-13,081.36 万元和-22,041.11 万元。

3、筹资活动产生的现金流量分析

报告期各期，公司筹资活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
吸收投资收到的现金	-	38.05	-
筹资活动现金流入小计	**-**	**38.05**	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	**8,000.00**	10,060.00	150.00
支付其他与筹资活动有关的现金	**19,350.82**	19,448.51	25,215.17
筹资活动现金流出小计	**27,350.82**	**29,508.51**	**25,365.17**
筹资活动产生的现金流量净额	**-27,350.82**	**-29,470.47**	**-25,365.17**

公司于 2021 年 1 月 1 日起执行《企业会计准则第 21 号——租赁》，将租赁负债相关现金流出记入筹资活动，使得报告期各期公司筹资活动现金流出金额较大，筹资活动产生的现金流量净额分别为-25,365.17 万元、-29,470.47 万元和-27,350.82 万元。

（五）未来重大资本性支出计划

截至本招股说明书签署日，公司未来可预见的重大资本性支出主要为本次募集资金投资项目的投资支出，具体情况参见本招股说明书“第七节 募集资金运用与未来发展规划”相关内容。

（六）持续经营能力分析

公司自设立以来，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。报告期内，公司经营规模逐步扩大，产品涵盖水乳膏霜、精华及精华油、面膜等多个品类，并通过线下单品牌专卖店和线上电商平台、社交媒

体等多种渠道对消费者实现全方位覆盖，积累了较为广阔的消费者群体，市场排名位居行业前列。未来，公司将继续拓展完善产品矩阵，提升品牌知名度与美誉度，从而加强公司的综合竞争力和盈利能力。

综上所述，基于报告期内公司经营业绩、行业发展状况和未来发展战略，公司认为，截至本招股说明书签署日，公司在持续经营能力方面不存在重大不利变化。

十一、资产负债表日后事项、或有事项、其他重要事项、重大担保和诉讼

（一）日后事项和或有事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在应披露的重大资产负债表日后事项。

截至本招股说明书签署日，公司不存在应披露的重要或有事项。

（二）其他重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在应披露的其他重要事项。

（三）重大担保和诉讼

截至本招股说明书签署日，公司不存在对外担保事项。

报告期内，公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。截至本招股说明书签署日，公司亦不存在尚未了结或尚未执行完毕的涉诉金额较大（单一或累计标的金额超过 500 万元）的诉讼、仲裁。

第七节 募集资金运用与未来发展规划

一、本次募集资金运用

（一）本次募集资金运用计划

经公司第一届董事会第七次会议及 2025 年第二次临时股东会审议通过，公司本次公开发行股票的实际募集资金扣除发行费用后，将投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总金额	使用募集资金额
1	营销渠道及品牌建设项目	52,575.84	52,575.84
2	总部及研发中心建设项目	26,378.60	26,378.60
3	生产基地技术改造项目	10,883.76	10,883.76
4	信息化系统升级建设项目	9,989.87	9,989.87
总计		**99,828.07**	**99,828.07**

公司将严格按照有关法律、法规、规范性文件及《募集资金管理制度》使用募集资金，募集资金将存放于董事会指定的专用账户中并专款专用。若本次发行实际募集资金净额低于项目拟投入募集资金金额，差额部分公司将通过自筹资金解决。若本次发行实际募集资金净额超过项目拟投入募集资金金额，超额部分公司将依照中国证监会及深圳证券交易所的有关规定进行使用。若因经营需要或市场竞争等因素导致上述募集资金投向中的全部或部分项目在本次发行募集资金到位前必须进行先期投入的，公司拟以自筹资金先行投入，待本次发行募集资金到位后，公司将严格按照《募集资金管理制度》使用募集资金置换前期投入的自筹资金以及支付项目剩余款项。

（二）本次募投项目备案及环评情况

公司本次发行募集资金投资项目获相关主管部门审批或备案情况如下：

序号	项目名称	备案情况	环评情况
1	营销渠道及品牌建设项目	无需备案	无需环评
2	总部及研发中心建设项目	无需备案	开工建设前取得
3	生产基地技术改造项目	252D24268236655	无需环评
4	信息化系统升级建设项目	京西城数据局备[2025]18 号 京西城数据局备[2025]18 号变更	无需环评

根据北京市西城区发展和改革委员会出具的《关于北京植物医生生物科技有限公司项目备案情况的函》，“营销渠道及品牌建设项目”和“总部及研发中心建设项目”不属于固定资产投资建设项目范畴，无需办理固定资产投资项目备案手续。

根据北京市西城区生态环境局出具的《关于北京植物医生生物科技有限公司申请确认是否需要办理建设项目环境影响评价手续的回函》，“信息化系统升级建设项目”和“营销渠道及品牌建设项目”属于《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021 年版）》（以下简称“《名录》”）中未作规定的建设项目，不纳入建设项目环境影响评价管理，无需办理环评审批或备案手续。“总部及研发中心建设项目”需编制建设项目环境影响报告表，根据对公司提供的房产、工艺等信息研判，基本符合建设实验室的条件，可在项目开工建设前取得环评批复。

根据大良生态环境所出具的《关于植物医生（广东）生物科技有限公司生产基地技术改造项目无需履行环境影响评价手续的确认函的回复》，生产基地技术改造项目不属于《名录》规定的项目类别，不纳入建设项目环境影响评价管理，无需办理环评手续。

（三）募集资金使用管理制度建设情况

公司制定了上市后适用的《募集资金管理制度》，对募集资金的管理和运用进行了规范，并经公司 2024 年年度股东会审议通过。

本次募集资金到位后，公司将根据证券监督管理部门的相关要求将募集资金存放于董事会指定的专用账户中集中管理，严格按照《募集资金管理制度》的要求使用募集资金，做到专款专用。公司将在募集资金到位后在规定时间内与保荐人、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议，接受证券监管部门、证券交易所、保荐人、开户银行等的监督。公司将根据实际经营活动及发展规划，合理投入募集资金。

（四）募集资金投资项目与公司主要业务、核心技术之间的关系，对公司主营业务发展的贡献

公司本次募集资金投资项目将紧密围绕现有主营业务与核心技术开展，涵盖品牌建设、研发能力提升、生产端升级及信息系统优化等关键环节，具有较强的

战略匹配性与实施可行性，具体如下：

营销渠道及品牌建设项目旨在强化公司品牌建设体系，依托主品牌“植物医生”的差异化定位，进一步扩大品牌在重点消费群体中的影响力与认知度。该项目将助力公司加快线上线下渠道融合发展，提升在主流电商平台、社交媒体及线下核心商圈的曝光与渗透能力，构建全渠道运营体系，从而更好地适应消费结构变化、提升品牌粘性并增强抗风险能力。项目实施将夯实公司品牌壁垒，为中长期持续成长提供有力支撑。

总部及研发中心建设项目将通过改善研发环境与办公条件，推动公司在原料开发、功效验证、配方设计等核心环节的技术积累与突破。项目建成后，公司将进一步强化基础研究能力，扩展多学科交叉协作平台，并推动内外部研发资源整合，提升新产品孵化效率及技术迭代速度。该项目的实施将显著增强公司在高山植物护肤领域的技术领先性和产品持续创新能力。

生产基地技术改造项目旨在提升公司在核心产品生产环节的自主可控能力。通过引入自动化、智能化设备，对关键工艺流程进行优化改造，公司将有效提高产能利用率与产品一致性控制水平，降低单位制造成本，并增强柔性制造能力以应对多 SKU 并行生产需求。该项目有助于公司稳定产品质量、提升交付效率并增强应对市场波动的能力。

信息化系统升级建设项目聚焦于构建以用户为中心的数字化运营体系，通过打通线上线下业务流程，实现营销、销售、库存、会员等核心系统的一体化联动，形成数据驱动下的精准营销和精细化运营能力。项目实施将提升公司经营管理效率，增强用户画像深度、营销转化效率与客户生命周期价值，为公司打造高效的零售决策支持平台和智能供应链管理体系奠定基础。

（五）募集资金投资项目对同业竞争和独立性的影响

本次募集资金投资项目实施后不会产生同业竞争或者对公司的独立性产生不利影响。

（六）募集资金对公司未来经营战略的影响

本次公开发行股票募集资金的到位，将为公司未来发展战略的全面实施提供坚实的资金保障与资源支撑。一方面，有助于公司在品牌建设、营销渠道拓展、

产品研发、信息化升级及智能制造等关键领域加大投入，全面提升核心竞争力；另一方面，将有效增强公司资金实力和抗风险能力，为公司在复杂多变的行业环境中实现稳健运营和灵活应对提供充足弹性。

公司始终坚持以消费者需求为导向，致力于打造“高山植物、纯净美肌”的专业护肤品牌。未来，公司将围绕品牌影响力提升、渠道网络拓展、技术研发深化、数字化运营能力建设等多个维度持续推进战略落地。募集资金的投入将极大加快上述战略部署的节奏，缩短建设周期，提升执行效率，助力公司在护肤品市场的核心赛道中进一步巩固领先地位，抢占更多优质市场资源。

与此同时，募投项目的实施将强化公司全产业链一体化运营能力，推动公司从品牌驱动向技术驱动、从渠道广度向用户深度转型升级，进一步提升公司的经营质量与可持续发展能力。

二、本次募集资金投资项目具体情况

（一）营销渠道及品牌建设项目

1、项目概况

营销渠道及品牌建设项目实施主体为北植科技，建设周期为 3 年，总投资金额为 52,575.84 万元。本项目拟增设线下直营店，完善营销网络体系，扩大线下渠道的推广广度与深度，同时，加强在自建平台及第三方平台的站内宣传，利用广告投入、公关推广、搜索优化、社交媒体等多元化方式进行品牌推广，增强线上渠道营销推广能力，实现线上线下全渠道协同的发展方式，进一步提升公司的品牌建设能力。

2、项目实施的可行性

（1）顺应国家产业政策方向，契合行业高质量发展要求

本项目紧密呼应国家关于推动消费品品牌建设的政策导向，具备良好的政策环境支持。《“十四五”规划和 2035 年远景目标纲要》提出要“加强自主品牌建设，提升品牌影响力和竞争力”，明确指出在化妆品等消费品领域重点培育一批高端品牌。《化妆品监督管理条例》也进一步强调了品牌引领的重要性，要求企业提升质量管控水平、增强品牌建设能力。本项目的实施旨在强化品牌推广能

力与营销渠道建设，全面提升品牌传播效能，符合国家支持方向，有利于增强企业综合竞争力，政策环境稳定可期，保障项目顺利推进。

（2）公司品牌影响力持续提升，为项目实施奠定良好基础

公司自创立以来始终高度重视品牌建设，持续推进“高山植物，纯净美肌”的品牌战略，依托高山植物功效护肤理念构建了差异化品牌定位，并在国内外消费者中逐步树立起天然、安全、高效的品牌认知。公司多次获得行业权威认可，**根据中国连锁经营协会（CCFA）发布的“生活服务业连锁企业 TOP100”名单，公司 2022 年、2023 年连续位列美容美体行业第二名，并在后续最新榜单中继续位居美容美体行业前列**，品牌影响力不断攀升。优质的产品力、扎实的服务体系以及良好的市场口碑为本项目的品牌形象升级和渠道扩展提供了稳固基础，具备强有力的实施支撑。

（3）线上线下深度融合经验丰富，具备全渠道运营能力

公司已在多年发展中形成较为成熟的全渠道营销体系，建立起以直营与经销门店为主的线下网络和以电商平台、社交媒体、私域新零售平台为主的线上矩阵，构建了广覆盖、多触点、可协同的立体化销售网络。在线下，公司以直营终端形象门店与各地授权门店共同推进覆盖布局，实现门店形象展示与深度服务的统一；在线上，公司通过“小植商城”、天猫、京东、抖音等平台触达多圈层用户，并打造了会员管理、数据分析、精准营销一体化工具体系，实现用户价值持续挖掘和复购率提升。

本项目依托既有的全渠道布局基础，通过增加直营门店数量、升级重点门店形象、扩大线上传播资源配置，不仅可进一步提升品牌曝光与渗透力，也将实现营销效率的全面提升。公司在渠道建设、客户运营、数据驱动等领域的丰富经验，为本项目高效落地提供了充分保障。

（4）募投资金配置科学合理，建设路径具备可操作性

本项目投资结构清晰，资金投向涵盖新设门店建设、门店形象改造、线上推广投入、内容营销资源采购等多个维度，覆盖品牌建设的关键环节。公司已制定详细的实施计划与预算安排，建设周期明确，责任单位清晰，确保项目各阶段有序推进。公司具备成熟的内部项目管理体系，且已储备相关运营管理团队与外部

资源方，具备较强的执行落地能力，为项目如期建成并有效发挥效益提供了有力支撑。

（二）总部及研发中心建设项目

1、项目概况

总部及研发中心建设项目实施主体为北植科技，建设地点为北京市，建设周期为 3 年，总投资金额为 26,378.60 万元。为进一步提升公司研发实力，强化核心竞争优势，公司拟购置或租赁场地建设总部及产品研发中心，改善和提升办公及研发环境，并配套高精尖分析仪器和设备，吸引和培养高端技术人才，并围绕植物提取功效研究平台、人体功效大数据和真空灌装工艺技术及装备等研发方向开展研发活动。本项目将加强技术赋能，实现高山植物原料的开发与应用，利用人体功效大数据指导产品开发及销售，并且通过创新研发真空灌装工艺技术及装备保障产品功效及活性，提升产品质量安全，从而增强公司的产品竞争力，巩固公司的市场地位。

2、项目实施的可行性

（1）政策环境持续优化，研发创新受到国家政策鼓励支持

近年来，国家高度重视化妆品行业的科技创新与品牌建设，持续出台多项政策文件，为企业加大研发投入、推动技术升级营造良好的政策环境。2020 年国务院发布的《化妆品监督管理条例》明确提出支持化妆品研究创新，推动我国传统优势项目与特色植物资源的结合应用。此后，国家药品监督管理局陆续发布《化妆品新原料注册备案资料管理规定》《关于开展化妆品个性化服务试点工作的通知》《支持化妆品原料创新若干规定》等政策，系统推进化妆品行业由“重销售、轻研发”向“研发驱动型”转变，鼓励行业企业提升原料创新、配方开发、智能制造等核心能力。

本项目所聚焦的高山植物原料开发、人体功效大数据平台建设、真空灌装技术等方向，均处于国家政策重点支持范畴，有助于提升企业在基础研究与应用研究方面的能力，增强产品的科学性、安全性与高附加值，政策导向的利好为本项目的建设与成果转化提供了有力支撑。

（2）公司已具备扎实的技术基础与成熟的研发体系

公司自创立以来始终坚持以科技创新驱动发展，已形成“一个中心、六大基地”的多地协同研发网络，研发领域覆盖植物提取、活性原料开发、配方研究等多个环节。通过与中国科学院昆明植物研究所、江南大学等专业科研机构深度合作，公司在高山植物护肤领域持续突破技术瓶颈，成功打造了“石斛活性精萃”等具备核心竞争力的专利成果，截至 2026 年 2 月 28 日，累计取得境内外专利 226 项，其中发明专利 73 项，技术积淀深厚。

此外，公司在植物功效研究、护肤模型构建、低敏性验证等方面具备完整的实验条件和技术路径，研发实验室配套设施先进，研发人员具备多学科背景，涵盖基因组学、民族植物学、生物化学、皮肤科学等，有效支持创新课题的持续推进。上述资源优势将与本项目实现高度融合，进一步释放公司技术创新潜能。

（3）高水平人才队伍保障项目研发效率与质量

化妆品研发对跨学科融合能力要求较高，涵盖从植物资源筛选、成分提取与鉴定，到配方设计、功效验证、安全评价等多个专业方向。公司已构建起一支专业化、体系化的研发团队，成员背景涵盖植物学、配方化学、生物工程、数据科学等多个技术领域，并在项目管理、质量控制、产品标准化等方面积累了丰富经验。项目建成后，公司将进一步引入海内外研发人才和经验丰富的项目管理人员，打造适应未来战略方向的研发梯队，持续提升公司研发效率与成果转化能力。

（4）保持高额研发投入，原有技术成果具备良好延展性

近年来公司高度重视研发投入，报告期内，研发投入累计超过 2 亿元，占营业收入比重始终维持在行业较高水平，显示出公司对研发工作的高度重视。公司已在石斛兰、黑松露、雪莲、冬虫夏草等特色高山植物的有效成分提取、配方稳定性、功能性验证等方面建立了较为系统的研究框架，并在多款主力产品中实现技术转化，获得良好市场反馈。随着人体功效大数据、真空灌装工艺等研发方向的进一步推进，原有研究成果将在本项目中得到延伸应用，为后续系列产品创新提供理论基础与技术支撑。

（5）建设地点优越，科研资源密集，有助于吸引高端人才

本项目建设选址位于北京市，该区域高校、科研院所集中，人才储备充足，科技氛围浓厚，有利于高端技术人员的引进与交流协作。同时，北京作为全国科

创高地，具备完善的技术服务配套及政策支持体系，可为项目的顺利推进和未来扩展提供良好的外部环境。

（三）生产基地技术改造项目

1、项目概况

生产基地技术改造项目实施主体为广东植物医生，建设地点为佛山市，建设周期为 2 年，总投资金额为 10,883.76 万元。公司作为国内领先的高山植物护肤产品生产企业，拟通过引进先进生产设备和智能化系统软件，提高核心产品自主生产能力，增强产品生产过程的稳定性和一致性，保障产品质量安全。同时，公司通过智能化生产模式，提高生产的自动化和智能化水平，提升生产管理效率，从而进一步降低人工、原材料、管理等成本，强化公司的盈利能力。

2、项目实施的可行性

（1）项目建设契合国家产业政策导向与行业智能化发展趋势

近年来，国家高度重视制造业的数字化与智能化转型，将“智能制造”作为推动制造业高质量发展的重要抓手。国家出台了《“十四五”智能制造发展规划》等政策文件，明确提出要加快推动制造企业采用先进的自动化、数字化、智能化技术，提升生产效率与产品质量，增强产业核心竞争力。

化妆品作为轻工业的重要组成部分，其生产环节的自动化、标准化、洁净化要求日益提升，国内头部品牌纷纷推进智能工厂建设、引入自动灌装线，以实现提效降本和质量稳定双目标。本项目拟通过引进先进生产设备及智能管理系统，提升自动化与信息化水平，符合国家鼓励方向及化妆品行业现代化发展的必然趋势。

（2）公司具备完善的质量控制体系与丰富的生产管理经验，为项目实施提供坚实基础

公司始终坚持质量为先的生产理念，构建了涵盖原料采购、生产控制、品质检验、成品入库等全流程的生产质量管理体系，已通过 ISO22716、GMPC-US、GMPC-ASEAN 等多项管理体系认证，具备较强的标准化管理能力和执行力。

在项目实施过程中，公司将依托成熟的质量管理流程与制度安排，确保设备

引进、产线改造、系统升级等环节有序推进，并保持产品在转换生产模式过程中的品质稳定。同时，公司管理团队拥有丰富的化妆品行业实践经验，熟悉产品配方特点与生产工艺流程，能够高效组织资源完成项目落地，并在后续生产环节实现智能制造模式下的持续优化，确保项目达产达效。

（3）广阔的行业发展前景为项目新增产能提供有力消化保障

近年来，伴随居民消费升级、“悦己型”消费崛起以及护肤意识不断增强，我国化妆品市场持续增长。根据 Euromonitor 数据，2025 年中国化妆品市场规模已达到 5,526 亿元，护肤品作为最大细分领域，占比约为 50%。与此同时，消费者对“成分安全”“温和功效”“天然护肤”的关注度持续上升，植物源护肤品日益受到青睐。

公司作为专注于高山植物护肤领域的领先企业，持续打造以石斛兰、紫灵芝、雪莲、冬虫夏草等植物提取物为核心的产品矩阵，市场反馈良好，具备稳定的消费基础和较强的复购能力。未来，随着营销网络的拓展、品牌影响力的提升以及海外市场的持续推进，公司整体销量有望稳步增长，确保本项目所新增产能在合理时间周期内实现充分释放。

（4）项目投资结构合理，规划目标明确，具备较强执行可控性

本项目总投资金额为 10,883.76 万元，建设周期为 2 年，资金投入规模适中、规划目标清晰，涉及设备采购、智能系统导入、车间技改与流程再造等多个环节，具备良好的实施可控性。公司已在佛山现有生产基地运营多年，厂区配套设施完备、交通物流便利，拥有成熟的工程管理团队与外部合作资源，为项目建设的顺利推进提供充足保障。

同时，项目的落地将有效提升公司关键产品的自主制造能力，增强公司在供应链中的议价能力和响应能力，降低委外加工比例，从源头提升毛利水平，有助于增强公司核心产品的交付稳定性与盈利能力，为未来业务扩张提供有力支撑。

（四）信息化系统升级建设项目

1、项目概况

信息化系统升级建设项目实施主体为北植科技，建设周期为 3 年，总投资金

额为 9,989.87 万元。为应对市场需求快速变化、营销渠道多元化、消费行为个性化的挑战，公司拟进行全面数字化转型，对小植商城、美导助手、直订系统等线上平台更新升级的同时，新增直达系统，并建立大数据应用平台，对商品、门店、用户等数据进行整合与分析，搭建线上、线下一体化新零售平台，促进线上线下相互引流，以全域生态化的思维贯穿护肤品产业链，实现消费者精准触达，线上销售、线下门店、供应链管理等全域数据融合，提升运营管理效率，为公司快速扩大业务规模提供有力的支撑和保障。

2、项目实施的可行性

（1）项目建设符合国家战略导向，顺应行业数字化转型趋势

近年来，国家高度重视数字技术在传统产业转型升级中的赋能作用，相继出台《“十四五”大数据产业发展规划》《数字化助力消费品工业“三品”行动方案（2022-2025 年）》等政策文件，提出要加快推进大数据、云计算、人工智能在制造业与零售流通环节的深度融合，推动线上线下融合发展，全面提升消费品工业智能化、绿色化、服务化水平。

本项目紧密契合国家政策所强调的“数字赋能”战略方向，围绕消费者行为数据挖掘、全渠道协同运营、供应链可视化管理等核心任务，全面升级现有信息系统，将有效推动公司向个性化产品开发、精准营销和智能运营方向加速迈进，符合国家鼓励方向与化妆品行业智能化转型升级的客观趋势。

（2）公司已具备系统完善的信息化管理基础，保障项目顺利推进

公司高度重视信息系统的建设与运营管理，已初步形成一套以“云架构+终端系统”为核心的信息化平台体系。现有系统覆盖产品研发、供应链管理、终端销售、客户运营等多个业务环节，核心系统包括“小植商城”新零售平台、“美导助手”客户服务工具、“直订系统”B 端订单平台、“店务通”终端管理系统，以及配套的库存、物流、财务管理系统，为公司各项业务开展提供了稳定、高效的信息化支撑。

经过多年的实际应用，公司在系统开发、运维管理、模块集成方面积累了成熟经验，并具备较强的自我完善和系统优化能力。此次信息化系统升级项目不仅是在原有系统框架基础上的迭代升级，更将充分借助已有数据库与业务逻辑，增

强系统间的联动性与智能化水平，具备良好的技术延展性和落地可行性。

（3）公司具备专业化信息技术团队，确保项目实施质量与效率

公司已建立一支具备较强系统开发与运维能力的内部 IT 团队，团队成员熟悉公司业务流程与各业务模块的系统需求，能够在项目推进过程中高效完成架构搭建、数据对接、模块开发与测试等关键任务。同时，团队人员具有丰富的大数据平台开发与企业级软件集成经验，可在未来新平台搭建过程中快速实现用户画像构建、营销路径优化、智能补货、客户分层运营等功能开发。

在项目执行阶段，公司还计划引入专业的信息化建设服务商或咨询机构进行辅助设计与实施管理，通过“内建+外协”模式提升建设效率和专业深度，确保项目高质量、按节点推进落地。

（4）新零售场景持续深化，数字化升级有助于提升公司竞争力

随着消费习惯加速向移动化、即时化转变，消费者对品牌互动性、个性推荐和服务便捷性的要求持续提高。新零售模式强调线上线下全链路打通与数据驱动的精准运营，本项目所规划的全域数据平台、大数据分析引擎、消费者触点整合系统将帮助公司深入洞察消费者偏好与行为，精准匹配产品及服务，有效提升顾客满意度和复购率。

三、公司未来发展规划

（一）公司战略规划

公司自成立以来，始终秉持“高山植物、纯净美肌”的品牌理念，专注于高山植物护肤领域的技术探索与产品创新，坚持“让世界爱上中国化妆品”的企业使命，逐步构建起覆盖研发实验、生产制造、品牌建设、渠道销售等环节的全产业链能力体系。经过多年积累，公司在品牌塑造、渠道建设、产品研发和运营管理等方面建立了良好基础，也形成了清晰可行的中长期发展路径。

面向未来，公司将围绕“深化线下零售体系、拓展线上业务规模”的双轮驱动战略，持续提升品牌影响力、渠道效率和用户运营能力，为实现持续健康增长奠定坚实基础。

一方面，公司将持续推进线下渠道网络的提质增效，发挥单品牌连锁经营体

系在用户服务与品牌形象方面的优势。通过门店形象焕新、会员管理体系升级、服务内容延展等举措，公司将不断增强线下终端的客户粘性与复购转化水平。与此同时，公司将优化区域布局，加大重点城市和核心商圈的深度覆盖，提高终端渠道的渗透能力与坪效表现，进一步增强线下体系的稳定性和市场承载力。

另一方面，线上业务作为公司未来重点增长引擎，仍具有广阔的发展空间。公司将充分发挥“小植商城”这一私域平台的运营能力，持续完善线上用户留存与转化机制，推动形成高效协同的数字化消费闭环。同时，公司将加大在主流电商平台、内容平台和社交平台的投入，通过优化内容传播策略、提升用户触达效率、丰富品牌表达方式，构建多元化的线上获客与运营体系，激发品牌在数字渠道的长期成长潜力。

此外，公司将以本次公开发行股票并上市为契机，持续加大对技术研发、智能制造和信息系统的投入力度，强化高山植物活性成分的研究能力，稳步提升核心产品的差异化竞争优势。通过优化生产环节的自动化与柔性化水平、完善内部数字化运营体系，公司将在提升响应速度、成本管控、品质保障等方面形成更强的综合运营优势。

未来，公司将继续以产品力为根本，以品牌力为核心，以渠道力为支撑，以数字化能力为驱动，推动“科研—制造—品牌—渠道”多维能力协同进化，在消费理念不断升级、行业结构持续演进的背景下，持续拓展自身发展边界，力争成为中国化妆品行业具有持续引领力的代表性企业。

（二）报告期内为实现战略目标已采取的措施及实施效果

为实现战略目标，公司已采取的措施主要为在多年行业耕耘中建立起成熟、稳定的采购、生产、销售和研发模式，具体参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“一、公司主营业务、主要产品及演变情况”之“（二）主要经营模式”。

上述措施的实施效果主要体现为公司竞争优势的形成以及市场占有率、市场地位的提升，具体参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“二、公司所处行业的基本情况及竞争状况”之“（四）行业竞争格局、行业内主要企业，发行人产品或服务的市场地位、竞争优势与劣势”之“4、公司的竞争优势和劣势”之“（1）竞争优势”。

（三）保障未来发展规划实现采取的措施

为有效保障公司未来发展规划的顺利实施，实现品牌升级、研发创新、渠道协同与运营效率的全面提升，公司将重点开展以下六项具体工作：

1、品牌形象优化与传播体系升级

公司将以本次公开发行股票并上市为契机，持续加大品牌投入，通过“线上传播+线下焕新”的双轮驱动，增强品牌的认知广度与消费者情感连接。一方面，公司将在全国重点城市核心商圈新建品牌直营门店，同时对现有直营门店进行标准化改造升级，强化“高山植物、纯净美肌”的品牌定位和视觉统一性；另一方面，公司将系统性提升品牌传播体系，通过广告投放、公关推广、搜索引擎优化、社交媒体内容运营、达人合作及直播带货等多元化方式，加强品牌价值理念的传递，建立统一、高效、可持续的品牌传播矩阵，进一步提高品牌知名度、美誉度与消费者认知体系中的影响力。

2、自主研发体系强化与原料研究平台建设

公司计划围绕“植物提取+功效护肤”的产品核心竞争力，持续深化研发投入。通过引入先进研发设备和高水平科研人才，建设涵盖活性成分筛选、皮肤功效验证、安全性评价等环节的完整研发体系，打造高山植物活性成分研究平台。同时，公司将建立面向亚洲肤质特点的皮肤数据库，以支持产品功效精准设计与配方差异化创新，提升新产品的开发效率和市场适配性，进一步巩固公司在植物护肤细分赛道的技术领先优势。

3、信息化系统升级与数字化运营能力建设

公司将以此次募投项目中的信息化系统升级项目为抓手，持续推进数据驱动型运营体系的建设。具体包括：搭建涵盖数据仓库、大数据决策平台、用户画像体系的统一数字平台，强化对门店运营数据、消费者行为数据和供应链数据的实时采集与整合分析；通过算法优化库存管理、个性化推荐与精准营销，提升渠道响应速度和用户转化效率，降低运营风险与冗余成本，实现业务流程全链条的信息化管理，为公司未来扩张奠定数据基础。

4、智能制造体系建设与产能结构优化

为进一步提升产品交付能力与制造效率，公司将引进智能化灌装、自动检测、数字化质量控制等先进生产设备，实现关键生产环节的自动化和流程精益化，降低人力成本及操作误差，提升良品率与产能弹性。同时，通过扩大核心品类的规模化制造能力，提升原材料集中采购议价能力，有效控制单位制造成本，增强盈利弹性与供应链稳定性。

5、线上线下渠道协同能力建设

基于“直营+经销”多层次线下门店体系与“小植商城”私域平台，公司将进一步推进线上线下渠道的深度融合。具体举措包括：进一步打通线下会员系统与线上平台，强化用户身份统一与积分共享机制；推动导购推荐、门店活动与私域触达的闭环管理；构建基于用户数据分析的分层营销模型，提升整体用户运营效率，释放单客价值潜能。上述协同机制将帮助公司实现渠道间的资源整合、流量联动与营销统一，打造稳定高效的全渠道销售体系。

6、人才体系建设与组织能力强化

面向未来的技术升级与多元业务拓展，公司将建立更具激励性和专业化的人才引进与培养机制。通过股权激励计划、研发专项基金及管理岗位人才梯队建设，吸引和留存高素质技术研发、数字营销、零售管理等关键领域人才，为公司核心能力可持续提升提供组织保障。同时，公司将进一步优化组织架构与流程设计，提升跨部门协同效率，为战略落地提供制度与管理支撑。

第八节 公司治理与独立性

一、发行人公司治理结构完善情况概述

报告期内，公司根据《公司法》《证券法》等相关法律法规及规范性文件的要求，逐步建立健全了由股东（大）会、董事会、监事会（董事会审计委员会）和高级管理人员组成的公司治理框架，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的相互协调和相互制衡机制。

截至本招股说明书签署日，公司股东会由全体股东组成。公司董事会由 **7** 名董事组成，其中独立董事 **3** 名，董事会下设审计委员会、战略委员会、提名与薪酬委员会。公司不设置监事会，由董事会审计委员会行使相关职权。公司高级管理人员包括总经理、副总经理、董事会秘书和财务总监。

为了更好地维护股东权益，确保股东、董事职权的有效履行，公司制定了《股东会议事规则》《董事会议事规则》《董事会审计委员会工作规则》《董事会战略委员会工作规则》《董事会提名与薪酬委员会工作规则》《独立董事工作制度》《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》《对外投资管理制度》《防范控股股东及关联方占用公司资金专项制度》等制度，为公司法人治理的规范化运行提供了进一步的制度保证。

报告期内公司在公司治理方面不存在重大缺陷。

二、公司管理层对内部控制的自我评估和注册会计师的鉴证意见

（一）公司管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的自我评价

公司管理层对公司内部控制制度进行了自查和评估后认为：根据公司财务报告内部控制重大缺陷的认定情况，于内部控制评价报告基准日，不存在财务报告内部控制重大缺陷，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。根据公司非财务报告内部控制重大缺陷认定情况，于内部控制评价报告基准日，公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷。自内部控制评价报告基准日至内部控制评价报告发出日之间未发生影响内部控制有效性评价结论的因素。

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

德皓对公司内部控制的有效性进行了专项审核，并出具了《内部控制审计报告》（德皓内字[2026]00000137），报告认为：公司于2025年12月31日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

三、公司报告期内的违法违规行为及受到处罚、监督管理措施、纪律处分或自律监管措施的情况

报告期内，公司及其子公司没有受到监督管理措施、纪律处分或自律监管措施，受到的行政处罚不属于重大违法违规行为，具体情况如下：

（一）关于市场监督管理的行政处罚

序号	涉及主体	处罚机关	处罚事项及内容	不属于重大违法违规行为的分析
1	云南洱黛昆明第三十分公司	昆明市市监局	云南洱黛昆明第三十分公司因违反明码标价规定，2023年7月18日被昆明市市监局处以罚款300元	根据《中华人民共和国价格法》第四十二条规定：“经营者违反明码标价规定的，责令改正，没收违法所得，可以并处五千元以下的罚款。”云南洱黛昆明第三十分公司上述处罚的罚款金额为法定处罚幅度的较低档次；同时，根据《处罚决定书》（云市监昆处罚（2023）348号）所载，云南洱黛昆明第三十分公司积极配合执法人员的调查，且案发时相关商品未销售，具有符合《中华人民共和国行政处罚法》第三十二条第一款规定的依法从轻处罚的情形；根据《云南省市场监督管理行政处罚裁量权适用规则（2022版）》的规定，上述处罚所属裁量等级为“从轻”。综上，该等处罚不属于情节严重的违法行为
2	陕西植物医生西安第一分公司	西安市雁塔区市监局	陕西植物医生化妆品有限公司西安第一分公司未依法建立并执行化妆品进货查验制度。2024年8月27日被西安市雁塔区市监局罚款20,000元	陕西植物医生西安第一分公司已缴纳罚款。根据《化妆品监督管理条例》第六十二条第一款第二项，有下列情形之一的，由负责药品监督管理的部门责令改正，给予警告，并处1万元以上3万元以下罚款；情节严重的，责令停产停业，并处3万元以上5万元以下罚款，对违法单位的法定代表人或者主要负责人、直接负责的主管人员和其他直接责任人员处1万元以上3万元以下罚款：（二）未依照本条例规定建立并执行进货查验记录制度、产品销售记录制度；同时，依据《陕西省药品行政处罚

序号	涉及主体	处罚机关	处罚事项及内容	不属于重大违法违规行为的分析
				裁量基准》（《分则》）（化妆品类）第五条，该违法行为属于一般处罚情节。因此该行政处罚不属于重大违法违规行为
3	美丽动力	北京市市监局	美丽动力在淘宝天猫直播过程中作出虚假或引人误解的商业宣传。2025 年 4 月 10 日被北京市市监局罚款 40,000 元	美丽动力已缴纳罚款。根据北京市市场监督管理局出具的《行政处罚决定书》（京市监罚告〔2025〕08087 号），美丽动力因积极配合市场监督管理部门如实交代违法事实并主动提供证据材料，予以减轻行政处罚，根据《北京市市场监管局行政处罚自由裁量基准表》（2024 修订）编码 C33400A020 的行政处罚范围，美丽动力的罚金低于规定的罚金下限，因此该行政处罚不属于重大违法违规行为

（二）关于卫生监督管理的行政处罚

序号	涉及主体	处罚机关	处罚事项及内容	不属于重大违法违规行为的分析
1	山西植物医生阳泉南山分公司	阳泉市卫生健康委员会	山西植物医生阳泉南山分公司因未依法取得卫生许可证擅自营业从事生活美容服务，2023 年 10 月 13 日被阳泉市卫生健康委员会处以警告及罚款 2,000 元	山西植物医生阳泉南山分公司已缴纳罚款，且已取得阳泉市城区行政审批服务管理局出具的公共场所卫生许可证。根据《公共场所卫生管理条例实施细则》第三十五条及《山西省卫生健康行政处罚裁量基准（2023 版）》的相关规定，该违法行为属于轻微违法行为。因此，该处罚不属于情节严重的违法违规行为
2	北京明弘靓肤海淀黄庄分公司	北京市海淀区卫生健康委员会	北京明弘靓肤海淀黄庄分公司因未取得卫生许可证擅自从事公共场所经营活动，2023 年 3 月 15 日被北京市海淀区卫生健康委员会处以警告及罚款 1,000 元	北京明弘靓肤海淀黄庄分公司已缴纳罚款，目前门店已撤店，该分公司已注销。根据《公共场所卫生管理条例实施细则》第三十五条及《北京市卫生健康行政处罚裁量细则》的相关规定，该违法行为属于一般违法行为。因此，该处罚不属于情节严重的违法违规行为
3	深圳海盛实业第十三分公司	广州市海珠区人民政府江南中街道办事处	深圳海盛实业第十三分公司由于允许未取得健康合格证明的 6 名人员从事服务行业。于 2024 年 5 月 10 日被广州市海珠区人民政府江南中街道办事处处以警告及罚款 500 元整	深圳海盛实业第十三分公司已缴纳罚款，深圳海盛实业第十三分公司在职员工已取得有效健康证明。江南中街道办事处综合行政执法队于 2025 年 5 月 23 日出具说明，该行政处罚不属于重大违法违规
			深圳海盛实业第十三分公司未在“广州市海珠区江南西路 46 号江南新地商业街 B206（自编 A17a）”地址办理公共场所卫生许	深圳海盛实业第十三分公司已缴纳罚款，且已取得由广州市海珠区卫生健康局出具的公共场所卫生许可证。江南中街道办事处综合行政执法队于 2025 年 5 月 23 日出具说明，该行政处罚不属于

序号	涉及主体	处罚机关	处罚事项及内容	不属于重大违法违规行为的分析
			可证，而向顾客提供洁面美容服务。于 2024 年 5 月 20 日被广州市海珠区人民政府江南中街道办事处处以警告及罚款 4,500 元整	重大违法违规
			深圳海盛实业第十三分公司现场有 1 名工作人员并未取得健康合格证明正在向顾客提供洁面美容服务。于 2025 年 3 月 24 日被广州市海珠区人民政府江南中街道办事处处以警告及罚款 500 元整	深圳海盛实业第十三分公司已缴纳罚款，截至 2025 年 **12 月 31 日**，深圳海盛实业第十三分公司在职员工已取得有效健康证明。江南中街道办事处综合行政执法队于 2025 年 5 月 23 日出具说明，该行政处罚不属于重大违法违规
			深圳海盛实业第十三分公司向顾客提供洁面美容服务，现场未见公示《卫生许可证》，且曾于 2024 年 5 月 20 日因未依法取得公共场所卫生许可证擅自营业而受到行政部门处罚，至今仍未取得《卫生许可证》。于 2025 年 3 月 24 日被广州市海珠区人民政府江南中街道办事处处以警告及罚款 10,000 元整	深圳海盛实业第十三分公司已缴纳罚款，且已取得由广州市海珠区卫生健康局出具的公共场所卫生许可证。江南中街道办事处综合行政执法队于 2025 年 5 月 23 日出具说明，该行政处罚不属于重大违法违规
4	浙江明弘靓肤宁波开明街第二分公司	宁波市海曙区卫生健康局	浙江明弘靓肤宁波开明街第二分公司未按照规定对顾客用具进行消毒。2024 年 7 月 24 日被宁波市海曙区卫生健康局处以警告及罚款金额 200 元	浙江明弘靓肤宁波开明街第二分公司已缴纳罚款。根据《浙江省卫生行政处罚自由裁量标准》一、环境卫生类/（一）公共场所管理/4.公共场所经营者未按照规定对顾客用品用具进行清洗、消毒、保洁的，或者重复使用一次性用品用具的，属于较轻情节中的一般情节，因此，该处罚不属于重大违法违规行为

（三）其他行政处罚

序号	涉及主体	处罚机关	处罚事项及内容	不属于重大违法违规行为的分析
1	山西植物医生阳泉南山分公司	被阳泉市城区应急管理局	山西植物医生阳泉南山分公司未按标准规范要求安装门头广告牌匾导致雨棚下沉，，2023 年 10 月 17 日被阳泉市城区应急管理局处以罚款 10,000 元	山西植物医生阳泉南山分公司已缴纳罚款。根据《安全生产违法行为行政处罚办法》第四十五条规定：“生产经营单位及其主要负责人或者其他人员有下列行为之一的，给予警告，并可以对生产经营单位处 1 万元以上 3 万元以下罚款，对其主要负责人、其他有关人员处 1000 元以上 1 万元以下的罚款。”山西植物医生阳泉南山分公司上述处

序号	涉及主体	处罚机关	处罚事项及内容	不属于重大违法违规行为的分析
				罚的罚款金额为法定处罚幅度的较低档次，因此，该处罚不属于重大违法违规行为
2	四川植物医生	成都市武侯区税务局第一税务所	四川植物医生因未按期办理纳税申报，2023 年 2 月 17 日被成都市武侯区税务局第一税务所处以罚款 100 元	四川植物医生已缴纳罚款。针对该行政处罚，成都市武侯区税务局第二税务所于 2023 年 3 月 15 日出具证明，确认上述违法行为未造成危害后果，不属于重大违法违规行为
3	广东植物医生	佛山市顺德区消防救援大队	广东植物医生因生产厂区存在常闭式防火门闭门器损坏 8 处无法关闭，未保持完好有效；火灾自动报警系统停用，2024 年 7 月 30 日佛山市顺德区消防救援大队对前述行为合并执行处罚 34,000 元	广东植物医生已缴纳罚款。针对该行政处罚，佛山市顺德区消防救援大队于 2025 年 4 月 24 日出具说明，确认该违法行为不属于重大违法违规行为、

如上表所示，公司及子公司上述处罚不属于重大违法违规行为。

报告期内，公司严格按照《公司法》等法律法规和《公司章程》的规定规范运作、依法经营，不存在重大违法违规行为，也未受到相关主管机关的重大行政处罚。

四、资金占用与对外担保情况

截至 **2025 年 12 月 31 日**，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情况，亦不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

五、独立经营情况

公司严格按照《公司法》《证券法》和《公司章程》及其他法律法规和规章制度的要求规范运作，具有独立完整的业务体系及面向市场独立经营的能力，在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。

（一）资产完整

公司具备与生产经营有关的主要生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的主要土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或者使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统。公司不存在依赖股

东的资产进行生产经营的情况，不存在资产、资金被实际控制人或其控制的其他企业占用而损害公司利益的情况。

（二）人员独立

公司的总经理、副总经理、董事会秘书和财务总监等高级管理人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪、公司的财务人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立

公司已建立独立的财务核算体系、能够独立作出财务决策、具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度；公司未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户。

（四）机构独立

公司已建立健全内部经营管理机构、独立行使经营管理职权，与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。

（五）业务独立

公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，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，以及严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

（六）主营业务、控制权、管理团队稳定

公司主营业务、控制权、管理团队和其他核心人员稳定，最近 3 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；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近 3 年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

（七）不存在对发行人持续经营的有重大影响的事项

公司不存在主要资产、核心技术以及商标的重大权属纠纷。公司不存在重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，以及经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

六、同业竞争

（一）同业竞争情况

公司控股股东为本多投资、实际控制人为解勇，截至本招股说明书签署日，除公司及其子公司外，公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业如下：

序号	名称	关联关系	经营范围
1	本多投资	系公司控股股东，公司实际控制人解勇持有本多投资99.90%的股权	一般项目：自有资金投资的资产管理服务；以自有资金从事投资活动；企业管理；咨询策划服务；社会经济咨询服务。（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）（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
2	磐缔投资	本多投资持有磐缔投资 99.00%的股权	投资管理，资产管理，实业投资，投资咨询，企业管理咨询，商务信息咨询，财务咨询（不得从事代理记账），文化艺术交流策划（除演出经纪），展览展示服务，会务服务，企业形象策划，市场营销策划。【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】

本多投资为实际控制人的持股平台，除控股公司及磐缔投资，参股成都锐盛元景股权投资基金合伙企业（有限合伙）外无其他业务，与公司主营业务不存在重合。磐缔投资主营业务为股权投资，与公司主营业务不存在重合。上述企业与公司不构成同业竞争关系。

报告期内，上述企业不存在与公司发生重大关联交易的情况。

（二）避免同业竞争的承诺

为有效防止及避免同业竞争，公司控股股东及实际控制人已出具关于避免同业竞争的承诺，具体内容如下：

“1、截至本承诺函签署之日，本公司/本人及本公司/本人控制的公司均未开发、生产、销售任何与发行人生产的产品构成竞争或可能竞争的产品，未直接或间接经营任何与发行人经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务。

2、自本承诺函签署之日起，本公司/本人及本公司/本人控制的公司将不开发、生产、销售任何与发行人生产的产品构成竞争或可能构成竞争的产品，不直接或间接经营任何与发行人经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务。

3、自本承诺函签署之日起，如发行人进一步拓展产品和业务范围，本公司/

本人及本公司/本人控制的公司将不与发行人拓展后的产品或业务相竞争；若与发行人拓展后的产品或业务产生竞争，则本公司/本人及本公司/本人控制的公司将以停止生产或经营相竞争的业务或产品的方式，或者将相竞争的业务纳入到发行人经营的方式，或者将相竞争的业务转让给无关联关系的第三方的方式避免同业竞争。

4、本公司/本人将保证合法、合理地运用股东权利及控制关系，不采取任何限制或影响发行人正常经营或损害发行人其他股东利益的行为。

5、本公司/本人愿意承担由于违反上述承诺给发行人造成的直接、间接的经济损失、索赔责任及额外的费用支出。

6、在本公司/本人及本公司/本人控制的公司与发行人存在关联关系期间，本承诺函为有效之承诺。”

七、关联方及关联关系

根据《公司法》《企业会计准则》及《上市规则》等有关规定，结合公司实际情况，截至本招股说明书签署日，公司的关联方及关联关系如下：

（一）公司控股股东、实际控制人

公司的控股股东为本多投资，实际控制人为解勇。本多投资及解勇的基本情况分别参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、控股股东、实际控制人及其他 5%以上股份或表决权的主要股东”之“（一）控股股东”及“（二）实际控制人”。

（二）公司控股股东控制的除公司以外的法人或其他组织

截至本招股说明书签署日，公司控股股东本多投资控制的除公司以外的法人或其他组织为磐缔投资，其基本情况如下：

企业名称	上海磐缔投资管理有限公司
法定代表人	陈建辉
注册地址	上海市青浦区盈顺路 715 号 3 幢 1 层 A 区 1073 室
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
注册资本	68.5714 万元

成立日期	2015 年 9 月 9 日
经营范围	投资管理，资产管理，实业投资，投资咨询，企业管理咨询，商务信息咨询，财务咨询（不得从事代理记账），文化艺术交流策划（除演出经纪），展览展示服务，会务服务，企业形象策划，市场营销策划。【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】

截至本招股说明书签署日，磐缔投资的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资金额	持股比例
1	本多投资	67.8857	99.00%
2	陈建辉	0.6857	1.00%
合计		**68.5714**	**100.00%**

（三）其他持有公司 5%以上股份的法人或其他组织

除公司控股股东本多投资外，其他直接或间接持有公司 5%以上股份的法人或其他组织为天津明之弘，其基本情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、控股股东、实际控制人及其他 5%以上股份或表决权的主要股东”之“（三）其他持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东”之“1、天津明之弘科技合伙企业（有限合伙）”。

（四）公司控制或施加重大影响的企业

公司下属子公司具体情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“六、发行人重要子公司和参股公司情况”及“第十二节 附件”之“附件七 子公司、参股公司简要情况”。

（五）关联自然人

1、直接或间接持有公司 5%以上股份的自然人

除公司实际控制人解勇外，其他直接或间接持有公司 5%以上股份的自然人为黄东，其基本情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、控股股东、实际控制人及其他 5%以上股份或表决权的主要股东”之“（三）其他持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东”之“2、黄东”。

2、公司董事、监事及高级管理人员

公司董事、监事及高级管理人员的具体情况参见本招股说明书“第四节 发

行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”。

3、直接或间接控制公司的法人或其他组织的董事、监事及高级管理人员

公司控股股东为本多投资，其董事、监事及高级管理人员情况如下：

序号	关联自然人姓名	在公司控股股东处任职情况
1	解勇	董事
2	余莉	经理

4、其他关联自然人

除前述关联自然人外，公司的其他关联自然人包括前述关联自然人关系密切的家庭成员，包括配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹、子女配偶的父母。

（六）其他关联方

公司的其他关联方包括：（1）上述关联自然人直接或间接控制的、施加重大影响的或担任董事（不含同为双方的独立董事）、高级管理人员的法人或其他组织（公司、公司控股股东、公司控股股东或实际控制人控制的法人或其他组织除外）；（2）过去十二个月内或根据与公司或者其关联人签署的协议或者作出的安排，在协议或者安排生效后，或在未来十二个月内存在关联关系的自然人和法人，其具体情况如下：

序号	名称	关联关系情况
1	北京味多美食品有限责任公司	董事黄东持股 5.42%，黄东之弟持股 51%并担任执行董事，黄东之弟的配偶持股 33.58%，黄东之兄持股 10%的企业
2	北京味多美食品科技有限责任公司	北京味多美食品有限责任公司全资子公司，董事黄东之弟担任执行董事的企业
3	北京味多美生物科技有限责任公司	北京味多美食品有限责任公司全资子公司，董事黄东之弟担任执行董事的企业
4	北京味多美餐饮管理有限责任公司	北京味多美食品有限责任公司全资子公司
5	上海味宜美食品科技有限责任公司	北京味多美食品有限责任公司全资子公司
6	上海味优餐饮管理有限公司	北京味多美食品有限责任公司全资子公司，董事黄东担任副总经理的企业
7	天津味多美科技股份有限公司	董事黄东之兄担任董事长，黄东之弟担任董事，黄东之弟的配偶担任董事及总经理的企业
8	天津味可美餐饮服务有限公司	天津味多美科技股份有限公司全资子公司，董事黄东之兄担任执行董事及经理的企业

序号	名称	关联关系情况
9	天津味多美食品有限公司	天津味多美科技股份有限公司全资子公司，董事黄东之兄担任执行董事及经理的企业
10	天津优古谷科技发展中心（有限合伙）	董事黄东之弟持有 90%财产份额，黄东之兄持有 10%财产份额的企业
11	天津嘉味科技发展中心（有限合伙）	董事黄东之弟持有 90%财产份额的企业
12	北京晨玺科技有限责任公司	董事黄东之弟持股 10%，黄东之弟的配偶持股 90%并担任执行董事及经理的企业
13	洋浦东峰进出口贸易有限公司	董事张旭持股 60%的企业，已于 2000 年 6 月吊销，尚未注销
14	深圳市仁华羽大科技有限公司	董事张旭的配偶持股 100%并担任董事、总经理的企业
15	北京平泰投资咨询有限公司	独立董事张克东的配偶持股 80%并担任总经理、董事及财务负责人的企业
16	杭州麦迪医药技术有限公司	独立董事钟晓明持股 60%并担任执行董事及总经理的企业
17	杭州麦迪圣医药技术开发有限公司	独立董事钟晓明持股 40%的企业，已于 2003 年 10 月吊销，尚未注销
18	广东省化妆品质量管理协会	独立董事钟晓明担任会长的组织
19	广州华玺生物科技有限公司	独立董事钟晓明之子持股 95%并担任执行董事及总经理的企业
20	迪而玺（广州）检测技术有限公司	广州华玺生物科技有限公司控股子公司，独立董事钟晓明之子曾担任董事长（已于 2025 年 10 月离任）的企业
21	自贡丸善天宸生物科技有限公司	广州华玺生物科技有限公司控股子公司，独立董事钟晓明曾担任董事兼总经理（已于 2025 年 5 月离任），钟晓明之子持股 10%并担任董事的企业
22	天津芭薇生物科技有限公司	广州华玺生物科技有限公司持股 30%，独立董事钟晓明之子担任董事
23	西安华衡国有资本运营集团有限公司	独立董事冯根福曾经担任董事的企业，冯根福已于 2025 年 5 月自该公司离任
24	习红茶业（北京）有限公司	原副总经理于文泽持股 30%，其配偶持股 70%并担任执行董事、经理的企业
25	**习红文化（北京）有限公司**	**原副总经理于文泽担任财务负责人，其配偶持股 100%并担任董事、经理的企业**
26	米平（北京）科技有限公司	董事会秘书及财务总监杨建林持股 100%并担任执行董事的企业
27	科莱福（北京）检测技术有限公司	董事会秘书及财务总监杨建林曾经担任董事（已于 2023 年 3 月离任），控股股东本多投资曾持股 49%的企业**（已于 2026 年 4 月转让全部所持股份）**
28	天津歌者企业管理咨询中心（有限合伙）	董事会秘书及财务总监杨建林持有 21.20%财产份额的企业
29	天津明之弘管理咨询有限公司	公司曾经的监事邱明华持股 100%并担任执行董事、经理的企业
30	于文泽	公司曾经的副总经理，已于 2025 年 7 月离任
31	**姚长盛**	**公司曾经的独立董事，已于 2025 年 12 月离任**
32	**MINGHONG INVESTMENT**	**发行人实际控制人配偶余莉曾投资并担任董事、CEO 的**

序号	名称	关联关系情况
		公司[注]

注：MINGHONG INVESTMENT 为 2015 年 1 月实际控制人配偶余莉实际投资并与其他方在美国合共同设立的公司，该公司设立时登记的董事、CEO 为余莉；根据余莉的陈述，2018 年 7 月，余莉收回对 MINGHONG INVESTMENT 的投资并彻底退出。因合作方行政与经营事务原因，余莉退出后 MINGHONG INVESTMENT 相关股东、董事、CEO 等信息变更未能同步完成，于 2026 年 5 月已完成相关登记信息变更

（七）报告期内曾经的关联方

报告期初至本招股说明书签署日，公司曾经的关联方如下：

序号	名称	历史关联关系情况
1	贵州美盼化妆品有限公司	贵州植物医生曾经的全资子公司，已于 2024 年 3 月注销
2	贵阳洵美化妆品有限公司	贵州植物医生曾经的全资子公司，已于 2023 年 1 月注销
3	昆明悦婷化妆品有限公司	云南洱黛曾经的全资子公司，已于 2025 年 6 月注销
4	昆明梦茹化妆品有限公司	云南洱黛曾经的全资子公司，已于 2025 年 4 月注销
5	昆明妙菡化妆品有限公司	云南洱黛曾经的全资子公司，已于 2024 年 5 月注销
6	昆明慕悦化妆品有限公司	云南洱黛曾经的全资子公司，已于 2024 年 2 月注销
7	昆明亦璇化妆品有限公司	云南洱黛曾经的全资子公司，已于 2024 年 1 月注销
8	昆明灵菡化妆品有限公司	云南洱黛曾经的全资子公司，已于 2024 年 1 月注销
9	昆明诗莲化妆品有限公司	云南洱黛曾经的全资子公司，已于 2023 年 11 月注销
10	昆明晴飒化妆品有限公司	云南洱黛曾经的全资子公司，已于 2023 年 9 月注销
11	昆明夏萱化妆品有限公司	云南洱黛曾经的全资子公司，已于 2023 年 8 月注销
12	昆明苓卉化妆品有限公司	云南洱黛曾经的全资子公司，已于 2023 年 6 月注销
13	昆明燕晓化妆品有限公司	云南洱黛曾经的全资子公司，已于 2023 年 6 月注销
14	上海秉弘实业有限公司	实际控制人解勇曾持股 20%并担任董事的企业，已于 2023 年 12 月注销
15	北京丰之苑投资顾问有限公司	实际控制人解勇曾持股 66.67%的企业，已于 2023 年 4 月注销
16	银川市兴庆区植物医生化妆品利群街店	董事胡红文的配偶曾为经营者的个体工商户，已于 2023 年 6 月注销
17	银川市兴庆区书茶一生化妆品销售店	董事胡红文之子曾为经营者的个体工商户，已于 2023 年 1 月注销
18	钦州市钦南区明弘护肤品店	董事张旭的配偶曾为经营者的个体工商户，已于 2023 年 3 月注销
19	东莞市塘厦明弘护肤品店	董事张旭的配偶曾为经营者的个体工商户，已于 2023 年 3 月注销
20	佛山市南海区明弘护肤品店	董事张旭的配偶曾为经营者的个体工商户，已于 2023 年 3 月注销
21	广州市番禺区大龙邱雪琴化	董事张旭的配偶曾为经营者的个体工商户，已于 2023

序号	名称	历史关联关系情况
	妆品店	年 3 月注销
22	长沙市雨花区明弘化妆品商行	董事张旭的配偶曾为经营者的个体工商户，已于 2023 年 3 月注销
23	莆田市荔城区明弘化妆品店	董事张旭的配偶曾为经营者的个体工商户，已于 2023 年 3 月注销
24	石狮市雪琴化妆品店	董事张旭的配偶曾为经营者的个体工商户，已于 2023 年 3 月注销
25	高新区明弘化妆品店	董事张旭的配偶曾为经营者的个体工商户，已于 2023 年 3 月注销
26	南宁市具酷化妆品店	董事张旭的配偶曾为经营者的个体工商户，已于 2023 年 2 月注销
27	宁乡县玉潭镇量肤现配化妆品店	董事张旭的配偶曾为经营者的个体工商户，已于 2023 年 2 月注销
28	卢俊岭	控股股东本多投资曾经的监事，已于 2023 年 3 月离任
29	**邱明华**	**公司曾经的监事，已于 2025 年 4 月离任**
30	**陈锐铄**	**公司曾经的监事，已于 2025 年 4 月离任**
31	**鲁育玮**	**公司曾经的监事，已于 2024 年 7 月离任**
32	**和泰兆圆（北京）文化发展有限公司**	**原副总经理于文泽曾持股 10%，其配偶曾持股 70%并担任执行董事及总经理的企业，已于 2025 年 4 月注销**

八、关联交易

（一）关联交易总体情况

报告期内，公司发生的关联交易总体情况如下：

单位：万元

项目	类型	交易内容	2025 年度	2024 年度	2023 年度
经常性关联交易	重大关联交易	-	-	-	-
	一般关联交易	采购服务	13.80	69.51	94.81
		支付关联自然人薪酬	1,988.06	2,557.71	2,316.87
偶发性关联交易	重大关联交易	-	-	-	-
	一般关联交易	出售车辆	-	10.51	-

注：报告期内，公司关联自然人存在在公司直营销售渠道的小额零星消费，相关金额未在上表中列示

（二）重大关联交易的判断标准及依据

参照《上市规则》的相关规定并结合公司实际情况，公司将达到以下标准之一的关联交易认定为重大关联交易：公司与关联法人或其他组织发生的交易金额

超过 300 万元，且占公司最近一期经审计净资产绝对值超过 0.5%的交易，以及公司与关联自然人发生的交易金额超过 30 万元的交易。

此外，关键管理人员薪酬为公司开展正常经营活动的必要支出，不属于重大关联交易。

（三）重大关联交易

报告期内，公司不存在重大关联交易。

（四）一般关联交易

报告期内，公司一般关联交易总体情况如下：

单位：万元

序号	类型	交易内容	交易金额		
			2025 年	2024 年	2023 年
1	一般经常性关联交易	采购服务	13.80	69.51	94.81
2		支付关联自然人薪酬	1,988.06	2,557.71	2,316.87
3	一般偶发性关联交易	出售车辆	-	10.51	-

注：报告期内，公司关联自然人存在在公司直营销售渠道的小额零星消费，相关金额未在上表中列示

报告期内，公司一般关联交易的金额较小，未对公司财务状况和经营成果产生重大影响。

1、一般经常性关联交易

（1）采购服务

单位：万元

关联方	交易内容	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
科莱福（北京）检测技术有限公司	采购检测服务	13.80	0.02%	69.51	0.08%	94.81	0.11%

注：上表中占比为占当期营业成本的比例

报告期内，因正常经营活动需要，公司向科莱福（北京）检测技术有限公司购买美容护肤品检测服务。报告期各期交易金额分别为 94.81 万元、69.51 万元和 **13.80 万元**，占营业成本的比例分别为 0.11%、0.08%和 **0.02%**，金额和占比均较小。

（2）支付关联自然人薪酬

单位：万元

交易内容	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
支付薪酬	**1,988.06**	**7.67%**	2,557.71	8.91%	2,316.87	8.55%

注：上表中占比为占当期利润总额的比例

报告期内，公司支付给关联自然人的薪酬总额分别为 2,316.87 万元、2,557.71 万元和 **1,988.06 万元**。

（3）销售公司产品

报告期内，公司关联自然人因个人消费需求，存在在公司直营销售渠道购买公司产品的小额零星消费。

2、一般偶发性关联交易

2024 年 5 月，公司向董事、副总经理胡红文的配偶出售车辆，交易金额根据第三方评估机构出具的《鉴定评估报告》的评估值确定为 10.51 万元，金额较小。

九、报告期内关联交易履行程序情况及独立董事意见

为规范关联交易行为，公司已在《公司章程》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《关联交易管理办法》《独立董事工作制度》等制度中明确了关联交易的审议程序等事项。

2025 年 5 月 30 日，公司召开第一届董事会第八次会议，2025 年 6 月 19 日，公司召开 2024 年年度股东会，审议并通过了《关于对公司最近三年（2022—2024 年度）关联交易情况确认的议案》《关于公司 2025 年度预计日常关联交易额度的议案》《关于公司董事 2025 年度薪酬方案的议案》以及《关于公司高级管理人员 2025 年度薪酬方案的议案》，对公司报告期内关联交易的公允性和合理性予以确认，董事会及股东会就相关议案进行表决时，关联人士均回避表决。

公司独立董事专门会议对报告期内的关联交易进行了审议，认为公司报告期内的关联交易定价公允，关联交易的审议和表决程序合法合规，不存在损害公司及股东合法利益的情形。

十、报告期内关联方变化情况

报告期内，公司关联方的变化情况参见本节之“七、关联方及关联关系”之“（七）报告期内曾经的关联方”。

第九节 投资者保护

一、发行前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

根据公司 2025 年 5 月 15 日召开的 2025 年第二次临时股东会，本次公开发行股票前滚存的未分配利润，由本次公开发行后的全体新老股东按持股比例共享。

二、本次发行前后股利分配政策的差异情况及现金分红的股利分配

公司 2025 年第二次临时股东会审议通过了公司上市后适用的《公司章程（草案）》，在本次发行前股利分配政策的基础上进一步明确了公司利润分配的原则和形式、现金分红的条件和比例、决策程序和机制等，加强了对中小投资者的利益保护，具体情况如下：

（一）公司现金分红的股利分配政策

1、利润分配的条件

公司实施连续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报，并兼顾公司的可持续发展。其中，现金股利政策目标为剩余股利。在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，如无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司将积极采取现金方式分配利润。

当公司出现下列情形之一的，可以不进行利润分配：

（1）最近一年审计报告为非无保留意见或带与持续经营相关的重大不确定性段落的无保留意见；

（2）当年末资产负债率高于 70%；

（3）当年经营性现金流量为负。

2、利润分配形式

公司可以采用现金、股票、现金与股票相结合、实物或者法律法规允许的其他方式分配利润。其中，在利润分配方式的分配顺序上现金分红优先于股票分配。

3、现金方式分红的具体条件和比例

公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后

利润）为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；且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，则公司应当进行现金分红；公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。具备现金分红条件的，公司应当优先采用现金分红进行利润分配，且单一年度以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的 30%。

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、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过 5,000 万元；或公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

同时，公司应保持利润分配政策的连续性与稳定性，并综合考虑所处行业特点、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，制定以下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，可以按照前款第三项规定处理。

现金分红在本次利润分配中所占比例为现金股利除以现金股利与股票股利之和。

4、利润分配的期间间隔

公司当年盈利且符合《公司法》规定的利润分配条件的情况下，公司原则上每年进行一次利润分配，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期利润分配。

（二）利润分配应履行的审议程序

公司每年利润分配预案由公司管理层、董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金需求和股东回报规划提出、拟定，经董事会审议通过后提交股东会批准。董事会、独立董事和符合一定条件的股东可以向公司股东征集其在股东会上的投票权。

董事会审议现金分红具体方案时，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。独立董事认为现金分红具体方案可能损害上市公司或者中小股东权益的，有权发表独立意见。董事会对独立董事的意见未采纳或者未完全采纳的，应当在董事会决议中记载独立董事的意见及未采纳的具体理由，并披露。

股东会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流（包括但不限于提供网络投票表决、邀请中小股东参会等），充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。分红预案应由出席股东会的股东或股东代理人以所持二分之一以上的表决权通过。

公司年度盈利，管理层、董事会未提出、拟定现金分红预案的，管理层需就此向董事会提交详细的情况说明，包括未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途和使用计划；董事会审议通过后提交股东会通过现场或网络投票的方式审议批准，并由董事会向股东会做出情况说明。

公司召开年度股东会审议年度利润分配方案时，可审议批准下一年中期现金分红的条件、比例上限、金额上限等。年度股东会审议的下一年中期分红上限不应超过相应期间归属于公司股东的净利润。董事会根据股东会决议在符合利润分配的条件下制定具体的中期分红方案。

公司应当严格执行公司章程确定的现金分红政策以及股东会审议批准的现金分红具体方案。公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要或因外部经营环境发生重大变化，确需调整利润分配政策和股东回报规划的，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，应当满足公司章程规定的条件，经过详细论证后，履行相应的决策程序，有关调整利润分配政策的议案需经公司董事会审议后提交公司股东会批准，该等事项应经出席股东会的股东

所持表决权的 2/3 以上通过。

股东会应该采用网络投票方式为公众股东提供参会表决的条件。

（三）重要子公司的分红政策

公司分红资金主要来源于一级子公司北植科技，根据公司制定的《子公司分红管理制度》，北植科技的分红政策如下：

1、利润分配条件及比例

对于子公司，当其当年盈利且累计未分配利润为正时，在满足子公司正常提取法定公积金、正常生产经营及必要资金支出安排的情况下，公司将在法律法规及《公司章程》允许的职权范围内，通过行使股东权利促使其以现金方式分配股利，且每年以现金方式分配的利润不少于该子公司当年实现的可供分配利润的 30%，具体的利润分配由子公司股东会审议决定。

2、利润分配顺序

公司子公司的利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得影响子公司持续经营能力。子公司分配当年税后利润时，应按下列顺序进行：

（1）弥补上一年度的亏损；

（2）提取 10%的法定公积金，法定公积金累计额为子公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取；

（3）经股东会决议，可以提取任意公积金。

3、子公司利润分配具体政策

（1）利润分配的形式：子公司优先采取现金分红的方式。

（2）利润分配的期间间隔：在子公司当年盈利且累计未分配利润为正数的前提下，原则上子公司每年度至少进行一次利润分配。在有条件的情况下，子公司可以进行中期现金利润分配。

（3）子公司现金分红的具体条件和比例：除年度将发生重大资金支出等特殊情况外，每年应按子公司当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，积极采取现金方式分配股利，并以现金方式分配的利润不少于当年实现可供股东分配利润

的 30%。

子公司应当综合考虑公司所处的行业特点、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：现金分红占可供分配利润的比例为30%-100%之间。

4、利润分配决策程序

子公司利润分配预案由子公司董事会（或执行董事）在综合公司经营发展、股东意愿、社会资金成本及外部融资环境等因素的基础上拟定。

子公司利润分配预案提交子公司股东会审议，并经出席股东会的股东（或股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。

由公司审计委员会对子公司执行公司利润分配政策的情况及决策程序进行监督。

三、报告期内的股利分配情况

2024 年 6 月 20 日，公司召开 2023 年年度股东大会，审议通过了《关于公司利润分配的议案》，分配现金股利 10,000 万元（含税）。上述股利分配已实施完毕。

2025 年 6 月 19 日，公司召开 2024 年度股东会，审议通过了《关于公司 2024 年度利润分配的议案》，分配现金股利 8,000 万元（含税）。上述股利分配已实施完毕。

近年来，公司经营状况良好、业绩规模持续扩大。为回报股东的长期支持、进一步激励核心员工并与全体股东共享公司经营成果，公司董事会和股东大会/股东会决议根据公司实际经营情况向全体股东派发现金红利，具有必要性及合理性，上述利润分配不会对公司的财务状况和新老股东利益产生重大不利影响。

四、公司治理特殊安排等事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排，不存在尚未盈利或累计未弥补亏损的情形。

五、董事会关于股东回报事宜的专项研究论证情况以及相应的规划安排理由

公司第一届董事会第七次会议审议通过了《关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市后未来三年股东分红和长期回报规划的议案》，制定了《北京植物医生化妆品股份有限公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市后未来三年股东分红和长期回报规划》（以下简称“分红回报规划”）并于 2025 年 5 月 15 日由 2025 年第二次临时股东会审议通过。

董事会在研究、论证和制定上述分红回报规划及长期回报规划的过程中，充分听取和考虑了股东、独立董事等各方意见。分红回报规划和长期回报规划均以最大化股东利益为公司价值目标，注重为投资者（特别是中小股东、公众投资者）提供合理的投资回报，切实保护投资者的利益。同时，分红回报规划和长期回报规划还考虑了公司盈利能力、发展规划及融资环境等要素，兼顾了公司生产经营与持续发展的需要。

六、发行人上市后三年内现金分红等利润分配计划

（一）利润分配计划的具体内容

公司上市后三年内现金分红等利润分配将根据《公司章程（草案）》及分红回报规划中的相关规定执行。公司利润分配计划的具体内容包括利润分配的原则、形式、具体条件、现金分红比例等，具体参见本招股说明书之“第九节 投资者保护”之“二、本次发行前后股利分配政策的差异情况及现金分红的股利分配”之“（一）公司现金分红的股利分配政策”。

（二）利润分配计划的制定依据

公司上市后三年内的利润分配计划依据中国证监会《上市公司章程指引》《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》等法律、法规、部门规章和规范性文件制定，并严格履行公司董事会及股东会的审议决策程序，充分考虑中小股东的意见。

（三）利润分配计划的可行性

公司上市后三年内的利润分配计划系兼顾投资者合理回报及公司经营与持

续发展的需要制定，制定过程中已经考虑了公司的盈利能力、发展规划及融资环境等要素。公司所处的化妆品行业发展态势良好，且公司在化妆品行业拥有较大的业务规模和较高的业内知名度，公司良好的盈利能力为上述利润分配计划的可行性提供保障。

（四）未分配利润的使用安排

首次公开发行 A 股股票前的滚存未分配利润由本次发行上市完成后的新老股东依其所持股份比例共同享有。公司将以兼顾股东的即期利益与长远利益，公司的现时财务状况和可持续发展为原则，将提取法定盈余公积金并向股东分红后留存的未分配利润投入公司的生产经营活动，支持公司的长期发展，为投资者提供更加长远的利益。

（五）现金分红比例

根据公司的分红回报规划，公司上市三年内，公司在当年盈利、累计未分配利润为正且公司现金流可以满足公司正常经营和持续发展的情况下，如无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司将积极采取现金方式分配利润，且单一年度以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的 30%；且上市后三年公司每年现金分红比例不低于上市前三年分红平均水平。

七、公司长期回报规划的内容以及规划制定时的主要考虑因素

（一）公司长期回报规划的内容

1、公司实施连续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报，并兼顾公司的可持续发展。其中，现金股利政策目标为剩余股利。在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，如无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司将积极采取现金方式分配利润。

2、公司可以采用现金、股票、现金与股票相结合、实物或者法律法规允许的其他方式分配利润。其中，在利润分配方式的分配顺序上现金分红优先于股票分配。具备现金分红条件的，公司应当优先采用现金分红进行利润分配。

3、公司在当年盈利、累计未分配利润为正且公司现金流可以满足公司正常经营和持续发展的情况下，如无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司

将积极采取现金方式分配利润，且单一年度以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的 30%；且上市后三年公司每年现金分红比例不低于上市前三年分红平均水平。具体各年度的分红比例由董事会根据公司年度盈利状况和未来资金使用计划提出预案，并按照《公司章程（草案）》以及本规划规定的决策程序审议后提交公司股东会审议。

4、公司至少每三年重新审阅一次关于股东分红和长期回报规划的方案，并结合公司历史三年公司股东回报规划的实施情况、公司经营情况、公司股东（特别是中小股东、公众投资者）、独立董事的意见，对未来三年的利润分配政策作出适当且必要的修改，并确定对应时段的股东回报规划。

（二）公司长期回报规划制定时的主要考虑因素

公司制定长期回报规划时，严格遵守了《公司法》《证券法》及相关法律、法规、部门规章、规范性文件及公司章程的规定，并考虑了如下因素：

1、重视对投资者合理投资回报，严格保护投资者合法权益，兼顾股东即期利益与长远利益的要求；

2、公司应当建立对投资者持续、稳定、科学回报机制，保证利润分配政策连续性和稳定性的要求；

3、公司股东（特别是中小股东）及独立董事的意见；

4、公司的实际经营状况、盈利能力、可持续发展规划、资金需求以及融资环境等要素。

第十节 其他重要事项

一、重大合同

截至本招股说明书签署日，公司已履行和正在履行的对报告期生产经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的合同情况如下：

（一）销售合同

报告期各期，公司与前五大客户签订的销售合同情况如下：

序号	客户名称	签署主体	合同名称	合同内容	合同金额	合同期限	履行状态
1	杜伟	北植科技	《经销合同》	经销公司产品	框架合同	2025.01.01-2025.12.31	**履行完毕**
2			《经销合同》	经销公司产品	框架合同	2024.01.01-2024.12.31	履行完毕
3			《经销合同》	经销公司产品	框架合同	2023.01.01-2023.12.31	履行完毕
4	四川志合盛商贸有限公司	北植科技	《经销合同》	经销公司产品	框架合同	2025.01.01-2025.12.31	**履行完毕**
5			《经销合同》	经销公司产品	框架合同	2024.01.01-2024.12.31	履行完毕
6			《经销合同》	经销公司产品	框架合同	2023.01.01-2023.12.31	履行完毕
7	南浩	美丽动力	《美丽动力线上代理协议》	线上渠道经销公司产品	框架合同	2024.01.01-2024.12.31	履行完毕
8	西安珍品电子商务有限公司	美丽动力	《美丽动力线上代理协议》	线上渠道经销公司产品	框架合同	2024.01.01-2024.12.31	履行完毕
9	重明科技（西安）有限公司	美丽动力	《美丽动力线上代理协议》	线上渠道经销公司产品	框架合同	2024.01.01-2024.12.31	履行完毕
10	毕方电子商务（西安）有限公司	美丽动力	《美丽动力线上代理协议》	线上渠道经销公司产品	框架合同	2023.07.01-2024.12.31	履行完毕
11	天吴科技（西安）有限公司	美丽动力	《美丽动力线上代理协议》	线上渠道经销公司产品	框架合同	2024.08.08-2024.12.31	履行完毕
12	代雪玉	北植科技	《经销合同》	经销公司产品	框架合同	2025.01.01-2025.12.31	**履行完毕**
13			《经销合同》	经销公司产品	框架合同	2024.01.01-2024.12.31	履行完毕
14	黎小平	北植科技	《经销合同》	经销公司产品	框架合同	2025.01.01-2025.12.31	**履行完毕**
15			《经销合同》	经销公司产品	框架合同	2024.01.01-2024.12.31	履行完毕
16			《经销合同》	经销公司产品	框架合同	2023.01.01-2023.12.31	履行完毕
17	郑宇航	北植科技	《经销合同》	经销公司产品	框架合同	2024.01.01-2024.12.31	履行完毕

序号	客户名称	签署主体	合同名称	合同内容	合同金额	合同期限	履行状态
18	北京京东世纪贸易有限公司	美丽动力	《产品购销协议》	线上渠道经销公司产品	框架合同	2024.11.01-2025.12.31	**履行完毕**
19			《产品购销协议》	线上渠道经销公司产品	框架合同	2023.01.01-2023.10.16	履行完毕
20	湖州皓泽科技有限公司	美丽动力	《美丽动力线上代理协议》	线上渠道经销公司产品	框架合同	2023.01.01-2023.12.31	履行完毕
21	北京众和佳美商贸有限公司	美丽动力	《美丽动力线上代理协议》	线上渠道经销公司产品	框架合同	2023.01.01-2023.12.31	履行完毕
22	闵三艳	北植科技	《经销合同》	经销公司产品	框架合同	2025.01.01-2025.12.31	**履行完毕**

注 1：四川志合盛商贸有限公司受杜伟控制；

注 2：西安珍品电子商务有限公司、重明科技（西安）有限公司、毕方电子商务（西安）有限公司、天吴科技（西安）有限公司在签订合同时均受南浩控制

（二）采购合同

报告期各期，公司与前五大供应商签订的采购合同情况如下：

序号	供应商名称	签署主体	合同名称	合同内容	合同金额	合同期限	履行状态
1	诺斯贝尔化妆品股份有限公司	北植科技	《委托生产加工合同》	委托生产加工	框架合同	2021.05.01-2026.12.31	正在履行
2	广州栋方生物科技股份有限公司	北植科技	《委托生产加工合同》	委托生产加工	框架合同	2021.05.31-2026.03.11	**履行完毕**
3	江阴市红叶包装科技有限公司	广东植物医生	**《包材定作合同》**	**采购包材**	**框架合同**	**2025.12.01-2030.12.31**	**正在履行**
4			《包材采购合同》	采购包材	框架合同	2022.12.01-2025.11.30	**履行完毕**
5	上海应硕包装制品有限公司	广东植物医生	《包材采购合同》	采购包材	框架合同	2022.04.18-2027.04.17	正在履行
6	杭州三星工艺玻璃有限公司	广东植物医生	《包材采购合同》	采购包材	框架合同	2022.04.18-2027.04.17	正在履行
7	广州市坎达尔包装制品有限公司	广东植物医生	《包材采购合同》	采购包材	框架合同	2023.06.06-2026.06.05	正在履行
8	**广东省坎达尔科技创新有限公司**	**广东植物医生**	**《包材定作合同》**	**采购包材**	**框架合同**	**2025.07.12-2030.07.12**	**正在履行**

注：广东省坎达尔科技创新有限公司系广州市坎达尔包装制品有限公司全资子公司

（三）其他重大合同

截至本招股说明书签署日，公司报告期内签署的已履行的和正在履行的金额达到或超过 1,000 万元的合同情况如下：

单位：万元

序号	合同对手方名称	签署主体	合同名称	合同内容	合同金额	合同期限	履行状态
1	中国科学院昆明植物研究所	北植科技	《技术开发（委托）合同》	委托技术开发	1,900.00	2022.02.17-2026.08.16	正在履行

序号	合同对手方名称	签署主体	合同名称	合同内容	合同金额	合同期限	履行状态
2	北京俊昇文化发展有限公司、北京胜景文化发展有限公司	北植科技	《代言合作服务合同》	代言服务	2,000.00	2024.10.31-2026.04.17	**履行完毕**
3	中信证券资产管理有限公司、中信银行股份有限公司济南分行	北植科技	《资产管理合同》	资产管理	不低于1,000.00	2025.02.02 起	正在履行
4	北京热源汇盈网络科技有限公司	北植科技	《合作协议》	品牌宣传	2,000.00	2025.05.01-2026.04.30	**履行完毕**
5	央广金信（北京）文化传媒有限公司	北植科技	《项目合作协议》	品牌宣传	1,100.00	2025.06.09-2026.06.08	正在履行
6	**北京德皓国际会计师事务所（特殊普通合伙）**	**公司**	**《业务约定书》**	**审计与验证服务**	**1,290.00**	**2025.07.03 起**	**正在履行**
7	青岛东宇舟舟文化传媒工作室	北植科技	《代言服务合同》	代言服务	1,450.00	2023.04.21-2024.04.20	履行完毕
8	北京俊昇文化发展有限公司、北京胜景文化发展有限公司	北植科技	《代言合作服务合同》	代言服务	1,200.00	2024.03.21-2025.04.17	履行完毕

注：公司与中信证券资产管理有限公司、中信银行股份有限公司济南分行签订的《资产管理合同》约定合同项下资产管理计划的初始规模不得低于 1,000.00 万元

二、发行人对外担保有关情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在对外担保事项。

三、对发行人产生重大影响的诉讼或仲裁事项

报告期内，公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。截至本招股说明书签署日，公司亦不存在尚未了结或尚未执行完毕的涉诉金额较大（单一或累计标的金额超过 500 万元）的诉讼、仲裁。

四、发行人控股股东或实际控制人、子公司，发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人、控股子公司，董事、高级管理人员均不存在作为一方当事人可能对公司产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

第十一节 声明

一、发行人及全体董事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、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。

全体董事签名：

解 勇　　胡红文　　黄 东

张 旭　　张克东　　钟晓明

冯根福

除董事外高级管理人员签名：

杨建林

北京植物医生化妆品股份有限公司

2026 年 6 月 29 日

一、发行人董事会审计委员会成员声明

本公司全体董事会审计委员会成员承诺本招股说明书的内容真实、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。

全体董事会审计委员会成员签名：

张克东　　冯根福　　张　旭

北京植物医生化妆品股份有限公司

2020年6月29日

二、发行人控股股东、实际控制人声明

本公司承诺本招股说明书的内容真实、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。

法定代表人：

解 勇

北京本多投资有限公司

2016 年 6 月 29 日

二、发行人控股股东、实际控制人声明

本人承诺本招股说明书的内容真实、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。

实际控制人签名：

解 勇

北京植物医生化妆品股份有限公司

2026年 6月 29日

三、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行核查，确认招股说明书的内容真实、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。

保荐代表人：

范凯文　　李　建

项目协办人：

殷　越

法定代表人：

张佑君

中信证券股份有限公司

2026 年 6 月 29 日

四、保荐人（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读北京植物医生化妆品股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总经理：

邹迎光

中信证券股份有限公司

2026年6月2日

五、保荐人（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读北京植物医生化妆品股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长：

张佑君

中信证券股份有限公司

2026年 6月 29日

六、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因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：

王月鹏　　邹佩垚

负责人：

龙海涛

北京植德律师事务所

2026年 6月 28日

审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《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》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的审计报告（德皓审字[2026]00002825 号、内部控制审计报告（德皓内字[2026]00000137 号）及经本所鉴证的非经常性损益明细表（德皓核字[2026]00001388 号）等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对北京植物医生化妆品股份有限公司在招股说明书中引用的上述审计报告、内部控制审计报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：

赵焕琪

签字注册会计师：

刘晶静

张霞

北京德皓国际会计师事务所（特殊普通合伙）

中国·北京

二〇二六年六月十九日

八、资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因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。

签字资产评估师签名：



李 阳



胡盈宇

资产评估机构负责人签名：

权忠光



北京中金华资产评估有限责任公司

2026年 6 月 29 日

验资机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《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》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的验资报告（德皓验字[2025]00000023 号）无矛盾之处。本所及签字注册会计师对北京植物医生化妆品股份有限公司在招股说明书中引用的上述报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：

赵焕琪

签字注册会计师：

刘晶静 张霞

北京德皓国际会计师事务所（特殊普通合伙）

中国·北京

二〇二六年六月二十九日

第十二节 附件

一、备查文件

（一）发行保荐书；

（二）上市保荐书；

（三）法律意见书；

（四）财务报告及审计报告；

（五）公司章程（草案）；

（六）落实投资者关系管理相关规定的安排、发行人股利分配的决策程序及监督机制、股东投票机制建立情况；

（七）与投资者保护相关的承诺；

（八）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项；

（九）内部控制审计报告；

（十）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

（十一）股东会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况说明；

（十二）审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明；

（十三）募集资金具体运用情况；

（十四）子公司、参股公司简要情况；

（十五）其他与本次发行有关的重要文件。

二、备查文件的查阅

前述与本次公开发行有关的正式法律文件，除在指定网站披露外，存放在发行人和保荐人（主承销商）的办公地点以备投资者查阅：

（一）备查文件的查阅期间

除法定节假日以外的每日上午 9:30-11:30，下午 2:30-4:30。

（二）备查文件的查阅地点

1、发行人：北京植物医生化妆品股份有限公司

联系地址：北京市西城区西直门外大街 1 号院 3 号楼 12 层 12D5

联系人：杨建林

电话：010-58302307

2、保荐人（主承销商）：中信证券股份有限公司

联系地址：北京市朝阳区亮马桥路 48 号中信证券大厦 25 层

联系人：李建、**范凯文**、殷越、白居一、李心予、程俊博、李菁

电话：010-60838192

附件一 落实投资者关系管理相关规定的安排、股利分配决策程序、股东投票机制建立情况

（一）投资者关系的主要安排

为了切实提高公司的规范运作水平，保障投资者特别是中小投资者的合法权益，公司根据《公司法》《证券法》等法律法规的规定，制定了《公司章程（草案）》《投资者关系管理制度》及《信息披露管理制度》等一系列制度对投资者的权益保护作了详细规定。上述制度有效地保障投资者及时、真实、准确、完整地获取公司相关资料和信息。

1、信息披露制度和流程

为加强对公司信息披露工作的管理，规范公司信息披露行为，确保信息披露真实、准确、完整，维护公司全体股东的合法权益。公司依据《公司法》《证券法》《上市规则》《上市公司信息披露管理办法》等有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的有关规定，制定了《信息披露管理制度》，对信息披露的基本原则，信息传递、审核与披露程序，信息披露事务管理部门及其负责人的职责等内容进行了规定。

公司在治理制度层面上对投资者依法享有获取公司信息的权利进行了有效保护，保障了投资者真实、准确、完整地获取公司相关资料和信息，切实保护投资者的合法权益。

2、投资者沟通渠道的建立情况

公司董事会秘书是投资者关系管理工作的负责人，董事会办公室为公司投资者关系管理的职能部门，负责投资者关系管理的日常工作。为方便投资者关系管理，增强公司与投资者关系，促进公司与投资者之间建立长期、稳定的良性关系，切实维护投资者的合法权益，公司已建立如下沟通渠道：

投资者沟通部门	董事会办公室
投资者沟通负责人	杨建林
投资者沟通电话	010-58302595
投资者沟通邮箱	stock@drplant.com.cn
投资者沟通传真	010-58301226

发行人网址	www.drplant.com.cn

3、未来开展投资者关系管理的规划

公司注重与投资者的沟通与交流，未来将依照《公司章程》《投资者关系管理制度》等相关制度切实开展投资者关系构建、管理和维护，为投资者和公司搭建起畅通的沟通交流平台，确保了投资者公平、及时地获取公司公开信息。

（二）股利分配决策程序

本次发行后，公司将根据《公司法》《公司章程（草案）》进行股利分配，具体情况参见本招股说明书“第九节 投资者保护”之“二、本次发行前后股利分配政策的差异情况及现金分红的股利分配”。

（三）完善股东投票机制

公司上市后适用的《公司章程（草案）》和《累积投票制实施细则》对累积投票制、中小投资者单独计票机制、网络投票制、征集投票权等各项股东投票机制进行了如下规定：

1、累积投票制

股东会在选举 2 名或以上董事（包括独立董事和非独立董事，不包括职工代表董事）时，应当实行累积投票制。前述所指累积投票制，是指股东会选举董事时，每一股份拥有与应选董事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。即每一有表决权的股份享有与拟选出的董事人数相同的表决权，股东可以自由地在董事候选人之间分配其表决权，既可分散投于多人，也可集中投于一人，按照董事候选人得票多少的顺序，从前往后根据拟选出的董事人数，由得票较多者当选。

2、中小投资者单独计票机制

股东会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

3、网络投票制

公司召开股东会的地点为公司住所地或股东会召集人指定的其他地点。股东会将设置会场，以现场会议形式召开，并可同时采用电子通信方式召开。公司还

将提供网络投票的方式为股东提供便利。

4、征集投票权

公司董事会、独立董事、持有百分之一以上有表决权股份的股东或者依照法律、行政法规或者中国证监会的规定设立的投资者保护机构可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。除法定条件外，公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

附件二 与投资者保护相关的承诺

（一）本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及股东持股及减持意向等承诺

1、发行人实际控制人解勇承诺

“1、本人直接及间接持有的发行人首次公开发行前已发行的股份，自发行人股票在深圳证券交易所上市之日起 36 个月内不转让或者委托他人管理，也不由发行人回购该部分股份。对于本人基于发行人本次公开发行股票前所持有的股份而享有的送红股、转增股本等股份，亦遵守上述锁定期的约定。

2、发行人股票上市后 6 个月内，如连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价（指发行人首次公开发行股票的发行价格，如果因公司上市后派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照深圳证券交易所的有关规定作除权除息处理，下同），或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。

3、在本人持股 5%及其以上期间及法律法规规定的期间，本人在锁定期满后将根据资金需求、投资安排等各方面因素审慎确定是否减持所持发行人首次公开发行前股份，股份减持亦将严格遵守中国证监会、证券交易所关于上市公司股东减持股份的其他限制性规定。减持方式应符合相关法律法规及监管政策规定，包括但不限于通过证券交易所集中竞价交易系统、大宗交易系统进行，或通过协议转让或其他证券交易所认可的合法方式进行。

4、若本人在锁定期届满后 24 个月内减持的，股份减持的价格不低于发行人首次公开发行股票的发行价。若在本人减持股份前，发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则本人的减持价格应不低于经相应调整后的发行价。锁定期届满超过 24 个月后，本人拟减持发行人股份的，应按照相关法律、法规、规章、规范性文件及证券交易所的相关规定进行减持，且不违背本人已作出的承诺。

5、上述锁定期届满后，在本人担任发行人董事、高级管理人员期间，将向发行人申报所持有的发行人的股份及其变动情况，并遵守下列限制性规定：1）

每年转让的股份不超过本人所持有发行人股份总数的 25%；2）离职后半年内，不转让本人所持发行人股份；3）法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及证券交易所业务规则对董事股份转让的其他规定。本人在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，继续遵守下列限制性规定：1）每年转让的股份不超过本人所持有发行人股份总数的 25%；2）离职后半年内，不转让本人所持发行人股份；3）法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及证券交易所业务规则对董事股份转让的其他规定。

6、若因发行人存在《深圳证券交易所股票上市规则》规定的重大违法情形，触及退市标准的，自相关行政处罚决定事先告知书或者司法裁判作出之日起至发行人股票终止上市并摘牌，本人不减持发行人股份。

7、在本人持股 5%及其以上期间及法律法规规定的期间，本人减持所直接持有的发行人股份时，将在减持前三个交易日予以公告，并按照证券监管机构、深圳证券交易所届时适用的规则及时、准确地履行信息披露义务；若本人通过证券交易所集中竞价交易方式首次减持所直接持有的发行人股份，将在减持前的十五个交易日予以公告。

本人在股份锁定期届满后减持本人在本次公开发行前直接持有的股份的，应当明确并披露发行人的控制权安排，保证发行人持续稳定经营。

8、在担任发行人董事、高级管理人员期间，本人将严格遵守法律、法规、规范性文件关于董事、高级管理人员的持股及股份变动的有关规定，规范诚信履行董事、高级管理人员的义务，如实并及时申报本人持有的发行人股份及其变动情况。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。本人同意承担并赔偿因违反上述承诺而给发行人造成的一切损失。

9、在本人持股期间，若相关法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本人愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。

10、若本人未履行上述承诺，给发行人或者其他投资者造成损失的，将根据相关法律法规及中国证监会、深圳证券交易所的要求依法承担相应赔偿责任。”

2、发行人实际控制人解勇之配偶余莉承诺

“1、本人间接持有的发行人首次公开发行前已发行的股份，自发行人股票在深圳证券交易所上市之日起 36 个月内不转让或者委托他人管理，也不由发行人回购该部分股份。对于本人基于发行人本次公开发行股票前所持有的股份而享有的送红股、转增股本等股份，亦遵守上述锁定期的约定。

2、发行人股票上市后 6 个月内，如连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价（指发行人首次公开发行股票的发行价格，如果因公司上市后派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照深圳证券交易所的有关规定作除权除息处理，下同），或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，则本人持有发行人股份的锁定期限自动延长 6 个月。

3、本人在锁定期满后减持将严格遵守中国证监会、证券交易所关于上市公司股东减持股份的其他限制性规定。减持方式应符合相关法律法规及监管政策规定。

4、在本人持股期间，若相关法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本人愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。

5、若本人未履行上述承诺，给发行人或者其他投资者造成损失的，将根据相关法律法规及中国证监会、深圳证券交易所的要求依法承担相应赔偿责任。”

3、发行人控股股东本多投资承诺

“1、本公司直接持有的发行人首次公开发行前已发行的股份，自发行人股票在深圳证券交易所上市之日起 36 个月内不转让或者委托他人管理，也不由发行人回购该部分股份。对于本公司基于发行人本次公开发行股票前所持有的股份而享有的送红股、转增股本等股份，亦遵守上述锁定期的约定。

2、发行人股票上市后 6 个月内，如连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价（指发行人首次公开发行股票的发行价格，如果因公司上市后派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照深圳证券交易所的有关规定作除权除息处理，下同），或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，

则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本公司持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。

3、在本公司持股 5%及其以上期间及法律法规规定的期间，本公司在锁定期满后将根据资金需求、投资安排等各方面因素审慎确定是否减持所持发行人首次公开发行前股份，股份减持亦将严格遵守中国证监会、证券交易所关于上市公司股东减持股份的其他限制性规定。减持方式应符合相关法律法规及监管政策规定，包括但不限于通过证券交易所集中竞价交易系统、大宗交易系统进行，或通过协议转让或其他证券交易所认可的合法方式进行。

4、若本公司在锁定期届满后 24 个月内减持的，股份减持的价格不低于发行人首次公开发行股票的发行价。若在本公司减持股份前，发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则本公司的减持价格应不低于经相应调整后的发行价。锁定期届满超过 24 个月后，本公司拟减持发行人股份的，应按照相关法律、法规、规章、规范性文件及证券交易所的相关规定进行减持，且不违背本公司已作出的承诺。

5、若因发行人存在《深圳证券交易所股票上市规则》规定的重大违法情形，触及退市标准的，自相关行政处罚决定事先告知书或者司法裁判作出之日起至发行人股票终止上市并摘牌，本公司不减持发行人股份。

6、在本公司持股 5%及其以上期间及法律法规规定的期间，本公司减持所持有的发行人股份时，将在减持前三个交易日予以公告，并按照证券监管机构、深圳证券交易所届时适用的规则及时、准确地履行信息披露义务；若本公司通过证券交易所集中竞价交易方式首次减持所持有的发行人股份，将在减持前的十五个交易日予以公告。

7、在本公司持股期间，若相关法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本公司愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。

8、若本公司未履行上述承诺，给发行人或者其他投资者造成损失的，将根据相关法律法规及中国证监会、深圳证券交易所的要求依法承担相应赔偿责任。”

4、发行人持股 5%以上股东明之弘承诺

“1、本企业持有的发行人首次公开发行前已发行的股份，自发行人股票在深圳证券交易所上市之日起 36 个月内不转让或者委托他人管理，也不由发行人回购该部分股份。对于本企业基于发行人本次公开发行股票前所持有的股份而享有的送红股、转增股本等股份，亦遵守上述锁定期的约定。

2、在本企业持股 5%及其以上期间及法律法规规定的期间，本企业在锁定期满后将根据资金需求、投资安排等各方面因素审慎确定是否减持所持发行人首次公开发行前股份，股份减持亦将严格遵守中国证监会、证券交易所关于上市公司股东减持股份的其他限制性规定。减持方式应符合相关法律法规及监管政策规定，包括但不限于通过证券交易所集中竞价交易系统、大宗交易系统进行，或通过协议转让或其他证券交易所认可的合法方式进行。

3、若本企业在锁定期届满后 24 个月内减持的，股份减持的价格不低于发行人首次公开发行股票的发行价。若在本企业减持股份前，发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则本企业的减持价格应不低于经相应调整后的发行价。锁定期届满超过 24 个月后，本企业拟减持发行人股份的，应按照相关法律、法规、规章、规范性文件及深圳证券交易所的相关规定进行减持，且不违背本企业已作出承诺。

4、在本企业持股 5%及其以上期间及法律法规规定的期间，本企业减持所持有的发行人股份时，将在减持前三个交易日予以公告，并按照证券监管机构、深圳证券交易所届时适用的规则及时、准确地履行信息披露义务；若本企业通过证券交易所集中竞价交易方式首次减持所持有的发行人股份，将在减持前的十五个交易日予以公告。

5、本企业将严格遵守法律、法规、规范性文件关于持股及股份变动的有关规定并同意承担并赔偿因违反上述承诺而给发行人造成的一切损失。

6、在本企业持股期间，若相关法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本企业愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。

7、若本企业未履行上述承诺，给发行人或者其他投资者造成损失的，将根

据相关法律法规及中国证监会、深圳证券交易所的要求依法承担相应赔偿责任。”

5、发行人持股 5%以上股东、董事黄东承诺

“1、本人直接持有的发行人首次公开发行前已发行的股份，自发行人股票在深圳证券交易所上市之日起 12 个月内不转让或者委托他人管理，也不由发行人回购该部分股份。对于本人基于发行人本次公开发行股票前所持有的股份而享有的送红股、转增股本等股份，亦遵守上述锁定期的约定。

2、发行人股票上市后 6 个月内，如连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价（指发行人首次公开发行股票的发行价格，如果因公司上市后派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照深圳证券交易所的有关规定作除权除息处理，下同），或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。

3、在本人持股 5%及其以上期间及法律法规规定的期间，本人在锁定期满后将根据资金需求、投资安排等各方面因素审慎确定是否减持所持发行人首次公开发行前股份，股份减持亦将严格遵守中国证监会、证券交易所关于上市公司股东减持股份的其他限制性规定。减持方式应符合相关法律法规及监管政策规定，包括但不限于通过证券交易所集中竞价交易系统、大宗交易系统进行，或通过协议转让或其他证券交易所认可的合法方式进行。

4、若本人在锁定期届满后 24 个月内减持的，股份减持的价格不低于发行人首次公开发行股票的发行价。若在本人减持股份前，发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则本人的减持价格应不低于经相应调整后的发行价。锁定期届满超过 24 个月后，本人拟减持发行人股份的，应按照相关法律、法规、规章、规范性文件及证券交易所的相关规定进行减持，且不违背本人已作出的承诺。

5、上述锁定期届满后，在本人担任发行人董事期间，将向发行人申报所直接持有的发行人的股份及其变动情况，并遵守下列限制性规定：1）每年转让的股份不超过本人所直接持有发行人股份总数的 25%；2）离职后半年内，不转让本人所直接持有的发行人股份；3）法律、行政法规、部门规章、规范性文件以

及证券交易所业务规则对董事股份转让的其他规定。本人在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，继续遵守下列限制性规定：1）每年转让的股份不超过本人所直接持有发行人股份总数的 25%；2）离职后半年内，不转让本人所直接持有的发行人股份；3）法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及证券交易所业务规则对董事股份转让的其他规定。

6、若因发行人存在《深圳证券交易所股票上市规则》规定的重大违法情形，触及退市标准的，自相关行政处罚决定事先告知书或者司法裁判作出之日起至发行人股票终止上市并摘牌，本人不减持发行人股份。

7、在本人持股 5%及其以上期间及法律法规规定的期间，本人减持所持有的发行人股份时，将在减持前三个交易日予以公告，并按照证券监管机构、深圳证券交易所届时适用的规则及时、准确地履行信息披露义务；若本人通过证券交易所集中竞价交易方式首次减持所持有的发行人股份，将在减持前的十五个交易日予以公告。

8、本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。本人同意承担并赔偿因违反上述承诺而给发行人造成的一切损失。

9、在本人持股期间，若相关法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本人愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。

10、若本人未履行上述承诺，给发行人或者其他投资者造成损失的，将根据相关法律法规及中国证监会、深圳证券交易所的要求依法承担相应赔偿责任。”

6、直接持有发行人股份的董事、高级管理人员张旭承诺

“1、本人直接持有的发行人首次公开发行前已发行的股份，自发行人股票在深圳证券交易所上市之日起 12 个月内不转让或者委托他人管理，也不由发行人回购该部分股份。对于本人基于发行人本次公开发行股票前所持有的股份而享有的送红股、转增股本等股份，亦遵守上述锁定期的约定。

2、发行人股票上市后 6 个月内，如连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价（指发行人首次公开发行股票的发行价格，如果因公司上市后派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照深圳证券交易所的有

关规定作除权除息处理，下同），或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。

3、若本人在锁定期届满后 24 个月内减持的，股份减持的价格不低于发行人首次公开发行股票的发行价。若在本人减持股份前，发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则本人的减持价格应不低于经相应调整后的发行价。锁定期届满超过 24 个月后，本人拟减持发行人股份的，应按照相关法律、法规、规章、规范性文件及证券交易所的相关规定进行减持，且不违背本人已作出的承诺。

4、上述锁定期届满后，在本人担任发行人董事期间，将根据资金需求、投资安排等各方面因素审慎确定是否减持所持发行人首次公开发行前股份，股份减持亦将严格遵守中国证监会、证券交易所关于上市公司股东减持股份的其他限制性规定。减持方式应符合相关法律法规及监管政策规定，包括但不限于通过证券交易所集中竞价交易系统、大宗交易系统进行，或通过协议转让或其他证券交易所认可的合法方式进行。

5、上述锁定期届满后，在本人担任发行人董事期间，将向发行人申报所持有的发行人的股份及其变动情况，并遵守下列限制性规定：（1）每年转让的股份不超过本人所持有发行人股份总数的 25.00%；（2）离职后半年内，不转让本人所持发行人股份；（3）法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及证券交易所业务规则对董事股份转让的其他规定。本人在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，继续遵守下列限制性规定：（1）每年转让的股份不超过本人所持有发行人股份总数的 25.00%；（2）离职后半年内，不转让本人所持发行人股份；（3）法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及证券交易所业务规则对董事股份转让的其他规定。

6、若因发行人存在《深圳证券交易所股票上市规则》规定的重大违法情形，触及退市标准的，自相关行政处罚决定事先告知书或者司法裁判作出之日起至发行人股票终止上市并摘牌，本人不减持发行人股份。

7、本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。本人同意承担

并赔偿因违反上述承诺而给发行人造成的一切损失。

8、在本人持股期间，若相关法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本人愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。

9、若本人未履行上述承诺，给发行人或者其他投资者造成损失的，将根据相关法律法规及中国证监会、深圳证券交易所的要求依法承担相应赔偿责任。”

7、间接持有发行人股份的董事、高级管理人员胡红文、杨建林承诺

“1、本人间接持有的发行人首次公开发行前已发行的股份，自发行人股票在深圳证券交易所上市之日起 **36** 个月内不转让或者委托他人管理，也不由发行人回购该部分股份。对于本人基于发行人本次公开发行股票前所持有的股份而享有的送红股、转增股本等股份，亦遵守上述锁定期的约定。

2、发行人股票上市后 6 个月内，如连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价（指发行人首次公开发行股票的发行价格，如果因公司上市后派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照深圳证券交易所的有关规定作除权除息处理，下同），或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。

3、若本人在锁定期届满后 24 个月内减持的，股份减持的价格不低于发行人首次公开发行股票的发行价。若在本人减持股份前，发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则本人的减持价格应不低于经相应调整后的发行价。锁定期届满超过 24 个月后，本人拟减持发行人股份的，应按照相关法律、法规、规章、规范性文件及证券交易所的相关规定进行减持，且不违背本人已作出的承诺。

4、上述锁定期届满后，在本人担任发行人董事、高级管理人员期间，将根据资金需求、投资安排等各方面因素审慎确定是否减持所持发行人首次公开发行前股份，股份减持亦将严格遵守中国证监会、证券交易所关于上市公司股东减持股份的其他限制性规定。

5、若因发行人存在《深圳证券交易所股票上市规则》规定的重大违法情形，

触及退市标准的，自相关行政处罚决定事先告知书或者司法裁判作出之日起至发行人股票终止上市并摘牌，本人不减持直接持有的发行人股份（如有）。

6、在担任发行人董事、高级管理人员期间，本人将严格遵守法律、法规、规范性文件关于董事、高级管理人员的持股及股份变动的有关规定，规范诚信履行董事、高级管理人员的义务。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。本人同意承担并赔偿因违反上述承诺而给发行人造成的一切损失。

7、在本人持股期间，若相关法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本人愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。

8、若本人未履行上述承诺，给发行人或者其他投资者造成损失的，将根据相关法律法规及中国证监会、深圳证券交易所的要求依法承担相应赔偿责任。”

8、发行人股东中科昆植承诺

“1、本企业持有的发行人首次公开发行前已发行的股份，自发行人股票在深圳证券交易所上市之日起 12 个月内不转让或者委托他人管理，也不由发行人回购该部分股份。对于本企业基于发行人本次公开发行股票前所持有的股份而享有的送红股、转增股本等股份，亦遵守上述锁定期的约定。

2、本企业在锁定期满后减持将严格遵守中国证监会、证券交易所关于上市公司股东减持股份的其他限制性规定。减持方式应符合相关法律法规及监管政策规定，包括但不限于通过证券交易所集中竞价交易系统、大宗交易系统进行，或通过协议转让或其他证券交易所认可的合法方式进行。

3、在本企业持股期间，若相关法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本企业愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。

4、若本企业未履行上述承诺，给发行人或者其他投资者造成损失的，将根据相关法律法规及中国证监会、深圳证券交易所的要求依法承担相应赔偿责任。”

（二）稳定股价的措施和承诺

1、稳定股价的措施

根据发行人 2025 年 5 月 15 日召开的 2025 年第二次临时股东会审议通过的《关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市后三年内稳定股价预案的议案》，发行人稳定股价的预案如下：

（1）启动稳定股价措施的具体条件和程序

自发行人首次公开发行股票并上市之日起三年内，如发行人股票非因不可抗力因素所致连续 20 个交易日收盘价均低于其最近一期经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数/期末公司股份总数；如最近一期审计基准日后，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司每股净资产出现变化的，则每股净资产相应进行调整），且发行人情况同时满足监管机构对于回购、增持等股本变动行为的规定，发行人、控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外，以下同）和高级管理人员将根据董事会和股东会审议通过的股价稳定预案稳定公司股价：

1）发行人回购发行人股票；

2）发行人控股股东增持发行人股票；

3）发行人董事和高级管理人员增持发行人股票；

4）其他证券监管部门认可的且经发行人董事会、股东会审议通过的方式。

在稳定股价具体方案的实施期间内，如公司股票连续 5 个交易日收盘价均高于每股净资产，或者继续增持或者回购公司股份将导致公司的股权分布不满足法定上市条件，或者继续增持股票将导致需要履行要约收购义务时，将停止实施股价稳定措施。

（2）具体措施和方案

发行人、控股股东、实际控制人、董事和高级管理人员为承担稳定公司股价的义务的主体。在不影响公司上市条件的前提下，可采取如下具体措施及方案：

1）公司稳定股价的具体措施

①当触发前述股价稳定措施的启动条件时，公司应依照法律、法规、规范性文件、公司章程及公司内部治理制度的规定，制定股份回购方案，向社会公众股东回购公司部分股票，并保证股价稳定措施实施后，公司的股权分布仍符合上市条件。

②公司将在触发稳定股价措施日起 10 个交易日内召开董事会审议公司回购股份的议案，并在董事会做出决议后的 2 个交易日内公告董事会决议、有关议案及召开股东会的通知。回购股份的议案应包括回购股份的价格或价格区间、定价原则，拟回购股份的种类、数量及占总股本的比例，回购股份的期限以及届时有效的法律、法规、规范性文件规定应包含的其他信息。公司将在董事会作出实施回购股份决议之日起 30 个交易日内召开股东会，审议回购股份的议案，公司股东会对回购股份的议案做出决议，须经出席股东会的股东所持表决权三分之二以上通过。用于回购的资金总额将根据公司当时股价情况及公司资金状况等情况，由股东会最终审议确定。

③在股东会审议通过股份回购方案后，公司将依法通知债权人，并向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案等手续。

④公司回购股份的资金为自有资金，回购股份的价格不超过上一个会计年度末经审计的每股净资产值，回购股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式。但如果股份回购方案实施前公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施条件的，可不再继续实施该方案。

⑤若某一会计年度内公司股价多次触发上述需采取股价稳定措施条件的（不包括公司实施稳定股价措施期间及实施完毕当次稳定股价措施并公告日后开始计算的连续 20 个交易日股票收盘价仍低于上一个会计年度末经审计的每股净资产的情形），公司将继续按照上述稳定股价预案执行，但应遵循以下原则：

（A）单次用于回购股份的资金金额不高于上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 20%；

（B）单一会计年度用以稳定股价的回购资金合计不超过上一会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 40%；

（C）若超过上述（A）、（B）项标准的，有关稳定股价措施在当年度不再

继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，公司将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

（D）公司用于回购股份的资金总额累计不超过首次公开发行新股所募集资金的总额。

⑥单次实施回购股票完毕或终止后，本次回购的公司股票应在实施完毕或终止之日起 10 个交易日内注销，并及时办理公司减资程序。

⑦要求控股股东、实际控制人及时任公司董事、高级管理人员的人员以增持公司股票的方式稳定公司股价，并明确增持的金额和期间；若公司新聘任董事、高级管理人员的，公司将要求该等新聘任的董事、高级管理人员履行公司上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。

⑧法律、行政法规、规范性文件规定以及中国证监会认可的其他方式。

（3）控股股东、实际控制人稳定股价的具体措施

1）将按照《上市公司收购管理办法》等相关法律、行政法规和规范性文件的条件和要求且不应导致发行人股权分布不符合上市条件的前提下，通过交易所集中竞价交易方式或者中国证监会、证券交易所认可的其他方式增持发行人股票或其他方式稳定发行人股价。

2）若控股股东、实际控制人增持发行人股票，将在稳定股价启动条件触发 10 个交易日内，将拟增持股票的具体计划（内容包括但不限于增持股数区间、计划的增持价格上限、完成时效等）以书面方式通知发行人并由发行人进行公告，并承诺就发行人稳定股价方案及其所拥有的全部表决票数在股东会上投赞成票。增持发行人股票后，自增持股票行为完成之日起六个月内不转让所持有的发行人股票，包括增持前持有的发行人股票。

3）发行人股票若连续 5 个交易日收盘价均超过发行人最近一期经审计的每股净资产，或继续增持发行人的股份将导致公司股权分布不符合上市条件，或继续增持股票将导致需要履行要约收购义务时，控股股东、实际控制人可以终止实施股票增持事宜。

（4）公司董事、高级管理人员稳定股价的具体措施

1）公司董事、高级管理人员将按照《上市公司收购管理办法》等相关法律、行政法规和规范性文件的条件和要求且不应导致发行人股权分布不符合上市条件的前提下，通过交易所集中竞价交易方式或者中国证监会、证券交易所认可的其他方式增持公司股票。

2）公司董事、高级管理人员将在稳定股价启动条件触发 10 个交易日内，将其拟增持股票的具体计划（内容包括但不限于增持股数区间、计划的增持价格上限、完成时效等）以书面方式通知公司并由公司进行公告，公司董事并承诺就发行人稳定股价方案在董事会上投赞成票。公司董事、高级管理人员增持公司股票后，自增持股票行为完成之日起六个月内不转让所持有的公司股票，包括增持前持有的公司股票（如有）。

3）公司股票若连续 5 个交易日收盘价均超过公司最近一期经审计的每股净资产，或继续增持发行人的股份将导致公司股权分布不符合上市条件，或继续增持股票将导致需要履行要约收购义务时，公司董事、高级管理人员可以终止实施股票增持事宜。

4）自公司首次公开发行股票并上市之日起三年内，公司若聘任新的董事、高级管理人员的，将在聘任前要求其签署承诺书，保证其履行公司本次发行上市时董事、高级管理人员已做出的相应承诺。

2、发行人关于稳定股价的承诺

发行人承诺就上述稳定股价措施接受以下约束：公司将在发行人股东会及监管机构指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉。因未采取稳定股价的具体措施给投资者造成损失的，将依法对投资者进行赔偿。

3、发行人控股股东本多投资关于稳定股价的承诺

“1、当公司触发稳定股价措施后，本公司将在相关董事会、股东会上对该等股份回购事宜投赞成票。

2、下列任一条件发生时，本公司将按照《上市公司收购管理办法》等相关法律、法规的规定以增持公司股份的方式稳定股价：（1）公司未实施回购股份、公司回购股份将导致公司不满足法定上市条件或回购股份议案未获得公司股东

会批准，且控股股东增持公司股份不会致使公司将不满足法定上市条件或触发控股股东的要约收购义务；（2）公司股份回购方案实施完成后，公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于公司最近一年经审计的每股净资产，且控股股东增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或触发控股股东的要约收购义务；（3）本公司自愿选择与公司同时启动股价稳定措施。

3、当触发上述股价稳定措施的启动条件时，本公司以增持公司股份的方式稳定股价。本公司应在触发稳定股价措施日起 10 个交易日内提出增持公司股份的方案（包括增持股份的价格或价格区间、定价原则，拟增持股份的种类、数量及占总股本的比例、增持股份的期限以及届时有效的法律、法规、规范性文件规定应包含的其他信息）并由公司公告。在公司披露本公司提出的增持股份方案的 5 个交易日后，本公司应按照增持方案开始实施增持公司股份的计划。

4、本公司增持股份的资金为自有资金，增持股份的价格不超过上一个会计年度末经审计的每股净资产值，增持股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式。但如果股份增持方案实施前公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施条件的，可不再继续实施该方案。

5、若某一会计年度内公司股价多次触发上述需采取股价稳定措施条件的（不包括本公司实施稳定股价措施期间及自实施完毕当次稳定股价措施并由公司公告日后开始计算的连续 20 个交易日股票收盘价仍低于上一个会计年度末经审计的每股净资产的情形），本公司应继续按照上述稳定股价预案执行，但应遵循以下原则：

（1）单次用于增持股份的资金金额不低于本公司自公司上市后从公司所获得的税后现金分红总额的 20%；

（2）单一年度本公司用以稳定股价的增持资金不超过自公司上市后本公司累计从公司所获得的税后现金分红总额的 40%；

（3）若超过上述（1）、（2）项标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，本公司应继续按照上述原则执行稳定股价预案。下一年度触发股价稳定措施时，以前年度已经用于稳定股价的增持资金额不再计入累计现金分红金额。

6、本公司增持公司股份应符合《上市公司收购管理办法》等法律法规的条件和要求且不会导致公司的股权分布不符合上市条件。

7、约束性措施

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本公司未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，本公司将在公司股东会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如本公司未采取上述稳定股价的具体措施的，公司有权在前述事项发生之日起 5 个工作日内将应付本公司的现金分红予以暂时扣留，同时本公司持有的公司股份将不得转让，直至本公司按上述预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕。除不可抗力外，如因本公司未履行承诺给其他投资者造成损失的，本公司将按照法律、法规及相关监管机构的要求向其他投资者依法赔偿损失并承担相应的责任。

8、本承诺的生效

本承诺在公司完成首次公开发行 A 股股票并上市后自动生效，在此后三年（36 个月）内有效。”

4、发行人非独立董事、高级管理人员关于稳定股价的承诺

“1、当公司触发稳定股价措施后，本人将在相关董事会、股东会上对该等股份回购事宜投赞成票。

2、下列任一条件发生时，本人将按照《上市公司收购管理办法》等相关法律、法规的规定以增持公司股份的方式稳定股价：（1）公司、控股股东未实施回购股份，公司、控股股东回购股份将导致公司不满足法定上市条件或回购股份议案未获得公司股东会批准，且董事、高级管理人员增持公司股份不会致使公司将不满足法定上市条件或触发董事、高级管理人员的要约收购义务；（2）公司、控股股东股份回购方案实施完成后，公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于公司最近一年经审计的每股净资产，且董事、高级管理人员增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或触发董事、高级管理人员的要约收购义务；（3）本人自愿选择与公司同时启动股价稳定措施。

3、当触发上述股价稳定措施的启动条件时，本人以增持公司股份的方式稳定股价。本人应在触发稳定股价措施日起 10 个交易日内提出增持公司股份的方

案（包括增持股份的价格或价格区间、定价原则，拟增持股份的种类、数量及占总股本的比例、增持股份的期限以及届时有效的法律、法规、规范性文件规定应包含的其他信息）并由公司公告。在发行人披露本人买入发行人股份计划的 5 个交易日后，本人应按照方案开始实施买入发行人股份的计划。

4、本人增持股份的资金为自有资金，增持股份的价格不超过上一个会计年度末经审计的每股净资产值，增持股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式。但如果股份增持方案实施前公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施条件的，可不再继续实施该方案。

5、若某一会计年度内发行人股价多次触发上述需采取股价稳定措施条件的（不包括本人实施稳定股价措施期间及自实施完毕当次稳定股价措施并由发行人公告日后开始计算的连续 20 个交易日股票收盘价仍低于上一个会计年度末经审计的每股净资产的情形），本人将继续按照上述稳定股价预案执行，但应遵循以下原则：

（1）单次用于购买股份的资金金额不低于本人在担任董事或高级管理人员职务期间上一会计年度从发行人处领取的税后薪酬或津贴及税后现金分红的 20%；

（2）单一年度用以稳定股价所动用的资金应不超过本人在担任董事或高级管理人员职务期间上一会计年度从发行人处领取的税后薪酬或津贴及税后现金分红的 40%；

（3）若超过上述（1）、（2）项标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，本人将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

6、本人增持公司股份应符合《上市公司收购管理办法》等法律法规的条件和要求且不会导致公司的股权分布不符合上市条件。

7、约束性措施

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本人未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，本人将在发行人股东会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向发行人股东和社会公众投资者道歉；如本人未采取上述稳定股价

的具体措施的，发行人有权在前述事项发生之日起 5 个工作日内将应付本人的现金分红及薪酬或津贴予以暂时扣留，同时本人直接或间接持有的发行人股份将不得转让，直至本人按上述预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕。除不可抗力外，如因本人未履行承诺给其他投资者造成损失的，本人将按照法律、法规及相关监管机构的要求向其他投资者依法赔偿损失并承担相应的责任。

8、本承诺的生效

本承诺在公司完成首次公开发行 A 股股票并上市后自动生效，在此后三年（36 个月）内有效。”

（三）欺诈发行上市的股份购回承诺及先行赔付承诺

1、发行人关于欺诈发行上市的股份回购承诺

“1、本公司承诺在本次公开发行股票并上市中不存在任何欺诈发行的情形。

2、若本公司被中国证监会认定构成欺诈发行并被作出责令回购决定的，本公司将在收到责令回购决定书后二个交易日内披露有关信息。

3、本公司将在责令回购决定书要求的期限内，根据相关规定及责令回购决定书的要求制定股票回购方案，并在制定股票回购方案后二个交易日内公告及向中国证监会和证券交易所报送。

4、本公司将按照方案向自本次发行至欺诈发行揭露日或者更正日期间买入欺诈发行的股票，且在回购时仍然持有股票的投资者发出回购要约，回购价格为参照《最高人民法院关于审理证券市场虚假陈述侵权民事赔偿案件的若干规定》确定的基准价格。投资者买入股票价格高于基准价格的，以买入股票价格作为回购价格。”

2、发行人控股股东本多投资、实际控制人解勇关于欺诈发行上市的股份回购承诺

“1、本公司/本人承诺发行人在本次公开发行股票并上市中不存在任何欺诈发行的情形。

2、若发行人被中国证监会认定构成欺诈发行，且发行人和/或本公司/本人被作出责令回购决定的，本公司/本人或本公司/本人将督促发行人在收到责令回购

决定书后二个交易日内披露有关信息。

3、本公司/本人或本公司/本人将督促发行人在责令回购决定书要求的期限内，根据相关规定及责令回购决定书的要求制定股票回购方案，并在制定股票回购方案后二个交易日内通过发行人进行公告及向中国证监会和证券交易所报送。

4、本公司/本人或本公司/本人将督促发行人按照方案向自本次发行至欺诈发行揭露日或者更正日期间买入欺诈发行的股票，且在回购时仍然持有股票的投资者发出回购要约，回购价格为参照《最高人民法院关于审理证券市场虚假陈述侵权民事赔偿案件的若干规定》确定的基准价格。投资者买入股票价格高于基准价格的，以买入股票价格作为回购价格。”

3、发行人控股股东本多投资、实际控制人解勇关于先行赔付投资者的承诺

“发行人首次公开发行股票申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本公司/本人对该等文件的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。若因发行人首次公开发行股票申请文件有虚假记载、误导陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司/本人将依法先行赔偿投资者损失。”

（四）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

1、发行人关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

“公司将通过严格执行募集资金管理制度，提高募集资金使用效率，加快募集资金投资项目的建设速度，提高公司综合竞争力，努力扩大业务规模，完善公司治理，加大人才引进等措施，提升资产质量、提高盈利水平，实现可持续发展，以填补可能被摊薄的即期收益回报。具体措施如下：

1、加强募集资金管理，保证募集资金合理规范使用

为保障公司规范、有效使用募集资金，公司已按相关法律法规的要求制定了《募集资金管理办法》，本次发行募集资金到位后，公司董事会将与保荐机构、募集资金专户开户行签署三方监管协议，充分听取独立董事的意见，持续监督公司对募集资金进行专项存储、保障募集资金按计划使用。

2、积极稳妥的实施募集资金投资项目

本次募集资金到位前，为尽快实现募集资金投资项目效益，公司将积极调配

资源，力争提前完成募集资金投资项目的前期准备工作。本次发行募集资金到位后，公司将积极稳妥的实施募集资金投资项目，争取募投项目早日达产并实现预期效益。公司将结合本次发行的募集资金投资项目建设，升级和优化产品，加强技术研发能力，进一步提高公司综合竞争力，提升公司市场地位，提升公司中长期的盈利能力及对投资者的回报能力。

3、进一步提升公司经营管理水平和内部控制

公司已根据法律法规和规范性文件的规定建立健全了股东会、董事会及各专门委员会、独立董事、董事会秘书和高级管理层的管理结构，夯实了公司经营管理和内部控制的基础。未来公司将进一步提高经营管理水平，提升公司的整体盈利能力。另外，公司将努力提高资金的使用效率，完善并强化投资决策程序，设计更为合理的资金使用方案，合理运用各种融资工具和渠道，控制公司资金成本，节省财务费用支出。同时，公司也将继续加强企业内部控制，加强成本管理并强化预算执行监督，全面有效地控制公司经营和管理风险。

4、优化投资者回报机制，实施积极的利润分配政策

根据《公司法》《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》等法律法规的规定，公司制订了上市后使用的《公司章程（草案）》，就利润分配政策事宜进行详细规定，明确公司上市后未来三年分红回报规划的制定原则和具体规划内容，充分维护公司股东依法享有的资产收益。公司将严格执行分红政策，在符合利润分配条件的情况下，重视和积极推动对股东的利润分配，特别是现金分红，尊重并维护股东利益。”

2、发行人控股股东本多投资承诺

“1、不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

2、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，不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。

3、切实履行公司制定的有关填补被摊薄即期回报的相关措施以及对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

4、自本承诺出具日至公司本次发行实施完毕前，若监管机构作出关于填补回报措施及其承诺的相关规定有其他要求的，且上述承诺不能满足监管机构该等规定时，届时将按照监管机构的最新规定出具补充承诺。

5、作为填补回报措施相关责任主体之一，本公司若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，则将在公司股东会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述承诺向公司股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺发生之日起 5 个工作日内，停止在公司处领取股东分红（如有），同时本公司持有的公司股份（如有）将不得转让，直至本公司履行上述承诺时为止。”

3、发行人实际控制人解勇承诺

“1、不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

2、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，不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。

3、对职务消费行为进行约束。

4、不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。

5、由董事会或薪酬考核委员会制订的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

6、若公司后续推出股权激励计划，承诺拟公布的股权激励计划的行权条件将与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

7、切实履行公司制定的有关填补被摊薄即期回报的相关措施以及对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

8、自本承诺出具日至公司本次发行实施完毕前，若监管机构作出关于填补回报措施及其承诺的相关规定有其他要求的，且上述承诺不能满足监管机构该等规定时，届时将按照监管机构的最新规定出具补充承诺。

9、作为填补回报措施相关责任主体之一，本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，则将在公司股东会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述承诺向公司股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺发生之日起 5 个工作日内，

停止在公司处领取薪酬（或津贴）及股东分红（如有），同时本人持有的公司股份（如有）将不得转让，直至本人履行上述承诺时为止。”

4、发行人除解勇外董事、高级管理人员承诺

“1、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、对职务消费行为进行约束。

3、不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。

4、由董事会或薪酬考核委员会制订的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

5、若公司后续推出股权激励计划，承诺拟公布的股权激励计划的行权条件将与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

6、切实履行公司制定的有关填补被摊薄即期回报的相关措施以及对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

7、自本承诺出具日至公司本次发行实施完毕前，若监管机构作出关于填补回报措施及其承诺的相关规定有其他要求的，且上述承诺不能满足监管机构该等规定时，届时将按照监管机构的最新规定出具补充承诺。

8、作为填补回报措施相关责任主体之一，本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，则将在公司股东会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述承诺向公司股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺发生之日起 5 个工作日内，停止在公司处领取薪酬（或津贴）及股东分红（如有），同时本人持有的公司股份（如有）将不得转让，直至本人履行上述承诺时为止。”

（五）利润分配政策的承诺

1、发行人承诺

“1、根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号——主板上

市公司规范运作》等相关法律法规的规定，公司制定了本次发行上市后适用的《北京植物医生化妆品股份有限公司章程（草案）》《首次公开发行股票并上市后三年股东分红回报规划》，完善了公司利润分配制度，对利润分配政策尤其是现金分红政策进行了具体安排。

2、公司在上市后将严格遵守并执行《北京植物医生化妆品股份有限公司（草案）》《首次公开发行股票并上市后三年股东分红回报规划》规定的利润分配政策。

3、若公司未能依照本承诺严格执行利润分配政策，公司将依照未能履行承诺时的约束措施承担相应责任。”

2、发行人控股股东本多投资、实际控制人解勇承诺

“1、本公司/本人将采取一切必要的合理措施，促使发行人按照股东会审议通过的股东分红回报规划及发行人上市后生效的《公司章程（草案）》的相关规定，严格执行相应的利润分配政策和分红回报规划。

2、本公司/本人将采取的措施包括但不限于：

（1）根据《公司章程（草案）》中规定的利润分配政策及分红回报规划，督促相关方提出利润分配预案；

（2）在审议发行人利润分配预案的股东会上，本公司/本人将对符合利润分配政策和股东分红回报规划要求的利润分配预案投赞成票；

（3）督促发行人根据相关决议实施利润分配。”

3、发行人除解勇外董事、高级管理人员承诺

“1、本人将采取一切必要的合理措施，促使发行人按照股东会审议通过的股东分红回报规划及发行人上市后生效的《公司章程（草案）》的相关规定，严格执行相应的利润分配政策和分红回报规划。

2、本人将采取的措施包括但不限于：

（1）根据《公司章程（草案）》中规定的利润分配政策及股东分红回报规划，提出利润分配预案；

（2）在审议发行人利润分配预案的董事会上，对符合利润分配政策和股东分红回报规划要求的利润分配预案投赞成票；

（3）督促发行人根据相关决议实施利润分配。”

（六）依法承担赔偿责任的承诺

1、发行人未履行承诺的约束措施

“1、本公司将严格履行在首次公开发行股票并上市过程中所作出的公开承诺事项中的各项义务和责任。

2、如果本公司未履行招股说明书及其他信息披露资料披露的承诺事项（相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致的除外），本公司将在股东会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

3、若因本公司自身原因导致未能履行已作出承诺，则本公司将按有关法律、法规的规定及监管部门的要求承担相应的责任，且本公司将立即停止制定或实施重大资产购买、出售等行为，以及增发股份、发行公司债券以及重大资产重组等资本运作行为，直至本公司履行相关承诺或提出替代性措施；若因本公司未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法向投资者承担赔偿责任。本公司因违反承诺有违法所得的，按相关法律法规处理。

4、对未履行其已作出承诺、或因该等人士的自身原因导致本公司未履行已做出承诺的本公司股东、董事、高级管理人员，本公司将立即停止对其进行现金分红，并停发其应在本公司领取的薪酬、津贴，直至该人士履行相关承诺。

5、如因不可抗力原因导致本公司未能履行公开承诺事项的，本公司将提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；

（2）尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东会审议，尽可能地保护本公司投资者利益。”

2、发行人控股股东本多投资、股东明之弘、中科昆植未履行承诺的约束措施

“1、本公司/本企业将严格履行在首次公开发行股票并上市过程中所作出的公开承诺事项中的各项义务和责任。

2、如果本公司/本企业未履行招股说明书及其他信息披露资料披露的承诺事项（相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致的除外），本公司/本企业将在股东会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

3、如果本公司/本企业未能履行上述承诺，则本公司将按有关法律、法规的规定及监管部门的要求承担相应的责任；因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益全部归公司所有；如果因本公司/本企业未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司/本企业将依法向投资者赔偿相关损失。

4、如果本公司/本企业未承担前述赔偿责任，公司有权扣减本公司/本企业从公司所获分配的现金分红（如有）用于承担前述赔偿责任，如当年度现金利润分配已经完成，则从下一年度应向本公司/本企业分配现金分红中扣减。

5、如因不可抗力原因导致本公司/本企业未能履行公开承诺事项的，本公司/本企业将提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；

（2）尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东会审议，尽可能地保护公司投资者利益。”

3、发行人实际控制人解勇、其余董事、高级管理人员未履行承诺的约束措施

“1、本人将严格履行在首次公开发行股票并上市过程中所作出的公开承诺事项中的各项义务和责任。

2、如果本人未履行招股说明书及其他信息披露资料披露的承诺事项（相关

法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致的除外），本人将在股东会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

3、如果本人未能履行上述承诺，则本人将按有关法律、法规的规定及监管部门的要求承担相应的责任；因未履行相关承诺事项而获得收益的，所或收益全部归公司所有；如果因本人未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法向投资者赔偿相关损失。

4、如果本人未承担前述赔偿责任，公司有权立即停发本人应在公司领取的薪酬、津贴（如有），直至本人履行相关承诺，并有权扣减本人从公司所获分配的现金分红（如有）用于承担前述赔偿责任，如当年度现金利润分配已经完成，则从下一年度应向本人分配现金分红中扣减。

5、如因不可抗力原因导致本人未能履行公开承诺事项的，本人将提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；

（2）尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东会审议，尽可能地保护公司投资者利益。”

（七）控股股东、实际控制人避免新增同业竞争的承诺

发行人控股股东本多投资、实际控制人解勇承诺：

“1、截至本承诺函签署之日，本公司/本人及本公司/本人控制的公司均未开发、生产、销售任何与发行人生产的产品构成竞争或可能竞争的产品，未直接或间接经营任何与发行人经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务。

2、自本承诺函签署之日起，本公司/本人及本公司/本人控制的公司将不开发、生产、销售任何与发行人生产的产品构成竞争或可能构成竞争的产品，不直接或间接经营任何与发行人经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务。

3、自本承诺函签署之日起，如发行人进一步拓展产品和业务范围，本公司/本人及本公司/本人控制的公司将不与发行人拓展后的产品或业务相竞争；若与

发行人拓展后的产品或业务产生竞争，则本公司/本人及本公司/本人控制的公司将以停止生产或经营相竞争的业务或产品的方式，或者将相竞争的业务纳入到发行人经营的方式，或者将相竞争的业务转让给无关联关系的第三方的方式避免同业竞争。

4、本公司/本人将保证合法、合理地运用股东权利及控制关系，不采取任何限制或影响发行人正常经营或损害发行人其他股东利益的行为。

5、本公司/本人愿意承担由于违反上述承诺给发行人造成的直接、间接的经济损失、索赔责任及额外的费用支出。

6、在本公司/本人及本公司/本人控制的公司与发行人存在关联关系期间，本承诺函为有效之承诺。”

（八）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项

1、关于招股说明不存在虚假记载回购及赔偿措施

（1）发行人承诺

“1、本公司向中国证监会、深圳证券交易所提交的首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本公司对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

2、若证券监督管理部门或其他有权部门认定本公司首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料所载之内容存在对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者损失，方式如下：

（1）在证券监督管理部门或其他有权部门认定本公司招股说明书及其他信息披露资料存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本公司将在收到该等书面文书后 10 个交易日内或在该等文书规定的期限内，启动赔偿投资者损失的相关工作。投资者损失根据与投资者协商确定的金额，或者依据证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额确定。

（2）在证券监督管理部门或其他有权部门认定本公司招股说明书及其他信

息披露资料存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏且需要回购股份的，本公司将在责令回购决定书要求的期限内制定股票回购方案，在制定股票回购方案后二个交易日内公告，向中国证监会和证券交易所报送股票回购方案，并向遭受损失的投资者发出要约。回购价格为参照《最高人民法院关于审理证券市场虚假陈述侵权民事赔偿案件的若干规定》确定的基准价格。投资者买入股票价格高于基准价格的，以买入股票价格作为回购价格。

3、本公司保证将严格履行招股说明书披露的承诺事项，同时提出未能履行承诺时的约束措施如下：

（1）如果本公司未履行招股说明书及其他信息披露资料披露的承诺事项，本公司将在股东会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

（2）本公司若未能履行上述承诺，则将按有关法律、法规的规定及监管部门的要求承担相应的责任。

（3）如果因本公司未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法向投资者赔偿相关损失。”

（2）发行人控股股东本多投资承诺

“1、发行人向中国证监会、深圳证券交易所提交的首次公开发行招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本公司对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

2、若证券监督管理部门或其他有权部门认定发行人首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料所载之内容存在对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将督促发行人依法赔偿投资者损失，方式如下：

（1）在证券监督管理部门或其他有权部门认定发行人招股说明书及其他信息披露资料存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本公司将督促发行人在收到该等书面文书后 10 个交易日内或在该等文书规定的期限内，启动赔偿投资者损失的相关工作。投资者损失根据与投资者协商确定的金额，或者依据证券监督

管理部门、司法机关认定的方式或金额确定。

（2）在证券监督管理部门或其他有权部门认定发行人招股说明书及其他信息披露资料存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏且需要回购股份的，本公司将督促发行人在责令回购决定书要求的期限内制定股票回购方案，在制定股票回购方案后二个交易日内公告，向中国证监会和证券交易所报送股票回购方案，并向遭受损失的投资者发出要约。回购价格为参照《最高人民法院关于审理证券市场虚假陈述侵权民事赔偿案件的若干规定》确定的基准价格。投资者买入股票价格高于基准价格的，以买入股票价格作为回购价格。

3、本公司保证将严格履行招股说明书及其他信息披露资料披露的本公司承诺事项，同时提出未能履行承诺时的约束措施如下：

（1）如果本公司未履行招股说明书及其他信息披露资料披露的本公司承诺事项，本公司将在发行人股东会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人的股东和社会公众投资者道歉。

（2）如果本公司未履行招股说明书及其他信息披露资料披露的本公司承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本公司将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

（3）如果本公司未承担赔偿责任，则本公司持有的发行人首次公开发行股票前的股份在本公司履行完毕前述赔偿责任之前不得转让，同时发行人有权扣减本公司所获分配的现金红利用于承担前述赔偿责任。”

（3）发行人实际控制人解勇承诺

“1、发行人向中国证监会、深圳证券交易所提交的首次公开发行招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本人对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

2、若证券监督管理部门或其他有权部门认定发行人首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料所载之内容存在对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将督促发行人依法赔偿投资者损失，方式如下：

（1）在证券监督管理部门或其他有权部门认定发行人招股说明书及其他信息披露资料存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本人将督促发行人在收到该等书面文书后 10 个交易日内或在该等文书规定的期限内，启动赔偿投资者损失的相关工作。投资者损失根据与投资者协商确定的金额，或者依据证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额确定。

（2）在证券监督管理部门或其他有权部门认定发行人招股说明书及其他信息披露资料存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏且需要回购股份的，本人将督促发行人在责令回购决定书要求的期限内制定股票回购方案，在制定股票回购方案后二个交易日内公告，向中国证监会和证券交易所报送股票回购方案，并向遭受损失的投资者发出要约。回购价格为参照《最高人民法院关于审理证券市场虚假陈述侵权民事赔偿案件的若干规定》确定的基准价格。投资者买入股票价格高于基准价格的，以买入股票价格作为回购价格。

3、本人保证将严格履行招股说明书及其他信息披露资料披露的本人承诺事项，同时提出未能履行承诺时的约束措施如下：

（1）如果本人未履行招股说明书及其他信息披露资料披露的本人承诺事项，本人将在发行人股东会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人的股东和社会公众投资者道歉。

（2）如果本人未履行招股说明书及其他信息披露资料披露的本人承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

（3）如果本人未承担赔偿责任，则本人持有的发行人首次公开发行股票前的股份在本人履行完毕前述赔偿责任之前不得转让，同时本人停止自发行人处停止领取薪酬，发行人有权扣减本人应领取薪酬及所获分配的现金红利用于承担前述赔偿责任。”

（4）发行人除解勇外的其他董事、高级管理人员承诺

“1、发行人向中国证监会、深圳证券交易所提交的首次公开发行招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本人对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

2、若证券监督管理部门或其他有权部门认定发行人首次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料所载之内容存在对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人或本人将督促发行人依法赔偿投资者损失，方式如下：

（1）在证券监督管理部门或其他有权部门认定发行人招股说明书及其他信息披露资料存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本人或本人将督促发行人在收到该等书面文书后 10 个交易日内或在该等文书规定的期限内，启动赔偿投资者损失的相关工作。投资者损失根据与投资者协商确定的金额，或者依据证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额确定。

（2）在证券监督管理部门或其他有权部门认定发行人招股说明书及其他信息披露资料存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏且需要回购股份的，本人将督促发行人在责令回购决定书要求的期限内制定股票回购方案，在制定股票回购方案后二个交易日内公告，向中国证监会和证券交易所报送股票回购方案，并向遭受损失的投资者发出要约。回购价格为参照《最高人民法院关于审理证券市场虚假陈述侵权民事赔偿案件的若干规定》确定的基准价格。投资者买入股票价格高于基准价格的，以买入股票价格作为回购价格。

3、本人保证将严格履行招股说明书及其他信息披露资料披露的承诺事项，同时提出未能履行承诺时的约束措施如下：

（1）如果本人未履行招股说明书及其他信息披露资料披露的本人承诺事项，本人将在发行人股东会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向发行人的股东和社会公众投资者道歉。

（2）如果本人未履行招股说明书及其他信息披露资料披露的本人承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

（3）如果本人未承担赔偿责任，本人将在前述事项发生之日起 10 个交易日内，停止领取薪酬，同时本人持有的公司股份（若有）不得转让，直至本人履行完成相关承诺事项。”

2、关于保证上市公司独立性的承诺

发行人控股股东本多投资、实际控制人解勇承诺

“（一）人员独立

1、保证公司的董事、高级管理人员均按照法律、法规规范性文件及公司章程的规定选举、更换、聘任或解聘，不得超越董事会和股东会违法干预公司上述人事任免；

2、采取有效措施保证公司的总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员专职在公司任职并在公司领取薪酬，不在本公司/本人及控制的其他企业担任除董事、监事以外的其他职务；

3、保证公司在劳动、人事管理体系方面独立于本公司/本人及本公司/本人的关联方。

（二）资产独立

1、保证公司具有完整的经营性资产及住所，并独立于本公司/本人及本公司/本人的关联方；

2、保证本公司/本人及所控制的除公司及其子公司以外的其他企业不得违规占用公司的资金、资产及其他资源。

（三）机构独立

1、保证公司建立和完善法人治理结构以及独立、完整的组织机构，并规范运作；

2、保证公司与本公司/本人及所控制的其他企业之间在办公机构以及生产经营场所等方面完全分开。

（四）业务独立

1、保证公司拥有独立开展经营活动的资产、人员、资质以及具有独立面向市场自主经营的能力，在经营业务方面能够独立运作；

2、保证除合法行使股东的权利外，不干预公司的经营业务活动；

3、尽量减少与公司的关联交易，确有必要的关联交易，价格按照公平合理

及市场化原则确定，确保公司及其他股东利益不受到损害，并及时履行信息披露义务。

（五）财务独立

1、保证公司拥有独立的财务会计部门，建立独立的财务核算体系和财务管理制度；

2、保证公司独立在银行开户，不与本公司/本人及所控制的其他企业共用同一个银行账户；

3、保证公司独立作出财务决策，本公司/本人及所控制的其他企业不得干预公司的资金使用；

4、保证公司依法独立纳税；

5、保证公司的财务人员独立，不得在本公司/本人及其所控制的其他企业兼职及领取报酬。

如违反上述承诺，本公司/本人将承担相应的法律责任。”

3、发行人关于股东信息披露的专项承诺

“1、本公司及本公司股东已及时向本次发行的中介机构提供了真实、准确、完整的资料，积极和全面配合了本次发行的中介机构开展尽职调查，依法在本次发行的申报文件中真实、准确、完整地披露了股东信息，履行了信息披露义务；

2、截至本承诺出具日，本公司不存在股份代持、委托持股等情形，不存在股权争议或潜在纠纷等情形；

3、本公司不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有发行人股份的情形；

4、本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有公司股份情形；

5、本公司股东不存在以公司股份进行不当利益输送情形；

6、本公司之直接或间接股东不存在《证监会系统离职人员入股拟上市企业监管规定（试行）》所规定的证监会系统离职人员及其父母、配偶、子女及其配

偶不当入股的情况；

7、若本公司违反上述承诺，将承担由此产生的一切法律后果。”

4、关于规范和减少关联交易的承诺

发行人控股股东本多投资、实际控制人解勇、其他董事、高级管理人员、股东明之弘承诺：

“1、本公司/本人/本企业以及因与本公司/本人/本企业存在特定关系而成为发行人关联方的公司、企业、其他经济组织或个人（以下简称“关联方”）与发行人之间现时不存在任何依照法律、法规和规范性文件的规定应披露而未披露的关联交易。

2、本公司/本人/本企业将严格按照《中华人民共和国公司法》等法律法规以及公司章程的有关规定，依法行使股东权利或者督促董事依法行使董事权利，同时承担相应的股东义务，在董事会、股东会对涉及本公司/本人/本企业及本公司/本人/本企业所控制的其他企业（包括但不限于独资经营、合资经营、合作经营以及直接或间接拥有权益的其他公司或企业，下同）的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务。

3、在本公司/本人/本企业为发行人的关联方期间，本公司/本人/本企业及本公司/本人/本企业所控制的其他企业将尽最大的努力减少或避免与发行人的关联交易，对于确属必要的关联交易，应按照公平、公允和等价有偿的原则进行，遵循市场化的定价原则，履行国家有关法律法规、公司章程要求的程序，并按照规定履行信息披露义务。

4、本公司/本人/本企业及与本公司/本人/本企业控制的其他企业不得要求或接受发行人给予比在任何一项市场公平交易中第三方更为优惠的条件。本公司/本人/本企业及与本公司/本人/本企业控制的其他企业将严格及善意地履行与发行人之间的关联交易协议，不向发行人谋求任何超出正常商业交易价格以外的利益或收益，不损害发行人及其股东的合法权益。

5、本公司/本人/本企业及本公司/本人/本企业控制的其他企业不以向发行人拆借、占用发行人资金或采取由发行人代垫款项、代偿债务等任何方式侵占发行人资金或挪用、侵占发行人资产或其他资源；不要求发行人及其控股子公司违法

违规提供担保。

6、若本公司/本人/本企业未履行上述承诺，将赔偿发行人因此而遭受或产生的任何损失或开支。

7、上述承诺自本承诺函签署之日起生效，对本公司/本人/本企业具有法律约束力；至本公司/本人/本企业不再为发行人的关联方当日失效。”

5、关于缴纳社会保险以及住房公积金的承诺

发行人控股股东本多投资、实际控制人解勇承诺：

“1、若发行人在申请首次公开发行股票并上市的过程中被有关部门要求为其员工补缴或者被有关方面追偿社会保险和住房公积金，本公司/本人将无条件替发行人补缴或赔偿应缴纳的全部社会保险和住房公积金，使发行人不会因此而遭受任何损失。

2、若发行人因未严格执行社会保险和住房公积金制度而被相关部门予以行政处罚，本公司/本人将无条件替发行人支付全部罚款款项，使发行人不会因此而遭受任何损失。”

6、关于避免资金占用、违规担保的承诺函

发行人控股股东本多投资、实际控制人解勇承诺：

“1、自 2022 年 1 月 1 日起至本承诺函出具之日，本公司/本人不存在占用公司资金、要求公司违法违规提供担保的情况，且本公司/本人承诺未来不以任何方式占用公司及其子公司资金或要求公司及其子公司违法违规提供担保。

2、本公司/本人严格遵守《中华人民共和国公司法》等法律法规及中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于上市公司法人治理的有关规定，维护发行人的独立性，决不损害发行人及其他中小股东利益。

3、在本公司/本人作为公司的控股股东、实际控制人期间，本公司/本人及本公司/本人关联方将不发生占用公司资金的行为，包括但不限于：

（1）本公司/本人及本公司/本人关联方不得要求公司为其垫支工资、福利、保险、广告等期间费用，也不得互相代为承担成本和其他支出；

（2）本公司/本人及本公司/本人关联方不会要求且不会促使公司通过下列方式将资金直接或间接地提供给本公司/本人及本公司/本人关联方使用：

1）有偿或无偿地拆借公司的资金给本公司/本人及本公司/本人关联方使用；

2）通过银行或非银行金融机构向本公司/本人及本公司/本人关联方提供委托贷款；

3）委托本公司/本人及本公司/本人关联方进行投资活动；

4）为本公司/本人及本公司/本人关联方开具没有真实交易背景的商业承兑汇票；

5）代本公司/本人及本公司/本人关联方偿还债务。

4、若发生本公司/本人占用公司资金、要求公司违法违规提供担保的，本公司/本人承诺，在占用资金全部归还、违规担保全部解除前不转让所持有、控制的公司股份，但转让所持有、控制的公司股份所得资金用以清偿占用资金、解除违规担保的除外。

5、本函具有法律效力，如有违反，本公司/本人除按照有关法律规定承担相应的法律责任外，还将按照发生资金占用当年发行人的净资产收益率和同期银行贷款利率孰高原则，向发行人承担民事赔偿责任。”

7、关于租赁的承诺

发行人控股股东本多投资、实际控制人解勇承诺：

“若公司及其子公司因租赁物业未取得产权证书或未办理登记备案而受到房地产管理部门处罚，或物业租赁合同被认定为无效或者出现任何纠纷导致公司更换经营场所的，或因修建房屋、房屋产权等引起的纠纷、处罚的，本公司/本人将承担公司由此遭受的全部经济损失，保证公司不会因此遭受损失。”

8、关于办理卫生许可证的承诺

发行人控股股东本多投资、实际控制人解勇承诺：

“本公司/本人将督促公司及其子公司在开展应取得卫生许可证的相关业务时及时办理卫生许可证；若公司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，本公司/本人将承担公司由此遭受的全部经济损失，保证公司不会因此遭受损失。

本公司/本人将督促公司及其子公司安排获得有效健康合格证明的从业人员为顾客提供护理服务；若公司及其子公司因安排未获得有效健康合格证明的从业人员从事直接为顾客提供护理服务而受到相关主管部门处罚的，本公司/本人将承担公司由此遭受的全部经济损失，保证公司不会因此遭受损失。”

9、关于业绩下滑延长股份锁定期的承诺

发行人控股股东本多投资、实际控制人解勇及一致行动人天津明之弘承诺：

“1、发行人上市当年较上市前一年净利润（以扣除非经常性损益后归母净利润为准，下同）下滑 50%以上的，延长本公司/本人/本企业届时所持股份锁定期限 6 个月；

2、发行人上市第二年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，在前项基础上延长本公司/本人/本企业届时所持股份锁定期限 6 个月；

3、发行人上市第三年较上市前一年净利润下滑 50%以上的，在前两项基础上延长本公司/本人/本企业届时所持股份锁定期限 6 个月。

‘届时所持股份’是指本公司/本人/本企业上市前取得，上市当年及之后第二年、第三年年报披露时仍持有的股份。

本公司/本人/本企业自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，若违反上述承诺本公司/本人/本企业将依法承担相应责任。”

10、关于税款缴纳的承诺

发行人实际控制人解勇承诺：

“本人为北京植物医生生物科技有限公司（以下简称‘北植科技’）的历史股东。2017 年 12 月，北京植物医生生物科技有限公司股权上翻至北京植物医生化妆品有限公司；2022 年 12 月，北京植物医生化妆品有限公司依法整体变更为股份有限公司（以下简称‘植物医生’），本人作为北植科技的历史股东及植物医生发起人，对北植科技历史沿革及植物医生整体变更过程中涉及的个人所得税及植物医生及其子公司企业所得税缴纳事宜，特此承诺如下：

1、如主管税务机关核定上述过程中涉及个人所得税或植物医生及其子公司企业所得税的缴纳，本人愿依法承担纳税义务，并依法、及时、足额缴纳相关税款；

2、如主管税务机关要求本人或植物医生及其子公司就上述税款的缴纳事项承担滞纳金或罚款时，本人将依法、及时、足额缴纳相关款项，并保证植物医生、北植科技不会因此而承担任何损失或赔偿责任。”

发行人控股股东本多投资承诺：

“2017 年 12 月，北京植物医生生物科技有限公司股权上翻至北京植物医生化妆品有限公司；2022 年 12 月，北京植物医生化妆品有限公司依法整体变更为股份有限公司（以下简称‘植物医生’），本企业作为北京植物医生生物科技有限公司的原股东及植物医生发起人，对前述过程中涉及的企业所得税缴纳事宜，特此承诺如下：

1、如主管税务机关核定上述过程中涉及企业所得税的缴纳，本企业愿依法承担纳税义务，并依法、及时、足额缴纳相关税款；

2、如主管税务机关要求本企业就上述税款的缴纳事项承担滞纳金或罚款时，本企业将依法、及时、足额缴纳相关款项，并保证植物医生不会因此而承担任何损失或赔偿责任。”

发行人股东黄东及张旭承诺：

“本人为北京植物医生生物科技有限公司（以下简称‘北植科技’）的历史股东。2017 年 12 月，北京植物医生生物科技有限公司股权上翻至北京植物医生化妆品有限公司；2022 年 12 月，北京植物医生化妆品有限公司依法整体变更为股份有限公司（以下简称‘植物医生’），本人作为北植科技的历史股东及植物医生发起人，对北植科技历史沿革及植物医生整体变更过程中涉及的个人所得税缴纳事宜，特此承诺如下：

1、如主管税务机关核定上述过程中涉及个人所得税的缴纳，本人愿依法承担纳税义务，并依法、及时、足额缴纳相关税款；

2、如主管税务机关要求本人就上述税款的缴纳事项承担滞纳金或罚款时，

本人将依法、及时、足额缴纳相关款项，并保证植物医生、北植科技不会因此而承担任何损失或赔偿责任。”

发行人股东天津明之弘承诺：

“2017 年 12 月，北京植物医生生物科技有限公司股权上翻至北京植物医生化妆品有限公司；2022 年 12 月，北京植物医生化妆品有限公司依法整体变更为股份有限公司（以下简称‘植物医生’），本企业作为北京植物医生生物科技有限公司的原股东及植物医生发起人，对前述过程中涉及的企业所得税缴纳事宜，特此承诺如下：

1、如主管税务机关核定上述过程中涉及企业所得税的缴纳，本企业愿依法承担纳税义务，并依法、及时、足额缴纳相关税款；

2、如主管税务机关要求本企业就上述税款的缴纳事项承担滞纳金或罚款时，本企业将依法、及时、足额缴纳相关款项，并保证植物医生不会因此而承担任何损失或赔偿责任。”

发行人股东中科昆植承诺：

“2022 年 12 月，北京植物医生化妆品有限公司依法整体变更为股份有限公司（以下简称‘植物医生’），本企业作为植物医生的发起人，对前述过程中涉及的企业所得税缴纳事宜，特此承诺如下：

1、如主管税务机关核定上述过程中涉及企业所得税的缴纳，本企业愿依法承担纳税义务，并依法、及时、足额缴纳相关税款；

2、如主管税务机关要求本企业就上述税款的缴纳事项承担滞纳金或罚款时，本企业将依法、及时、足额缴纳相关款项，并保证植物医生不会因此而承担任何损失或赔偿责任。”

11、关于在审期间不进行现金分红的承诺

发行人承诺：

“1、自深圳证券交易所受理公司首次公开发行股票并在主板上市申请之日至公司股票在深圳证券交易所主板上市之日的在审期间，公司不进行现金分红。

2、上述承诺为公司真实意思表示，如违反上述承诺，公司将依法承担相应

责任。”

附件三 股东会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况说明

（一）股东会的实际运行情况

股东会是公司的最高权力机构，《公司章程》规定了股东的权利和义务，以及股东会的职权。根据《公司法》及《公司章程》的相关规定，公司制定了《股东会议事规则》。报告期内，公司股东会/股东大会严格依照《公司章程》及《股东会议事规则》的规定规范运行。

截至本招股说明书签署日，自股份公司设立以来公司历次股东会/股东大会均按照《公司章程》《股东会议事规则》及其他相关法律法规规定的程序召集、召开，严格按照相关规定进行表决、形成决议，全体股东以通讯、授权委托及现场方式出席了历次股东会/股东大会，股东依法履行股东义务、行使股东权利。股东会/股东大会的召集、召开及表决程序合法，决议合法有效，不存在违反《公司法》《股东会议事规则》及其他相关法律法规的情形。

（二）董事会的实际运行情况

根据《公司法》及《公司章程》的相关规定，公司制定了《董事会议事规则》。自股份公司设立以来，公司在 2024 年度召开董事会次数为 1 次，前述会议召开次数与《公司法》相关规定不一致。公司未召开相关会议主要系当年没有其他需要提交董事会审议的事项，不存在应当交由董事会审议而未提交的情形。该等情况上述情形未对公司治理造成重大影响，不会对本次发行上市构成实质性法律障碍。除上述事项外，公司报告期内历次董事会会议的召开、决议内容及签署符合有关法律、行政法规、规章、规范性文件和公司章程的规定，合法、合规、真实、有效。

公司董事会对股东会负责，由 **7** 名董事组成，设董事长 1 人，独立董事 **3** 人。董事由股东会选举或更换，任期 3 年，董事任期届满，可连选连任。自股份公司设立以来，公司历次董事会均按照《公司章程》《董事会议事规则》及其他相关法律法规规定的程序召集、召开，严格按照相关规定进行表决、形成决议。公司董事会运行规范、有效，对公司选聘高级管理人员、设置专门委员会、制定公司主要管理制度、公司重要经营决策、关联交易、公司发展战略等事项进行审议并

作出有效决议，对需要股东会审议的事项提交股东会审议决定，切实发挥了董事会的作用。历次董事会会议均由公司全体董事出席，董事会会议的召开和决议内容合法有效，不存在违反《公司法》《董事会议事规则》及其他相关法律法规的情况。

（三）监事会的实际运行情况

报告期初至 2025 年 4 月，公司监事会严格依照《公司章程》及《监事会议事规则》的规定规范运行。公司历次监事会均按照《公司章程》《监事会议事规则》及其他相关法律法规规定的程序召集、召开，严格按照相关规定进行表决、形成决议。公司监事会运行规范、有效，对公司董事、高级管理人员的履职行为、内部控制制度的执行情况等实施了有效监督，切实发挥了监事会的作用。历次监事会会议的人员出席情况符合相关规定，会议的召集方式、议事程序及决议内容均合法有效，不存在违反《公司法》《监事会议事规则》及其他规定的情形。

2025 年 4 月，公司 2025 年第一次临时股东大会审议通过《关于取消公司监事会并修订<北京植物医生化妆品股份有限公司章程>及相关议事规则的议案》，根据 2024 年 7 月 1 日起实施的《公司法》及相关法律法规的规定，结合公司的实际情况及需求，公司取消监事会，由董事会审计委员会行使相关职权。

（四）独立董事的履职情况

公司有独立董事**三**名，分别为张克东、钟晓明和冯根福，达到董事会总人数的三分之一，其中张克东为会计专业人士，符合《公司法》《上市公司独立董事管理办法》《公司章程》的规定。

公司建立独立董事制度以来，公司独立董事自聘任以来均能严格按照法律、行政法规、规范性文件及《公司章程》的规定认真履行独立董事职责，在规范公司运作、加强风险管理、完善内部控制、保障中小股东利益、提高董事会决策水平等方面起到了积极的作用。公司独立董事不存在曾对公司有关事项提出异议的情况。

（五）董事会秘书的履职情况

董事会秘书是公司的高级管理人员，对公司和董事会负责。董事会秘书负责公司股东会和董事会议案的筹备、文件保管以及公司资料管理，办理信息披露事

务等事宜。

公司设立董事会秘书以来，董事会秘书筹备了历次董事会会议和股东会/股东大会，确保了公司董事会会议和股东会/股东大会依法召开、依法行使职权，及时向公司股东、董事通报公司的有关信息，建立了与股东的良好关系，为公司治理结构的完善和董事会、股东会正常行使职权发挥了重要的作用。

附件四 审计委员会及其他专门委员会的设置情况说明

2022 年 12 月 16 日，公司第一届董事会第一次会议审议通过了设立董事会专门委员会并选举专门委员会成员的议案，并审议通过了相应专门委员会的议事规则。

截至本招股说明书签署日，董事会共下设三个专门委员会，分别为战略委员会、审计委员会、提名与薪酬委员会。相关人员情况如下：

委员会	主任委员	其他委员
战略委员会	解勇	黄东、钟晓明
审计委员会	张克东	**冯根福**、张旭
提名与薪酬委员会	**冯根福**	**钟晓明**、解勇

各委员会的设置和运行情况如下：

（一）战略委员会

公司战略委员会由 3 名以上董事组成，其中至少包括 1 名独立董事。战略委员会委员由董事长、1/2 以上独立董事或者 1/3 以上的全体董事提名，并由董事会选举产生。战略委员会设主任 1 名，由董事长担任。

公司战略委员会主要职责是对公司长期发展战略和重大投资决策进行研究并提出建议，具体包括：（1）审议公司总体发展战略规划和各专项发展战略规划，并向董事会提出建议；（2）评估公司各类业务的总体发展状况，并向董事会及时提出发展战略规划调整建议；（3）审议公司的经营计划、投资和融资方案，并向董事会提出建议；（4）监督、检查公司经营计划和投资方案的执行情况；（5）评估公司的治理状况，并向董事会提出建议；（6）法律、法规、规章、规范性文件和《公司章程》规定以及董事会授权的其他事宜。

（二）审计委员会

公司审计委员会由 3 名不在公司担任高级管理人员的董事组成。审计委员会委员中独立董事应占本委员会成员总数的 1/2 以上，且至少有 1 名独立董事是会计专业人士。公司审计委员会委员由董事长、1/2 以上独立董事或者全体董事的 1/3 提名，并由董事会选举产生，审计委员会设主任 1 名，由独立董事中的会计专业人士担任。

公司审计委员会主要职责是审核公司财务信息及其披露、监督及评估内外部审计工作和内部控制，下列事项应当经审计委员会全体成员过半数同意后，提交董事会审议：（1）披露财务会计报告及定期报告中的财务信息、内部控制评价报告；（2）聘用、解聘承办公司审计业务的会计师事务所；（3）聘任或者解聘公司财务负责人；（4）因会计准则变更以外的原因作出会计政策、会计估计变更或者重大会计差错更正；（5）法律法规、中国证监会和证券交易所相关规定及公司章程规定的其他事项。

（三）提名与薪酬委员会

公司提名与薪酬委员会由 3 名董事组成，其中独立董事占成员总数的 1/2 以上。提名与薪酬委员会委员由董事长、1/2 以上独立董事或者全体董事的 1/3 提名，并由董事会选举产生。提名与薪酬委员会设主任委员 1 名，由独立董事担任，主任委员由董事会选举产生。

公司提名与薪酬委员会主要职责包括：

1、负责拟定董事、高级管理人员的选择标准和程序，对董事、高级管理人员人选及其任职资格进行遴选、审核，并就下列事项向董事会提出建议：（1）提名或者任免董事；（2）聘任或者解聘高级管理人员；（3）法律、行政法规、中国证监会规定和公司章程规定的其他事项。2、负责制定董事、高级管理人员的考核标准并进行考核，制定、审查董事、高级管理人员的薪酬决定机制、决策流程、支付与止付追索安排等薪酬政策与方案，并就下列事项向董事会提出建议：（1）董事、高级管理人员的薪酬；（2）制定或者变更股权激励计划、员工持股计划，激励对象获授权益、行使权益条件成就；（3）董事、高级管理人员在拟分拆所属子公司安排持股计划；（4）法律、行政法规、中国证监会规定和公司章程规定的其他事项。

附件五 募集资金具体运用情况

（一）营销渠道及品牌建设项目

1、项目投资概算

本项目计划投资总额 52,575.84 万元，具体构成如下：

单位：万元

序号	项目名称	投资金额
1	品牌升级建设	30,977.00
2	营销网络建设	21,598.84
2.1	营销网络场地投入	13,663.84
2.2	门店人员投入	4,320.00
2.3	铺货投入	3,615.00
合计		**52,575.84**

2、项目经济效益

本项目为营销渠道及品牌建设项目，不单独产生经济效益，因此不进行项目效益测算。

3、项目环保措施及新取得的土地或房产

本项目为营销渠道及品牌建设项目，不涉及工业生产，因此项目在建成运营过程中不存在环境污染。项目将依规定严格执行环境保护措施，确保符合环保要求。

本项目计划在北京、上海、重庆、武汉等全国范围内多个城市通过租赁的方式取得直营门店建设场所，相关可供租赁的经营场所充足，不存在影响募集资金具体用途的情况。

4、项目进度安排

项目进度安排												
项目	T+1				T+2				T+3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
场地租赁												
装修												
人员招聘及培训												
品牌建设与推广												

（二）总部及研发中心建设项目

1、项目投资概算

本项目计划投资总额 26,378.60 万元，具体构成如下：

单位：万元

序号	项目名称	投资金额
1	场地购置及装修	17,040.00
2	软硬件设备投资	3,264.60
3	研发人员投入	4,574.00
4	项目研发及实施费用	1,500.00
合计		**26,378.60**

2、项目经济效益

本项目为总部及研发中心建设项目，不单独产生经济效益，因此不进行项目效益测算。

3、项目环保措施及新取得的土地或房产

本项目为总部及研发中心建设项目，不涉及工业生产，因此项目在建成运营过程中不存在环境污染。项目将依规定严格执行环境保护措施，确保符合环保要求。

本项目计划在北京市购置办公场所，公司计划上市后以募集资金购置相关房产。本项目的实施对办公场所无特殊要求，北京市可供出售的办公场所充足，不存在影响募集资金具体用途的情况。

4、项目进度安排

项目进度安排												
项目	T+1				T+2				T+3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
场地购置及装修												
设备询价、采购												
设备安装、调试												
研发人员招聘及培训												
相关产品技术研发												

（三）生产基地技术改造项目

1、项目投资概算

本项目计划投资总额 10,883.76 万元，具体构成如下：

单位：万元

序号	项目名称	投资金额
1	建筑工程	2,380.69
2	设备购置及安装	7,984.80
3	基本预备费	518.27
合计		**10,883.76**

2、项目经济效益

本项目建设期 2 年，具体效益测算结果如下：

序号	指标名称	所得税后
1	项目投资财务内部收益率	29.72%
2	项目投资回收期（含建设期）	5.04 年

3、项目环保措施及新取得的土地或房产

本项目为生产基地技术改造项目，项目的施工主要涉及车间及配套设施的改造与装修，施工期主要污染包括噪声、废水及固体废弃物。

噪声污染方面，本项目施工期将采取低噪声的施工机械和先进的施工技术，严格遵守《中华人民共和国环境噪声污染防治法》的有关要求；运营期主要噪声源是脱标机、清洗机产生的噪声，经过合理布局、隔声减震之后预计厂界噪声可以达到标准限值。

废水污染方面，本项目施工期将产生施工人员生活污水，将集中处理后纳入城市污水管网体系，禁止随意排放；运营期用水主要为员工生活用水和清洗用水，产生的废水主要为生活污水和清洗废水，将经过隔油池、化粪池处理后经厂区总排口进入污水处理厂

固体废弃物方面，本项目施工期的建筑垃圾实行定点堆放，并及时清运处理，施工人员的生活垃圾分类收集袋装化后交环卫部门统一处置；运营期固体废弃物主要为废标签、清洗废液、不合格塑料瓶、废机油和生活垃圾，其中废标签收集后由环卫部门定期清运，清洗废液收集后委托有资质的单位处置，不合格塑料瓶收集后由环卫部门定期清运，废机油收集后委托有资质的单位处置，生活垃圾拟委托环卫部门处理。

本项目将在公司现有厂区内实施，不涉及新取得土地或房产。

4、项目进度安排

项目进度安排								
项目	T+1				T+2			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
场地改造升级								
设备询价、采购								
设备安装、调试								
生产线试运行								
竣工验收								

（四）信息化系统升级建设项目

1、项目投资概算

本项目计划投资总额 9,989.87 万元，具体构成如下：

单位：万元

序号	项目名称	投资金额
1	租赁服务年费	4,181.87
2	软硬件购置	2,272.00
3	人员薪资	3,246.00
4	项目实施费用	290.00
合计		**9,989.87**

2、项目经济效益

本项目为信息化系统升级建设项目，不单独产生经济效益，因此不进行项目效益测算。

3、项目环保措施及新取得的土地或房产

本项目为信息化系统升级建设项目，不涉及工业生产，因此项目在建成运营过程中不存在环境污染。项目将依规定严格执行环境保护措施，确保符合环保要求。

本项目将在公司现有办公地点内实施，不涉及新取得土地或房产。

4、项目进度安排

项目进度安排												
项目	T+1				T+2				T+3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
云资源租赁												
设备购置及安装调试												
人员招聘及培训												
信息化建设												

附件六 其他与本次发行有关的重要文件

（一）公司及其子公司已取得的境内注册商标

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
1	植物医生	北植科技	第 2 类	46151360	2020.12.28-2030.12.27	原始取得	无
2	植物医生	北植科技	第 3 类	6323742	2010.05.28-2030.05.27[3]	受让取得	无
3	植物医生	北植科技	第 3 类	24731591	2018.06.21-2028.06.20	原始取得	无
4	植物医生	北植科技	第 3 类	42850626	2020.08.21-2030.08.20	原始取得	无
5	植物医生	北植科技	第 4 类	46137375	2020.12.28-2030.12.27	原始取得	无
6	植物医生	北植科技	第 5 类	44311951	2021.02.21-2031.02.20	原始取得	无
7	植物医生	北植科技	第 6 类	46137391	2020.12.28-2030.12.27	原始取得	无
8	植物医生	北植科技	第 11 类	46151404	2020.12.28-2030.12.27	原始取得	无
9	植物医生	北植科技	第 13 类	46151421	2020.12.28-2030.12.27	原始取得	无
10	植物医生	北植科技	第 15 类	46138928	2020.12.28-2030.12.27	原始取得	无
11	植物医生	北植科技	第 22 类	46152976	2020.12.28-2030.12.27	原始取得	无
12	植物医生	北植科技	第 23 类	46152988	2020.12.28-2030.12.27	原始取得	无
13	植物医生	北植科技	第 26 类	46141904	2020.12.28-2030.12.27	原始取得	无
14	植物医生	北植科技	第 27 类	46159636	2021.02.14-2031.02.13	原始取得	无
15	植物医生	北植科技	第 30 类	47474596	2021.10.21-2031.10.20	原始取得	无
16	植物医生	北植科技	第 32 类	47483378	2021.10.14-2031.10.13	原始取得	无
17	植物医生	北植科技	第 34 类	46135913	2020.12.28-2030.12.27	原始取得	无
18	植物医生	北植科技	第 35 类	10477663	2015.10.21-2035.10.20[4]	原始取得	无
19	植物医生	北植科技	第 36 类	46147380	2020.12.28-2030.12.27	原始取得	无
20	植物医生	北植科技	第 37 类	46147529	2021.03.14-2031.03.13	原始取得	无

[3] 2 号商标注册于 2010 年 5 月 28 日，已申请续展。
[4] 18 号商标注册于 2015 年 10 月 21 日，已申请续展。

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
21	植物医生	北植科技	第 38 类	16905988	2016.08.28-2026.08.27	原始取得	无
22	植物医生	北植科技	第 39 类	46159447	2020.12.28-2030.12.27	原始取得	无
23	植物医生	北植科技	第 40 类	46155642	2020.12.28-2030.12.27	原始取得	无
24	植物医生	北植科技	第 42 类	47464514	2022.03.14-2032.03.13	原始取得	无
25	植物博士	北植科技	第 1 类	17032887A	2017.03.28-2027.03.27	原始取得	无
26	植物博士	北植科技	第 3 类	13662285	2015.02.28-2035.02.27	原始取得	无
27	植物博士	北植科技	第 3 类	43840726	2020.10.28-2030.10.27	原始取得	无
28	植物博士	北植科技	第 5 类	44304194	2021.05.28-2031.05.27	原始取得	无
29	植物博士	北植科技	第 30 类	46471463	2021.05.21-2031.05.20	原始取得	无
30	植物博士	北植科技	第 32 类	22364865	2018.01.28-2028.01.27	原始取得	无
31	DR PLANT 植物医生	北植科技	第 3 类	16525221	2016.05.07-**2036**.05.06	原始取得	无
32	DR PLANT 植物医生	北植科技	第 3 类	24727776	2018.06.21-2028.06.20	原始取得	无
33	植物醫生 DR PLANT	北植科技	第 3 类	40070481	2020.07.21-2030.07.20	原始取得	无
34	植物醫生 DR PLANT	北植科技	第 35 类	40075703	2020.07.21-2030.07.20	原始取得	无
35	植物医生 DR PLANT	北植科技	第 35 类	43461873	2020.10.21-2030.10.20	原始取得	无
36	Dr.Plant	北植科技	第 3 类	10954176[5]	2013.09.14-2033.09.13	原始取得	无
37	DR PLANT	北植科技	第 3 类	17699612	2016.10.07-2026.10.06	原始取得	无
38	DR PLANT	北植科技	第 3 类	17699636	2016.10.07-2026.10.06	原始取得	无
39	DR PLANT	北植科技	第 5 类	29569936	2019.03.28-2029.03.27	原始取得	无
40	DR PLANT	北植科技	第 5 类	44302919	2021.02.21-2031.02.20	原始取得	无
41	DR PLANT	北植科技	第 5 类	44309100	2021.02.21-2031.02.20	原始取得	无
42	DR PLANT	北植科技	第 8 类	46151305	2021.06.21-2031.06.20	原始取得	无
43	DR PLANT	北植科技	第 13 类	46133476	2020.12.28-2030.12.27	原始取得	无

[5] 26 号商标注册于 2015 年 2 月 28 日，36 号商标注册于 2013 年 9 月 14 日，已申请续展

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
44	DR PLANT	北植科技	第 14 类	49278778	2021.04.07-2031.04.06	原始取得	无
45	DR PLANT	北植科技	第 15 类	46148959	2021.03.21-2031.03.20	原始取得	无
46	DR PLANT	北植科技	第 17 类	46144898	2021.03.21-2031.03.20	原始取得	无
47	DR PLANT	北植科技	第 18 类	46484167	2021.02.07-2031.02.06	原始取得	无
48	DR PLANT	北植科技	第 19 类	46161147	2021.03.14-2031.03.13	原始取得	无
49	DR PLANT	北植科技	第 20 类	46165765	2021.03.07-2031.03.06	原始取得	无
50	DR PLANT	北植科技	第 21 类	26646621	2019.08.14-2029.08.13	原始取得	无
51	DR PLANT	北植科技	第 22 类	46154348	2020.12.28-2030.12.27	原始取得	无
52	DR PLANT	北植科技	第 23 类	46138968	2020.12.28-2030.12.27	原始取得	无
53	DR PLANT	北植科技	第 24 类	46152912	2021.03.21-2031.03.20	原始取得	无
54	DR PLANT	北植科技	第 27 类	46154388	2021.02.14-2031.02.13	原始取得	无
55	DR PLANT	北植科技	第 30 类	46473239	2021.02.07-2031.02.06	原始取得	无
56	DR PLANT	北植科技	第 32 类	22364831	2018.01.28-2028.01.27	原始取得	无
57	DR PLANT	北植科技	第 34 类	46146000	2020.12.28-2030.12.27	原始取得	无
58	DR PLANT	北植科技	第 35 类	26658548	2019.08.07-2029.08.06	原始取得	无
59	Dr.Plant	北植科技	第 35 类	10954185[6]	2014.04.07-2034.04.06	原始取得	无
60	DR PLANT	北植科技	第 36 类	46135934	2020.12.28-2030.12.27	原始取得	无
61	DR PLANT	北植科技	第 40 类	46151267	2020.12.28-2030.12.27	原始取得	无
62	DR PLANT	北植科技	第 42 类	46493499	2021.02.07-2031.02.06	原始取得	无
63	DR PLANT	北植科技	第 44 类	46468679	2021.02.07-2031.02.06	原始取得	无
64	DR PLANT	北植科技	第 45 类	46149881	2020.12.28-2030.12.27	原始取得	无
65	植物医生	北植科技	第 3 类	43879260	2020.11.07-2030.11.06	原始取得	无
66	植物医生	北植科技	第 35 类	43807604	2021.02.14-2031.02.13	原始取得	无

[6] 59 号商标注册于 2014 年 4 月 7 日，已申请续展。

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
67		北植科技	第 35 类	43785537	2021.02.14-2031.02.13	原始取得	无
68	LOTIONSPA	北植科技	第 3 类	6117047	2010.06.28-2030.06.27	受让取得	无
69	LOTIONSPA	北植科技	第 25 类	8416823	2011.07.07-2031.07.06	受让取得	无
70	LOTIONSPA	北植科技	第 30 类	8604491	2011.09.07-2031.09.06	受让取得	无
71	LOTIONSPA	北植科技	第 32 类	8604518	2011.09.07-2031.09.06	受让取得	无
72	LOTIONSPA	北植科技	第 35 类	6117046	2012.04.28-2032.04.27	受让取得	无
73	LotioSPA	北植科技	第 3 类	7186647	2010.07.21-2030.07.20	受让取得	无
74	维皙水	北植科技	第 3 类	6032597	2010.01.14-2030.01.13	原始取得	无
75	PHARMETICS	北植科技	第 3 类	6219263	2010.02.21-2030.02.20	原始取得	无
76	PHARMETICS	北植科技	第 35 类	6219262[7]	2010.09.07-2030.09.06	原始取得	无
77	肤美莱	北植科技	第 1 类	15998098	2016.02.28-**2036**.02.27	原始取得	无
78	肤美莱	北植科技	第 3 类	6560839	2010.03.28-2030.03.27	受让取得	无
79	肤美莱	北植科技	第 5 类	17139653	2016.08.07-2026.08.06	原始取得	无
80	肤美莱	北植科技	第 30 类	17139547	2016.08.21-2026.08.20	原始取得	无
81	康の泉	北植科技	第 3 类	8563050	2011.08.21-2031.08.20	受让取得	无
82	康 泉	北植科技	第 3 类	13567097	2015.02.28-2035.02.27	原始取得	无
83	露水之瓣	北植科技	第 3 类	8709009	2011.10.14-2031.10.13	原始取得	无
84	露水之瓣	北植科技	第 35 类	8708978	2011.11.07-2031.11.06	原始取得	无
85	露之瓣	北植科技	第 3 类	8746961	2011.10.28-2031.10.27	原始取得	无
86	露之瓣	北植科技	第 35 类	8747107	2011.11.21-2031.11.20	原始取得	无
87	兰之瓣	北植科技	第 3 类	8752359	2011.10.28-2031.10.27	原始取得	无
88	兰之瓣	北植科技	第 35 类	8747125	2011.11.21-2031.11.20	原始	无

[7] 68 号商标注册于 2010 年 6 月 28 日，69 号商标注册于 2011 年 7 月 7 日，70、71 号商标注册于 2011 年 9 月 7 日，72 号商标注册于 2012 年 4 月 28 日，73 号商标注册于 2010 年 7 月 21 日，74 号商标注册于 2010 年 1 月 14 日，75 号商标注册于 2010 年 2 月 21 日，76 号商标注册于 2010 年 9 月 7 日，78 号商标注册于 2010 年 3 月 28 日，已申请续展。

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
						取得	
89	露芯	北植科技	第 3 类	8975799	2011.12.28-2031.12.27	受让取得	无
90	露芯	北植科技	第 5 类	17139743	2016.08.21-2026.08.20	受让取得	无
91	露芯	北植科技	第 5 类	46466821	2021.02.07-2031.02.06	原始取得	无
92	露芯	北植科技	第 35 类	8975830	2012.02.07-2032.02.06	受让取得	无
93	露芯抹茶	北植科技	第 3 类	14795233	2015.09.07-2035.09.06	受让取得	无
94	露芯spa	北植科技	第 3 类	15585627	2016.01.14-2036.01.13	受让取得	无
95	明弘	北植科技	第 35 类	10088905	2013.02.21-2033.02.20	原始取得	无
96	AKIHIRO	北植科技	第 35 类	10090025	2012.12.28-2032.12.27	原始取得	无
97	PLANT DOCTOR	北植科技	第 3 类	10234110	2013.01.28-2033.01.27	原始取得	无
98	PLANT DOCTOR	北植科技	第 35 类	10234144[8]	2013.01.28-2033.01.27	原始取得	无
99	色彩达人	北植科技	第 35 类	10531158	2013.04.14-2033.04.13	原始取得	无
100	柯丽奥斯	北植科技	第 3 类	11164179	2013.11.21-2033.11.20	原始取得	无
101	翡丽斯卡	北植科技	第 3 类	11164189	2013.11.28-2033.11.27	原始取得	无
102	蔓尼斯	北植科技	第 3 类	11335627	2014.01.14-2034.01.13	原始取得	无
103	蔓丽斯	北植科技	第 3 类	11335637	2015.09.21-2035.09.20	原始取得	无
104	蔓蕾斯	北植科技	第 3 类	11335645	2014.01.14-2034.01.13	原始取得	无
105	KOMACHI	北植科技	第 3 类	11387676	2014.02.28-2034.02.27	原始取得	无
106	意秀屋	北植科技	第 3 类	12289586	2015.01.07-2035.01.06	原始取得	无
107	意秀铺	北植科技	第 3 类	12289779	2014.11.21-2034.11.20	原始取得	无
108	高山茶博士	北植科技	第 3 类	42843237	2020.08.21-2030.08.20	原始取得	无
109	高山茶博士	北植科技	第 35 类	42857870	2020.08.21-2030.08.20	原始取得	无

[8] 98 号商标注册于 2013 年 1 月 28 日，99 号商标注册于 2013 年 4 月 14 日，100 号商标注册于 2013 年 11 月 21 日，101 号商标注册于 2013 年 11 月 28 日，102 号商标注册于 2014 年 1 月 14 日，103 号商标注册于 2015 年 9 月 21 日，104 号商标注册于 2014 年 1 月 14 日，105 号商标注册于 2014 年 2 月 28 日，106 号商标注册于 2015 年 1 月 7 日，107 号商标注册于 2014 年 11 月 21 日，已申请续展。

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
110	高山小天使	北植科技	第 3 类	29305448	2019.01.21-2029.01.20	原始取得	无
111	高山美颜	北植科技	第 32 类	22399231A	2018.02.21-2028.02.20	原始取得	无
112	高山纯美	北植科技	第 32 类	22398798	2018.02.07-2028.02.06	原始取得	无
113	高山奇迹水	北植科技	第 3 类	19912984	2017.06.28-2027.06.27	原始取得	无
114	高山奇迹面膜	北植科技	第 3 类	56843873	2022.04.14-2032.04.13	原始取得	无
115	高山肌密	北植科技	第 3 类	47425325	2021.05.07-2031.05.06	原始取得	无
116	高山秘笈	北植科技	第 3 类	47416275	2021.02.14-2031.02.13	原始取得	无
117	高山植美 Alpine plant	北植科技	第 3 类	12577352	2014.10.14-2034.10.13	受让取得	无
118	高山玫瑰	北植科技	第 3 类	12303807	2014.08.28-2034.08.27	受让取得	无
119	高山纯美	北植科技	第 35 类	42857898	2020.10.07-2030.10.06	原始取得	无
120	高山仙草	北植科技	第 35 类	42854538	2021.01.14-2031.01.13	原始取得	无
121		北植科技	第 3 类	12327059	2014.09.07-2034.09.06	原始取得	无
122		北植科技	第 3 类	12327086	2014.09.07-2034.09.06	原始取得	无
123		北植科技	第 3 类	57524788	2022.01.21-2032.01.20	原始取得	无
124	康肤泉	北植科技	第 3 类	12328380	2014.09.07-2034.09.06	原始取得	无
125	草本潜能	北植科技	第 3 类	12374253	2015.03.21-2035.03.20	原始取得	无
126	草本丽奥	北植科技	第 3 类	12533059[9]	2015.03.21-2035.03.20	原始取得	无
127	靓舒泉	北植科技	第 3 类	12409105	2014.09.21-2034.09.20	原始取得	无
128	靓体泉	北植科技	第 3 类	12409118	2014.09.21-2034.09.20	原始取得	无
129	BIGENA	北植科技	第 3 类	13662287A	2015.07.28-2035.07.27	原始取得	无
130	BIOGENA	北植科技	第 3 类	13704522A	2015.07.28-2035.07.27	原始取得	无

[9] 117 号商标注册于 2014 年 10 月 14 日，118 号商标注册于 2014 年 8 月 28 日，121、122、124 号商标注册于 2014 年 9 月 7 日，125 号商标注册于 2015 年 3 月 21 日，126 号商标注册于 2015 年 3 月 21 日，127 号商标注册于 2014 年 9 月 21 日，128 号商标注册于 2014 年 9 月 21 日，129 号商标注册于 2015 年 7 月 28 日，130 号商标注册于 2015 年 7 月 28 日，131 号商标注册于 2015 年 7 月 21 日，132 号商标注册于 2015 年 8 月 28 日，138 号商标注册于 2015 年 11 月 7 日，已申请续展。

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
131	Lspa	北植科技	第 3 类	14791789	2015.07.21-2035.07.20	原始取得	无
132	抹茶美人	北植科技	第 3 类	15068542	2015.08.28-2035.08.27	原始取得	无
133	抹茶美人	北植科技	第 5 类	18572551	2017.01.21-2027.01.20	受让取得	无
134	抹茶美人	北植科技	第 30 类	18572525	2017.01.21-2027.01.20	受让取得	无
135	抹茶美人	北植科技	第 35 类	14694326	2015.08.21-2035.08.20	原始取得	无
136	抹茶丽人	北植科技	第 3 类	15077813	2015.09.21-2035.09.20	原始取得	无
137	轻 敏	北植科技	第 3 类	14826381	2015.11.14-2035.11.13	受让取得	无
138	太液池	北植科技	第 3 类	15418733	2015.11.07-2035.11.06	原始取得	无
139	千家方	北植科技	第 3 类	15585625	2015.12.14-2035.12.13	原始取得	无
140	千人千面	北植科技	第 3 类	15612037	2015.12.21-2035.12.20	原始取得	无
141	明星肌密	北植科技	第 3 类	15787630	2016.01.21-2036.01.20	受让取得	无
142	珍灵妙方	北植科技	第 3 类	15842455	2016.02.07-2036.02.06	原始取得	无
143	艸	北植科技	第 3 类	15945248	2016.02.21-2036.02.20	原始取得	无
144	屮	北植科技	第 3 类	15945337[10]	2016.02.21-2036.02.20	原始取得	无
145	扶荔宫	北植科技	第 1 类	15998123	2016.02.28-**2036**.02.27	原始取得	无
146	扶荔宫	北植科技	第 3 类	15945276	2016.02.21-2036.02.20	原始取得	无
147	美肤能量+	北植科技	第 3 类	15945317A	2016.03.21-**2036**.03.20	原始取得	无
148	美肤能量+	北植科技	第 30 类	17139513	2016.08.07-2026.08.06	原始取得	无
149	四物紧实	北植科技	第 3 类	17350773	2017.04.21-2027.04.20	原始取得	无
150	五珍亮彩	北植科技	第 3 类	17350636	2016.09.07-2026.09.06	原始取得	无
151	六酿无痕	北植科技	第 3 类	17350680A	2016.10.07-2026.10.06	原始取得	无
152	九大人山草	北植科技	第 3 类	51292004	2021.07.28-2031.07.27	原始	无

[10] 135 号商标注册于 2014 年 8 月 21 日，136 号商标注册于 2015 年 9 月 21 日，137 号商标注册于 2015 年 11 月 14 日，138 号商标注册于 2015 年 11 月 7 日，139 号商标注册于 2015 年 12 月 14 日，140 号商标注册于 2015 年 12 月 21 日，141 号商标注册于 2016 年 1 月 21 日，142 号商标注册于 2016 年 2 月 7 日，143、144、146 号商标注册于 2016 年 2 月 21 日，已申请续展。

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
						取得	
153	十全睛采	北植科技	第 3 类	17350709	2016.09.07-2026.09.06	原始取得	无
154	吉利兰花	北植科技	第 3 类	18109702	2016.11.28-2026.11.27	原始取得	无
155	裴盛基	北植科技	第 3 类	18648084	2017.01.28-2027.01.27	原始取得	无
156	阿哈哇	北植科技	第 3 类	19287181	2017.04.21-2027.04.20	原始取得	无
157	光合作用	北植科技	第 3 类	19331168	2018.12.28-2028.12.27	原始取得	无
158	光合大使	北植科技	第 3 类	19331264	2017.04.21-2027.04.20	原始取得	无
159	仙雾水	北植科技	第 3 类	20318250	2017.08.07-2027.08.06	原始取得	无
160	仙雾泵	北植科技	第 3 类	20318271	2017.08.07-2027.08.06	原始取得	无
161	仙雾喷	北植科技	第 3 类	20432632	2017.08.14-2027.08.13	原始取得	无
162	海龙花	北植科技	第 3 类	21572741	2017.11.28-2027.11.27	原始取得	无
163	密域香榭	北植科技	第 3 类	22729427	2018.02.21-2028.02.20	原始取得	无
164	黄尽植萃	北植科技	第 3 类	23023133	2018.02.28-2028.02.27	原始取得	无
165	GXB	北植科技	第 3 类	24873057	2018.06.28-2028.06.27	受让取得	无
166	直发通	北植科技	第 42 类	25444839	2018.07.21-2028.07.20	原始取得	无
167	嫩植儿	北植科技	第 3 类	29204374	2019.01.07-2029.01.06	原始取得	无
168	嫩芽树	北植科技	第 3 类	29219397	2019.01.07-2029.01.06	原始取得	无
169	嫩植素	北植科技	第 3 类	29223879	2019.01.07-2029.01.06	原始取得	无
170	西部小鹿	北植科技	第 3 类	29636745A	2019.02.14-2029.02.13	原始取得	无
171	亲亲小鹿	北植科技	第 3 类	29638751	2019.01.14-2029.01.13	原始取得	无
172	甜心小鹿	北植科技	第 3 类	29654739	2019.01.14-2029.01.13	原始取得	无
173	萌萌树	北植科技	第 3 类	29576029	2019.01.14-2029.01.13	原始取得	无
174	云上之吻	北植科技	第 3 类	29578538	2019.01.14-2029.01.13	原始取得	无
175	天真兔	北植科技	第 3 类	29642574	2019.01.14-2029.01.13	原始取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
176	猴淘气	北植科技	第 3 类	29652046	2019.01.14-2029.01.13	原始取得	无
177	鲜干粉	北植科技	第 3 类	31046731	2019.04.14-2029.04.13	原始取得	无
178	科丽鉴	北植科技	第 35 类	37543532	2019.12.07-2029.12.06	原始取得	无
179	康丽鉴	北植科技	第 35 类	37565295	2019.12.07-2029.12.06	原始取得	无
180	32°	北植科技	第 35 类	42810518	2020.10.21-2030.10.20	原始取得	无
181	植物医生 32°	北植科技	第 35 类	42817398	2020.12.07-2030.12.06	原始取得	无
182	32°	北植科技	第 35 类	42828823	2021.01.14-2031.01.13	原始取得	无
183	向阳日	北植科技	第 35 类	42831720	2020.09.14-2030.09.13	原始取得	无
184	植物医生 向阳日	北植科技	第 35 类	42836394	2020.09.14-2030.09.13	原始取得	无
185	植物小铺	北植科技	第 3 类	14496696[11]	2015.09.14-2035.09.13	原始取得	无
186	植物医生小植	北植科技	第 35 类	44118939	2020.11.14-2030.11.13	原始取得	无
187	植物医生小黄帽	北植科技	第 3 类	45119897	2021.11.28-2031.11.27	原始取得	无
188	植物医生小黄瓶	北植科技	第 3 类	45119904	2021.01.07-2031.01.06	原始取得	无
189	植物医生小黄管	北植科技	第 3 类	45128057	2021.01.07-2031.01.06	原始取得	无
190	植物医生小熨斗	北植科技	第 3 类	48375070	2021.04.21-2031.04.20	原始取得	无
191	植物医生小金瓶	北植科技	第 3 类	51134540	2021.08.21-2031.08.20	原始取得	无
192	植物医生兰熨斗	北植科技	第 3 类	48462865	2021.03.21-2031.03.20	原始取得	无
193	植物医生兰精灵	北植科技	第 3 类	45126835	2020.12.21-2030.12.20	原始取得	无
194	植物医生电熨斗	北植科技	第 3 类	48427109	2021.06.14-2031.06.13	原始取得	无
195	植物医生金帽子	北植科技	第 3 类	51290038	2021.07.14-2031.07.13	原始取得	无
196	植物护士	北植科技	第 3 类	50268919	2021.10.07-2031.10.06	原始取得	无
197	仙草之语	北植科技	第 3 类	47399117	2021.05.14-2031.05.13	原始取得	无
198	仙草精华	北植科技	第 3 类	47405521	2021.04.21-2031.04.20	原始取得	无

[11] 185 号商标注册于 2015 年 9 月 14 日，已申请续展。

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
199	仙草素	北植科技	第 3 类	47424425	2021.06.28-2031.06.27	原始取得	无
200	亻草	北植科技	第 3 类	51357408	2021.08.21-2031.08.20	原始取得	无
201	马爷牌	北植科技	第 28 类	51951362	2021.07.28-2031.07.27	原始取得	无
202	络诗	北植科技	第 3 类	54113104	2021.12.28-2031.12.27	原始取得	无
203	缕诗	北植科技	第 3 类	54115971	2021.10.07-2031.10.06	原始取得	无
204	小变脸	北植科技	第 3 类	51138409	2021.10.14-2031.10.13	原始取得	无
205	水魔王	北植科技	第 3 类	51225863	2021.09.07-2031.09.06	原始取得	无
206	湯葉	北植科技	第 3 类	59031298	2022.03.07-2032.03.06	原始取得	无
207	汤叶	北植科技	第 3 类	59033514	2022.03.07-2032.03.06	原始取得	无
208	小植之家	北植科技	第 35 类	60399319	2022.04.28-2032.04.27	原始取得	无
209	轻刺果	北植科技	第 3 类	61125119	2022.06.07-2032.06.06	原始取得	无
210	植物医生普拉提	北植科技	第 3 类	64869935	2022.11.14-2032.11.13	原始取得	无
211	铿锵玫瑰	北植科技	第 3 类	63237069	2022.11.07-2032.11.06	原始取得	无
212	植物医生小植	北植科技	第 3 类	68085254	2023.05.07-2033.05.06	原始取得	无
213	小植之家	北植科技	第 3 类	68065303	2023.07.21-2033.07.20	原始取得	无
214	植物医生兔宝宝	北植科技	第 3 类	69802138	2023.09.21-2033.09.20	原始取得	无
215	莲白素	北植科技	第 3 类	71799444	2023.12.14-2033.12.13	原始取得	无
216	DR PLANT	北植科技	第 35 类	72059427	2024.01.14-2034.01.13	原始取得	无
217	汤叶面膜	北植科技	第 3 类	74469046	2024.04.21-2034.04.20	原始取得	无

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
218	DR PLANT	北植科技	第 44 类	74686685	2024.04.07-2034.04.06	原始取得	无
219	植物医生 99%	北植科技	第 3 类	78035890	2025.01.21-2035.01.20	原始取得	无
220	2700 古树	北植科技	第 3 类	79432795	2025.02.21-2035.02.20	原始取得	无
221	茶树黄	北植科技	第 3 类	44855955	2021.01.14-2031.01.13	受让取得	无
222	茶树王	北植科技	第 3 类	44852641	2021.02.14-2031.02.13	受让取得	无
223	植物医生	北植科技	第 10 类	76461857[12]	2025.09.28-2035.09.27	原始取得	无
224	沉珍香	北植科技	第 3 类	78238597	2024.12.07-2034.12.06	受让取得	无
225	ZWYS	北植科技	第 10 类	85280678	2025.10.21-2035.10.20	原始取得	无
226		**北植科技**	**第 21、25、28、41 类**	**85263334**	**2025.12.21-2035.12.20**	**原始取得**	**无**
227	DR PLANT TEA	**北植科技**	**第 10 类**	**85162118**	**2025.12.07-2035.12.06**	**原始取得**	**无**
228	DR TEA PLANT	**北植科技**	**第 10 类**	**85177922**	**2025.12.07-2035.12.06**	**原始取得**	**无**
229		**北植科技**	**第 21、25、28、41 类**	**85252522**	**2025.12.21-2035.12.20**	**原始取得**	**无**
230		**北植科技**	**第 21、25、28、41 类**	**85257007**	**2025.12.21-2035.12.20**	**原始取得**	**无**
231	明星肌密 Star Skin Secrets	**北植科技**	**第 3 类**	**85350301**	**2025.12.14-2035.12.13**	**原始取得**	**无**
232		**北植科技**	**第 3 类**	**85428566**	**2025.12.07-2035.12.06**	**原始取得**	**无**
233		**北植科技**	**第 3 类**	**85437743**	**2025.12.07-2035.12.06**	**原始取得**	**无**
234		**北植科技**	**第 3 类**	**85441120**	**2025.12.07-2035.12.06**	**原始取得**	**无**
235		**北植科技**	**第 3 类**	**85335140**	**2026.02.28-2036.02.27**	**原始取得**	**无**
236	Star Skin Secrets	**北植科技**	**第 3 类**	**85247935**	**2026.01.07-2036.01.06**	**原始取得**	**无**

[12] 注：第“76461857”号商标已注册，截至本招股说明书签署日，公司尚未收到注册商标证书。

序号	商标	权利人	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
237		北植科技	第 10 类	85083560	2026.02.28-2036.02.27	原始取得	无

（二）公司及其子公司已取得的境外注册商标

序号	商标图像	权利人	注册地	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
1	植物医生	北植科技	中国香港	3、35	302851588	2013-12-27 至 2033-12-26[13]	原始取得	无
2	植物醫生 DR PLANT	北植科技	中国香港	3、35	305055741	2019-09-13 至 2029-09-12	原始取得	无
3	植物医生 DR PLANT	北植科技	中国香港	3、35	305115582	2019-11-18 至 2029-11-17	原始取得	无
4	植物醫生	北植科技	中国香港	3、35	305115465	2019-11-18 至 2029-11-17	原始取得	无
5	DR PLANT	北植科技	中国香港	3、35	304960486	2019-06-14 至 2029-06-13	原始取得	无
6	DRPLANT	北植科技	中国香港	3、35	305115401	2019-11-18 至 2029-11-17	原始取得	无
7	DR PLANT	北植科技	美国	35	6162135	2020-09-29 至 2030-09-29	原始取得	无
8	植物医生 DR PLANT	北植科技	新加坡	3	40202008189R	2020-04-20 至 2030-04-20	原始取得	无
9	植物医生 DR PLANT	北植科技	新加坡	35	40202008190S	2020-04-20 至 2030-04-20	原始取得	无
10	DR PLANT	北植科技	新加坡	35	40202010832T	2020-05-22 至 2030-05-22	原始取得	无
11	DR PLANT	北植科技	新加坡	3	40202010399Q	2020-05-20 至 2030-05-20	原始取得	无
12	DR PLANT	北植科技	新加坡	3	40202010834S	2020-05-22 至 2030-05-22	原始取得	无
13	DR PLANT	北植科技	新加坡	35	40202010836R	2020-05-22 至 2030-05-22	原始取得	无
14	植物医生 DR PLANT	北植科技	马来西亚	35	TM2020007222	2020-04-20 至 2030-04-20	原始取得	无
15	植物医生 DR PLANT	北植科技	马来西亚	3	TM2020007221	2020-04-20 至 2030-04-20	原始取得	无
16	植物医生 DR PLANT	北植科技	印度尼西亚	3	IDM000884712	2020-04-20 至 2030-04-20	原始取得	无
17	植物医生 DR PLANT	北植科技	印度尼西亚	35	IDM000894143	2020-04-20 至 2030-04-20	原始取得	无
18	DR PLANT	北植科技	欧盟	35	018153818	2019-11-18 至 2029-11-18	原始取得	无
19	DR PLANT DR PLANT DR PLANT	北植科技	菲律宾	3、35	4/2023/00508400	2023-10-07 至 2033-10-07	原始取得	无

[13] 注：该商标首次授权日为 2013-12-27，有效期限 10 年。前述有效期到期后，申请续展 10 年。

序号	商标图像	权利人	注册地	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式	他项权利
20		北植科技	老挝	3、35	49631	2020-05-14 至 2030-05-14	原始取得	无
21		北植科技	文莱	3、35	51365	2020-04-21 至 2030-04-21	原始取得	无
22	植物医生	北植科技	泰国	3、35	221100243	2020-03-17 至 2030-03-16	原始取得	无
23	DR PLANT	北植科技	泰国	3、35	221109234	2020-03-17 至 2030-03-16	原始取得	无
24	植物医生 DR PLANT	北植科技	泰国	3、35	221109112	2020-03-17 至 2030-03-16	原始取得	无
25	DR PLANT	北植科技	美国	3	5336780	2017-11-14 至 2027-11-14	原始取得	无
26	植物医生	日本植物医生	日本	3	6034718	2018-04-13 至 2028-04-13	继受取得	无
27	DR PLANT	北植科技	加拿大	3	TMA985989	2017-12-01 至 2032-12-01	原始取得	无
28	DR.PLANT ITALY by BEIJING WINGHONG	北植科技	欧盟	3	014859151	2015-12-02 至 2035-12-02	原始取得	无
29	DR PLANT	日本植物医生	日本	3	6283560	2020-08-24 至 2030-08-24	继受取得	无
30	露芯	汉方护肤	日本	3、35	5791325	2015-09-11 至 2035-09-11	继受取得	无
31	抹茶美人	汉方护肤	日本	3、35	5820434	2016-01-22 至 2036-01-22	继受取得	无
32		汉方护肤	日本	3	6080422	2018-09-14 至 2028-09-14	继受取得	无
33	DR PLANT	北植科技	越南	3、35	4-0493210-000	2020-04-21 至 2030-04-21	原始取得	无
34	DR.PLANT ITALY by BEIJING WINGHONG	北植科技	英国	3	UK00914859151	2015-12-02 至 2035-12-01	原始取得	无

（三）公司及其子公司已取得的境内专利

序号	专利名称	权利人	专利类型	专利号	专利申请日	权利期限	取得方式	他项权利
1	植物组合物及其制备方法	北植科技	发明	2022113727150	2022-11-03	20 年	受让取得	无
2	一种具有抗蓝光功效的护肤组合物及制备方法、应用	北植科技	发明	2022107370521	2022-06-27	20 年	受让取得	无
3	一种抗衰老精华液及其制备方法	北植科技	发明	2022114615152	2022-11-17	20 年	原始取得	无
4	一种含铁皮石斛提取物的修	北植科技	发明	2021111414335	2021-09-28	20 年	受让取得	无

序号	专利名称	权利人	专利类型	专利号	专利申请日	权利期限	取得方式	他项权利
	护霜及其制备方法							
5	一种含铁皮石斛提取物的仙草乳液及其制备方法	北植科技	发明	2021113499747	2021-11-15	20 年	受让取得	无
6	一种含红糖的面膜化妆品	北植科技	发明	2013106744699	2013-12-11	20 年	受让取得	无
7	一种含铁皮石斛提取物的肌底精华液及其制备方法	北植科技	发明	2021110398157	2021-09-06	20 年	受让取得	无
8	一种护肤化合物及其制备方法和应用、以及护肤品	昆植所、北植科技	发明	201910441504X	2019-05-24	20 年	原始取得	无
9	山药素III在制备药品和化妆品中的应用[14]	昆植所、北植科技	发明	2018113800075	2018-11-20	20 年	原始取得	无
10	一个具有促胶原蛋白分泌功效的化合物及其应用	昆植所、北植科技	发明	201810502931X	2018-05-23	20 年	原始取得	无
11	铁皮石斛叶总生物碱在制备化妆品中的应用	昆植所、北植科技	发明	2021111897010	2021-10-12	20 年	原始取得	无
12	一种铁皮石斛花香组合物及其制备方法和应用	昆植所、北植科技	发明	2021101800466	2021-02-09	20 年	原始取得	无
13	铁皮石斛叶生物碱的制备方法及其应用	昆植所、北植科技	发明	2020114536931	2020-12-12	20 年	原始取得	无
14	按压真空包装袋	北植科技	外观设计	2023300186265	2023-01-29	15 年	原始取得	无
15	包装瓶	北植科技	外观设计	2023303700797	2023-06-15	15 年	原始取得	无
16	包装瓶（方球）	北植科技	外观设计	2023301820864	2023-04-06	15 年	原始取得	无
17	包装瓶（蛋形）	北植科技	外观设计	2023301820883	2023-04-06	15 年	原始取得	无
18	包装瓶组件	北植科技	外观设计	2023300130931	2023-01-09	15 年	原始取得	无
19	包装瓶（美颜蛋）	北植科技	外观设计	2022308100978	2022-12-02	15 年	原始取得	无

[14] 该发明专利不再继续使用，待其自动失效，该专利状态为“等年费滞纳金”。

序号	专利名称	权利人	专利类型	专利号	专利申请日	权利期限	取得方式	他项权利
20	包装瓶	北植科技	外观设计	2023300138990	2023-01-09	15 年	原始取得	无
21	包装瓶（花型按压泡沫瓶）	北植科技	外观设计	2022308321294	2022-12-12	15 年	原始取得	无
22	包装瓶（真空按压）	北植科技	外观设计	2022308321203	2022-12-12	15 年	原始取得	无
23	包装瓶（2.0 眼）	北植科技	外观设计	2022308325806	2022-12-12	15 年	原始取得	无
24	包装瓶（兔子）	北植科技	外观设计	202230832128X	2022-12-12	15 年	原始取得	无
25	包装瓶（蛋形瓶）	北植科技	外观设计	2022308321383	2022-12-12	15 年	原始取得	无
26	化妆品瓶	北植科技	外观设计	2016301652093	2016-05-06	10 年	原始取得	无
27	化妆品瓶	北植科技	外观设计	201630165206X	2016-05-06	10 年	原始取得	无
28	包装瓶	北植科技	外观设计	2017306794856	2017-12-28	10 年	原始取得	无
29	包装瓶	北植科技	外观设计	2017306794697	2017-12-28	10 年	原始取得	无
30	包装瓶	北植科技	外观设计	201730678117X	2017-12-28	10 年	原始取得	无
31	包装瓶	北植科技	外观设计	2018300114853	2018-01-10	10 年	原始取得	无
32	包装瓶	北植科技	外观设计	2018301381758	2018-04-08	10 年	原始取得	无
33	包装瓶（2）	北植科技	外观设计	2018301787831	2018-04-26	10 年	原始取得	无
34	包装瓶（3）	北植科技	外观设计	201830237214X	2018-05-22	10 年	原始取得	无
35	包装瓶（4）	北植科技	外观设计	2018303383705	2018-06-28	10 年	原始取得	无
36	包装瓶（5）	北植科技	外观设计	2018306049716	2018-10-29	10 年	原始取得	无
37	包装瓶（6）	北植科技	外观设计	2018306050484	2018-10-29	10 年	原始取得	无
38	包装瓶（7）	北植科技	外观设计	2018306051237	2018-10-29	10 年	原始取得	无
39	包装盒	北植科技	外观设计	201830690046X	2018-11-30	10 年	原始取得	无
40	口红管	北植科技	外观设计	2019302799756	2019-05-31	10 年	原始取得	无
41	瓶子	北植科技	外观设计	2019302790022	2019-05-31	10 年	原始取得	无
42	包装瓶（8）	北植科技	外观设计	2019305230215	2019-09-24	10 年	原始取得	无
43	包装瓶（9）	北植科技	外观设计	2019305230200	2019-09-24	10 年	原始取得	无

序号	专利名称	权利人	专利类型	专利号	专利申请日	权利期限	取得方式	他项权利
44	包装瓶（侧面磁吸震动按摩器）	北植科技	外观设计	2020303826772	2020-07-15	10 年	原始取得	无
45	包装瓶（10）	北植科技	外观设计	2020304048595	2020-07-23	10 年	原始取得	无
46	海报（2）	北植科技	外观设计	2020305091357	2020-09-01	10 年	原始取得	无
47	海报（1）	北植科技	外观设计	2020305086683	2020-09-01	10 年	原始取得	无
48	展示柜套件（1)	北植科技	外观设计	2020305312044	2020-09-09	10 年	原始取得	无
49	洗面台	北植科技	外观设计	2020305311963	2020-09-09	10 年	原始取得	无
50	展示柜（3）	北植科技	外观设计	2020305311889	2020-09-09	10 年	原始取得	无
51	展示柜套件（2）	北植科技	外观设计	2020305309677	2020-09-09	10 年	原始取得	无
52	展示柜（2）	北植科技	外观设计	2020305309484	2020-09-09	10 年	原始取得	无
53	门头	北植科技	外观设计	2020305309446	2020-09-09	10 年	原始取得	无
54	收银台	北植科技	外观设计	2020305309412	2020-09-09	10 年	原始取得	无
55	展示柜（1）	北植科技	外观设计	2020305307031	2020-09-09	10 年	原始取得	无
56	店面	北植科技	外观设计	202030530626X	2020-09-09	10 年	原始取得	无
57	包装瓶（顶部磁吸震动按摩器）	北植科技	外观设计	2020306757793	2020-11-09	10 年	原始取得	无
58	包装瓶（12）	北植科技	外观设计	2020307331035	2020-11-30	10 年	原始取得	无
59	包装瓶（11）	北植科技	外观设计	2020307326643	2020-11-30	10 年	原始取得	无
60	展示架（2）	北植科技	外观设计	2020307353104	2020-12-01	10 年	原始取得	无
61	展示架（3）	北植科技	外观设计	2020307353072	2020-12-01	10 年	原始取得	无
62	展示架（5）	北植科技	外观设计	2020307353000	2020-12-01	10 年	原始取得	无
63	展示架（1）	北植科技	外观设计	2020307338335	2020-12-01	10 年	原始取得	无
64	展示架（6）	北植科技	外观设计	2020307338138	2020-12-01	10 年	原始取得	无
65	展示架（7）	北植科技	外观设计	2020307338119	2020-12-01	10 年	原始取得	无
66	展示架（4）	北植科技	外观设计	2020307338049	2020-12-01	10 年	原始取得	无

序号	专利名称	权利人	专利类型	专利号	专利申请日	权利期限	取得方式	他项权利
67	展示柜（5）	北植科技	外观设计	2020308027507	2020-12-25	10 年	原始取得	无
68	门头（2）	北植科技	外观设计	2020308027494	2020-12-25	10 年	原始取得	无
69	展示柜（6）	北植科技	外观设计	2020308027418	2020-12-25	10 年	原始取得	无
70	展示柜（8）	北植科技	外观设计	2020308027278	2020-12-25	10 年	原始取得	无
71	展示桌（3）	北植科技	外观设计	2020308027244	2020-12-25	10 年	原始取得	无
72	展示柜（9）	北植科技	外观设计	2020308027225	2020-12-25	10 年	原始取得	无
73	展示柜（4）	北植科技	外观设计	2020308026769	2020-12-25	10 年	原始取得	无
74	展示架（8)	北植科技	外观设计	202030802667X	2020-12-25	10 年	原始取得	无
75	展示桌	北植科技	外观设计	2020308026504	2020-12-25	10 年	原始取得	无
76	展示柜（7）	北植科技	外观设计	2020308026491	2020-12-25	10 年	原始取得	无
77	展示柜（11）	北植科技	外观设计	2020308026379	2020-12-25	10 年	原始取得	无
78	展示桌（2）	北植科技	外观设计	2020308026307	2020-12-25	10 年	原始取得	无
79	展示柜（10）	北植科技	外观设计	202030802628X	2020-12-25	10 年	原始取得	无
80	展示桌（4）	北植科技	外观设计	2020308026222	2020-12-25	10 年	原始取得	无
81	展示柜（18）	北植科技	外观设计	2020308026203	2020-12-25	10 年	原始取得	无
82	展架组件（2）	北植科技	外观设计	2020308026148	2020-12-25	10 年	原始取得	无
83	店面(2)	北植科技	外观设计	2020308026129	2020-12-25	10 年	原始取得	无
84	展架组件（1）	北植科技	外观设计	202030802610X	2020-12-25	10 年	原始取得	无
85	展示柜（12）	北植科技	外观设计	2020308026097	2020-12-25	10 年	原始取得	无
86	展示柜（14）	北植科技	外观设计	2020308025963	2020-12-25	10 年	原始取得	无
87	展示柜（13）	北植科技	外观设计	2020308025821	2020-12-25	10 年	原始取得	无
88	展示桌（5）	北植科技	外观设计	2020308025728	2020-12-25	10 年	原始取得	无
89	展示柜（16）	北植科技	外观设计	2020308025588	2020-12-25	10 年	原始取得	无
90	展示柜（15）	北植科技	外观设计	2020308025554	2020-12-25	10 年	原始取得	无

序号	专利名称	权利人	专利类型	专利号	专利申请日	权利期限	取得方式	他项权利
91	展示柜（17）	北植科技	外观设计	202030802554X	2020-12-25	10 年	原始取得	无
92	展架组件（3）	北植科技	外观设计	2020308025535	2020-12-25	10 年	原始取得	无
93	展柜组件	北植科技	外观设计	2020308025446	2020-12-25	10 年	原始取得	无
94	门头（3）	北植科技	外观设计	2020308025342	2020-12-25	10 年	原始取得	无
95	美容按摩扣	北植科技	外观设计	202130077782X	2021-02-03	10 年	原始取得	无
96	包装瓶（13）	北植科技	外观设计	202130077768X	2021-02-03	10 年	原始取得	无
97	包装瓶（14）	北植科技	外观设计	2021300777660	2021-02-03	10 年	原始取得	无
98	包装瓶组件	北植科技	外观设计	2021300777321	2021-02-03	10 年	原始取得	无
99	展示台	北植科技	外观设计	2021302530588	2021-04-28	10 年	原始取得	无
100	包装瓶（16）	北植科技	外观设计	2022302144258	2022-04-15	15 年	原始取得	无
101	包装瓶（15）	北植科技	外观设计	202230214076X	2022-04-15	15 年	原始取得	无
102	包装瓶（17）	北植科技	外观设计	2022302556474	2022-04-30	15 年	原始取得	无
103	包装瓶（染发慕斯）	北植科技	外观设计	2022307505375	2022-11-10	15 年	原始取得	无
104	包装瓶	北植科技、楚成塑胶制品（江门）有限公司	外观设计	2017306794625	2017-12-28	10 年	原始取得	无
105	包装瓶	北植科技、楚成塑胶制品（江门）有限公司	外观设计	2017306793302	2017-12-28	10 年	原始取得	无
106	一种内置柔性袋的容器	北植科技	实用新型	2023215053260	2023-06-13	10 年	原始取得	无
107	一种多腔容器	北植科技	实用新型	2023213605011	2023-05-31	10 年	原始取得	无
108	一种包装瓶	北植科技	实用新型	2023215303976	2023-06-15	10 年	原始取得	无
109	一种轻便型泵压式容器	北植科技、绍兴市嘉禾塑料制品有限公司	实用新型	2023201581162	2023-02-08	10 年	原始取得	无

序号	专利名称	权利人	专利类型	专利号	专利申请日	权利期限	取得方式	他项权利
110	一种气雾剂喷头和染发慕斯容器	北植科技	实用新型	2022232399994	2022-12-02	10 年	原始取得	无
111	弹跳型勺盖组合	楚成塑胶制品（江门）有限公司、北植科技	实用新型	202222451684X	2022-09-15	10 年	原始取得	无
112	一种防止乳液凝固的化妆瓶	北植科技、上海英宇包装科技有限公司	实用新型	2022221804489	2022-08-18	10 年	原始取得	无
113	一种具有磁吸结构的包装瓶	北植科技	实用新型	202021387094X	2020-07-15	10 年	原始取得	无
114	一种顶部具有磁吸结构的包装瓶	北植科技	实用新型	202022572535X	2020-11-09	10 年	原始取得	无
115	一种储物式盖子及包装容器	北植科技	实用新型	2020228406375	2020-12-01	10 年	原始取得	无
116	一种防晒护肤品的包装瓶	北植科技	实用新型	2021203043822	2021-02-03	10 年	原始取得	无
117	带勺的化妆品瓶	北植科技、楚成塑胶制品（江门）有限公司	实用新型	2017218723714	2017-12-28	10 年	原始取得	无
118	化妆品包装瓶	北植科技、上海英宇包装科技有限公司	实用新型	2022207673854	2022-03-31	10 年	原始取得	无
119	一种出料效果好的化妆品包装瓶	北植科技、上海英宇包装科技有限公司	实用新型	2022207671882	2022-03-31	10 年	原始取得	无
120	一种含铁皮石斛提取物的洁面乳及其制备方法	广东植物医生	发明	2021110385941	2021-09-06	20 年	原始取得	无
121	一种面部皮肤角质更新促进剂及其应用	广东植物医生	发明	2021107014255	2021-06-23	20 年	原始取得	无
122	一种即时紧致去皱美白面膜液及其制备方法和应用	广东植物医生	发明	2021106997269	2021-06-23	20 年	原始取得	无
123	一种具有细致毛孔和提亮肤色功能的组合	广东植物医生	发明	2021105931122	2021-05-28	20 年	原始取得	无

序号	专利名称	权利人	专利类型	专利号	专利申请日	权利期限	取得方式	他项权利
	物及其应用							
124	一种含铁皮石斛提取物的清凉防晒气垫及其制备方法	广东植物医生	发明	2019104719505	2019-05-31	20 年	原始取得	无
125	一种精华素生产装置及精华素生产方法	广东植物医生	发明	2019102165410	2019-03-21	20 年	受让取得	无
126	一种超声波及微波提取系统及工艺	广东植物医生	发明	2014102769973	2014-06-20	20 年	受让取得	无
127	一种具有补水和修复功效的中药组合物及其制备方法	北植科技、北京东方淼森生物科技有限公司	发明	2018100175752	2018-01-09	20 年	原始取得	无
128	一种含铁皮石斛提取物的凝露及其制备方法	北植科技	发明	2021111828650	2021-10-11	20 年	受让取得	无
129	一种眼部肌底液及其制备方法	广东植物医生	发明	2022109674023	2022-08-12	20 年	原始取得	无
130	一种精华油及其制备工艺	广东植物医生	发明	2022112464389	2022-10-12	20 年	原始取得	无
131	一种舒缓、抗衰面霜及其制备方法	广东植物医生	发明	2023100247179	2023-01-09	20 年	原始取得	无
132	一种保湿、抗氧化、舒缓组合物及其应用	广东植物医生	发明	2022109683681	2022-08-12	20 年	原始取得	无
133	一种面部精华液及其制备工艺	广东植物医生	发明	202211175571X	2022-09-26	20 年	原始取得	无
134	一种淡化黑眼圈、提拉皮肤的眼霜及其制备方法	广东植物医生	发明	2023102119438	2023-03-07	20 年	原始取得	无
135	光保护植物提取组合物及其应用	广东植物医生	发明	2023100686091	2023-02-06	20 年	原始取得	无
136	一种洁面乳及其制备工艺	广东植物医生	发明	2022110480885	2022-08-30	20 年	原始取得	无
137	包装瓶	广东植物医生	外观设计	2017306793035	2017-12-28	10 年	原始取得	无
138	包装瓶	广东植物医生	外观设计	2017306788164	2017-12-28	10 年	原始取得	无

序号	专利名称	权利人	专利类型	专利号	专利申请日	权利期限	取得方式	他项权利
139	包装瓶	广东植物医生	外观设计	2017306787759	2017-12-28	10 年	原始取得	无
140	一种用于化妆品生产的面膜机	广东植物医生	实用新型	2017213707753	2017-10-19	10 年	原始取得	无
141	一种用于化妆品生产的软管灌装设备	广东植物医生	实用新型	2017213518319	2017-10-19	10 年	原始取得	无
142	一种用于化妆品生产的面膜加工机	广东植物医生	实用新型	2017213509339	2017-10-19	10 年	原始取得	无
143	一种用于化妆品生产的热缩袋包装设备	广东植物医生	实用新型	2017213518357	2017-10-19	10 年	原始取得	无
144	一种用于化妆品生产的便于清洗的乳化设备	广东植物医生	实用新型	2017213518624	2017-10-19	10 年	原始取得	无
145	一种用于化妆品生产的乳化设备	广东植物医生	实用新型	2017213518484	2017-10-19	10 年	原始取得	无
146	一种用于化妆品生产的灌装送料机构	广东植物医生	实用新型	201721351847X	2017-10-19	10 年	原始取得	无
147	一种用于化妆品生产的分散机设备	广东植物医生	实用新型	2017213518662	2017-10-19	10 年	原始取得	无
148	一种用于化妆品生产的原料自动升降分散机	广东植物医生	实用新型	2017213707734	2017-10-19	10 年	原始取得	无
149	一种用于化妆品生产的自动灌装设备	广东植物医生	实用新型	2017213518520	2017-10-19	10 年	原始取得	无
150	一种稳定、亲肤、保湿洁面乳及其制备方法、应用	北植科技	发明	2022116235637	2022-12-16	20 年	原始取得	无
151	咔啉生物碱在制备抗 UVB 辐射制剂中的应用	昆植所、北植科技	发明	2021111266441	2021-9-26	20 年	原始取得	无
152	门头（5）	北植科技	外观设计	2023303987301	2023-6-28	15 年	原始取得	无
153	门头（4）	北植科技	外观设计	2023303987212	2023-6-28	15 年	原始取得	无
154	一种滚珠按摩仪	北植科技	实用新型	2022235432941	2022-12-27	10 年	受让取得	无

序号	专利名称	权利人	专利类型	专利号	专利申请日	权利期限	取得方式	他项权利
155	一种可促进眼霜吸收的按摩仪	北植科技	实用新型	2022234112819	2022-12-16	10 年	受让取得	无
156	一种紧致、抗皱组合物及其应用	广东植物医生	发明	202311431831X	2023-10-31	20 年	原始取得	无
157	植物来源的防晒增效组合物、防晒产品、制备方法和应用	广东植物医生	发明	2023114960138	2023-11-9	20 年	原始取得	无
158	一种具有美白功效的松茸提取物及其制备方法	云南英格生物技术有限公司、北植科技	发明	202411074902X	2024-8-7	20 年	原始取得	无
159	一种旋转包装瓶	北植科技	实用新型	2024205155385	2024-3-15	10 年	原始取得	无
160	一种扁核木油脱臭装置	昆植所、北植科技	实用新型	2024203287996	2024-2-22	10 年	原始取得	无
161	一种含有雪莲花提取物的组合物及其制备方法	北植科技	发明	2024101898237	2024-2-20	20 年	受让取得	无
162	一种美白淡斑水溶性组合物及其制备方法	北植科技	发明	2024101211183	2024-1-29	20 年	受让取得	无
163	人偶摆件（紫灵芝龙宝公仔）	古德智造文化创意（上海）有限公司、北植科技	外观设计	2024300478501	2024-1-24	15 年	原始取得	无
164	人偶摆件（雪莲龙宝公仔）	古德智造文化创意（上海）有限公司、北植科技	外观设计	2024300418271	2024-1-22	15 年	原始取得	无
165	人偶摆件（松茸龙宝公仔）	古德智造文化创意（上海）有限公司、北植科技	外观设计	2024300381826	2024-1-19	15 年	原始取得	无
166	人偶摆件（石斛兰龙宝公仔）	古德智造文化创意（上海）有限公司、北植科技	外观设计	2024300313636	2024-1-17	15 年	原始取得	无
167	人偶摆件（山茶花龙宝公	古德智造文化创意	外观设计	2024300256154	2024-1-15	15 年	原始取得	无

序号	专利名称	权利人	专利类型	专利号	专利申请日	权利期限	取得方式	他项权利
	仔）	（上海）有限公司、北植科技						
168	人偶摆件（积雪草龙宝公仔）	古德智造文化创意（上海）有限公司、北植科技	外观设计	2024300218241	2024-1-12	15 年	原始取得	无
169	人偶摆件（虫草龙宝公仔）	古德智造文化创意（上海）有限公司、北植科技	外观设计	2024300157407	2024-1-10	15 年	原始取得	无
170	眼霜包装瓶	北植科技	外观设计	2024300105277	2024-1-8	15 年	原始取得	无
171	震动按摩仪	北植科技	外观设计	2024300105243	2024-1-8	15 年	原始取得	无
172	一种滚珠按摩仪	北植科技	实用新型	2024200463695	2024-1-8	10 年	原始取得	无
173	一种化妆瓶	北植科技	实用新型	2023232776379	2023-12-1	10 年	原始取得	无
174	双保鲜真空瓶	北植科技	外观设计	2023307922607	2023-12-1	15 年	原始取得	无
175	一种双保鲜真空瓶	北植科技	实用新型	2023232781521	2023-12-1	10 年	原始取得	无
176	一种新型包装容器	北植科技	实用新型	2023232341589	2023-11-29	10 年	原始取得	无
177	一种含青刺果油的组合物制备方法及应用	广东植物医生	发明	202410811978X	2024-6-21	20 年	原始取得	无
178	一种紧致、抗衰组合物制备方法及其应用	广东植物医生	发明	202410623161X	2024-5-20	20 年	原始取得	无
179	一种含高山天麻的精华油制备及其应用	广东植物医生	发明	2024104937341	2024-4-23	20 年	原始取得	无
180	一种滋养、抗皱面霜制备及其应用	广东植物医生	发明	2024104228595	2024-4-9	20 年	原始取得	无
181	一种美白植物组合物及其应用	广东植物医生	发明	2024102898747	2024-3-14	20 年	原始取得	无
182	一种舒缓、保湿、修护组合物及其应用	广东植物医生	发明	2024102443775	2024-3-4	20 年	原始取得	无
183	一种抗糖化、抗氧化组合物及其应用	广东植物医生	发明	2023115465496	2023-11-20	20 年	原始取得	无

序号	专利名称	权利人	专利类型	专利号	专利申请日	权利期限	取得方式	他项权利
184	一种控油植物组合物及其应用	广东植物医生	发明	2024105778183	2024-5-10	20 年	原始取得	无
185	一种紧致、抗皱植物组合物制备方法及其应用	广东植物医生	发明	2024103596104	2024-3-27	20 年	原始取得	无
186	包装盒	北植科技	外观设计	2024302301949	2021-9-24	15 年	原始取得	无
187	包装盒	北植科技	外观设计	2021306347149	2021-9-24	15 年	原始取得	无
188	一种低刺激、美白、护肤面膜及其制备方法	北植科技	发明	202211731762X	2022-12-30	20 年	原始取得	无
189	一种美白祛斑、平滑肌肤和保湿精华液及其制备方法	北植科技	发明	2022115056610	2022-11-29	20 年	原始取得	无
190	一种铁皮石斛原液及其制备方法和应用	北植科技	发明	2021102471216	2021-3-5	20 年	受让取得	无
191	一种铁皮石斛寡糖、铁皮石斛寡糖衍生物及其制备方法和应用	北植科技	发明	202110247117X	2021-3-5	20 年	受让取得	无
192	一种出料效果好的化妆品包装瓶	北植科技、上海英宇包装科技有限公司	实用新型	2021219654544	2021-8-20	10 年	受让取得	无
193	一款眼霜包材	上海英宇包装科技有限公司，北植科技	实用新型	202120361018X	2021-2-9	10 年	原始取得	无
194	一种具有转轴内藏式翻盖的容器	上海英宇包装科技有限公司，北植科技	实用新型	2021203611426	2021-2-9	10 年	受让取得	无
195	化妆品容器	北植科技	外观设计	2024303877433	2024-06-24	15 年	原始取得	无
196	一种按压出料真空瓶	北植科技	实用新型	2023234357011	2023-12-15	10 年	原始取得	无
197	快装式可替换内瓶的化妆品容器	北植科技	实用新型	2024212124790	2024-05-30	10 年	原始取得	无
198	具有美白、舒缓功效的盐肤	昆植所、北植科技	发明	2025101739822	2025-02-18	20 年	原始取得	无

序号	专利名称	权利人	专利类型	专利号	专利申请日	权利期限	取得方式	他项权利
	木皮提取物及制备方法及应用							
199	桑白皮中一种美白和抗光损伤的天然分子及其制备方法	昆植所、北植科技	发明	202411783551X	2024-12-06	20 年	原始取得	无
200	一种舒缓修护组合物	北植科技	发明	2024109236371	2024-07-10	20 年	原始取得	无
201	一种新型的化妆品容器	北植科技	实用新型	2024214472628	2024-06-24	10 年	原始取得	无
202	一种可替换内瓶的化妆品容器	北植科技	实用新型	202421447269X	2024-06-24	10 年	原始取得	无
203	美白组合物	北植科技	发明	2024107197599	2024-06-05	20 年	原始取得	无
204	弹跳型勺盖组合	楚成塑胶制品（江门）有限公司、北植科技	发明	2022111229678	2022-09-15	20 年	原始取得	无
205	一种含改善眼部肌肤问题功效组合物的眼霜及其制备方法	广东植物医生	发明	2024116752064	2024-11-21	20 年	原始取得	无
206	一种含有紧致抗皱组合物的精华液及其制备方法	北植科技	发明	202311489173X	2023-11-09	20 年	原始取得	无
207	天山雪莲中用于美白或/和抗衰老的 8α-羟基-11β,13-二氢去氢木香内酯倍半萜内酯、应用	北植科技、昆植所	发明	2024110795386	2024-08-07	20 年	原始取得	无
208	铁皮石斛低聚糖的降解方法、铁皮石斛降解多糖及其用途	北植科技	发明	2024114070342	2024-10-10	20 年	原始取得	无
209	一种控油敛肤组合物及其制备方法和应用	北植科技	发明	2024116570916	2024-11-19	20 年	原始取得	无
210	用于促进细胞中抗氧化酶 CAT 表达的天山雪莲倍半萜	北植科技、昆植所	发明	2024116026772	2024-11-11	20 年	原始取得	无

序号	专利名称	权利人	专利类型	专利号	专利申请日	权利期限	取得方式	他项权利
	内酯化合物及其应用							
211	一种紫芝提取物及其制备方法	北京东方淼森生物科技有限公司、北植科技	发明	2024117960825	2024-12-09	20 年	原始取得	无
212	抑制抗坏血酸葡糖苷变色的组合物及其在抗氧化护肤品中的应用	北植科技	发明	2025100648756	2025-01-15	20 年	原始取得	无
213	一种控油祛痘组合物	广东植物医生	发明	2025102298460	2025-02-28	20 年	原始取得	无
214	化妆品包装瓶（按摩款）	北植科技	外观设计	2025300725429	2025-02-19	15 年	原始取得	无
215	便携式按摩仪	北植科技	外观设计	2025300725397	2025-02-19	15 年	原始取得	无
216	一种抗皱紧致组合物及其应用	广东植物医生	发明	2025104557987	2025-04-11	20 年	原始取得	无
217	一种植物抗衰组合物及其在化妆品中的应用	广东植物医生	发明	2025102448839	2025-03-04	20 年	原始取得	无
218	一种舒缓修红、抵御蓝光、晒后修复的组合物	北植科技	发明	2025104350746	2025-04-08	20 年	原始取得	无
219	一种含有松茸的抗衰组合物及其制备方法	北植科技	发明	2023113315831	2023-10-16	20 年	原始取得	无
220	一种包装瓶	北植科技	发明	2023107142182	2023-06-15	20 年	原始取得	无
221	一种月季花/二裂酵母发酵组合物及保湿控油组合物	北植科技	发明	2023113315333	2023-10-16	20 年	原始取得	无

（四）公司及其子公司已取得的境外专利

序号	专利名称	权利人	注册地	专利类型	专利号	专利申请日	权利期限	取得方式	他项权利
1	アイクリーム包装材	北植科技、上海英宇包装科技有限公司	日本	实用新型	JP 2022-600150	2022-1-21	10 年	原始取得	无
2	MATERIEL D'EMBALLAGE DE CREME POUR	北植科技、上海英宇包装科技有限公司	法国	实用新型	FR2211254	2022-10-28	10 年	原始取得	无

序号	专利名称	权利人	注册地	专利类型	专利号	专利申请日	权利期限	取得方式	他项权利
	LES YEUX								
3	Dendrobium officinale oligosaccharide, dendrobium officinale oligosaccharide derivative and preparation method and use thereof	北植科技、昆植所	欧洲、英国（生效国）、法国（生效国）	发明	EP2021876726	2021-11-9	20年	原始取得	无
4	DENDROBIUM-OFFICINALE-OLIGOSACCHARID, DENDROBIUM-OFFICINALE-OLIGOSACCHARID-DERIVAT SOWIE HERSTELLUNGSVERFAHREN DAFÜR UND VERWENDUNG DAVON	北植科技、昆植所	德国	发明	DE602021024037	2021-11-9	20年	原始取得	无
5	EYE CREAM PACKAGING MATERIAL	北植科技、上海英宇包装科技有限公司	美国	发明	US012446678B2	2022-01-21	20年	原始取得	无

（五）公司及其子公司已取得的著作权

1、软件作品著作权

序号	软件名称	权利人	证书号	登记号	首次发表日期	权利期限	取得方式
1	明弘零售快销直发订货系统 V1.0	北植科技	软著变补字第202024594号	2017SR542231	2017-01-18	自首次发表日起50年	原始取得
2	明弘物流管理WMS系统 V1.0	北植科技	软著变补字第202024591号	2017SR524837	2014-04-07	自首次发表日起50年	原始取得
3	明弘产品专卖会员管理系统 V1.0	北植科技	软著变补字第202024596号	2017SR524828	2014-07-25	自首次发表日起50年	原始取得
4	明弘全渠道促销系统 V1.0	北植科技	软著变补字第202024603号	2017SR524814	2016-05-23	自首次发表日起50年	原始取得
5	明弘数据分析支撑平台 V1.0	北植科技	软著变补字第202024604号	2017SR524808	2016-01-08	自首次发表日起50年	原始取得
6	明弘直发订货App软件 V1.0	北植科技	软著变补字第202024595号	2017SR524738	2015-11-30	自首次发表日起50年	原始取得
7	明弘品牌活动移动传播系统 V1.0	北植科技	软著变补字第202024597号	2017SR524490	2015-10-29	自首次发表日起50年	原始取得
8	明弘全价值供应链管理系统平台 V1.0	北植科技	软著变补字第202024598号	2017SR524497	2016-10-10	自首次发表日起50年	原始取得
9	明弘收银系统	北植科技	软著变补字第	2017SR524624	2014-09-17	自首次发表	原始

序号	软件名称	权利人	证书号	登记号	首次发表日期	权利期限	取得方式
	V1.0		202024602 号			日起 50 年	取得
10	明弘智能订货分析系统 V1.0	北植科技	软著变补字第 202024593 号	2017SR524645	2016-11-25	自首次发表日起 50 年	原始取得
11	明弘产品品质管理系统 V1.0	北植科技	软著变补字第 202024601 号	2017SR524639	2014-12-05	自首次发表日起 50 年	原始取得
12	明弘产品研发管理平台 V1.0	北植科技	软著变补字第 202024592 号	2017SR524635	2015-06-22	自首次发表日起 50 年	原始取得
13	明弘网络问卷调查评价系统 V1.0	北植科技	软著变补字第 202024590 号	2017SR524844	2015-11-23	自首次发表日起 50 年	原始取得
14	明弘产品试验管理系统 V1.0	北植科技	软著变补字第 202024600 号	2017SR524613	2016-07-29	自首次发表日起 50 年	原始取得
15	明弘产品功效评价分析系统 V1.0	北植科技	软著变补字第 202024599 号	2017SR524802	2016-10-18	自首次发表日起 50 年	原始取得
16	明弘科技智能订货分析系统 2.0	北植科技	软著登字第 5958139 号	2020SR1079443	2018-01-18	自首次发表日起 50 年	受让取得
17	明弘科技数据分析支撑平台 2.0	北植科技	软著登字第 5958112 号	2020SR1079416	2018-01-19	自首次发表日起 50 年	受让取得
18	明弘科技产品专卖会员管理系统 2.0	北植科技	软著登字第 5958132 号	2020SR1079436	2018-01-23	自首次发表日起 50 年	受让取得
19	明弘科技收银系统 2.0	北植科技	软著登字第 5958119 号	2020SR1079423	2018-02-02	自首次发表日起 50 年	受让取得
20	明弘科技产品品质管理系统 2.0	北植科技	软著登字第 5958125 号	2020SR1079429	2018-02-06	自首次发表日起 50 年	受让取得
21	植物医生进销存管理系统 V1.0	北植科技	软著登字第 6591625 号	2020SR1788623	未发表	/	原始取得
22	植物医生积分商城系统 V3.0	北植科技	软著登字第 8146918 号	2021SR1424292	未发表	/	原始取得
23	植物医生美导助手系统 V1.0	北植科技	软著登字第 8146917 号	2021SR1424291	未发表	/	原始取得
24	明弘连锁直发通系统 V3.0	北植科技	软著登字第 8172623 号	2021SR1449997	未发表	/	原始取得
25	明弘连锁直发通系统 V2.0	北植科技	软著登字第 5958088 号	2020SR1079392	未发表	/	受让取得
26	明弘连锁门店一体化管理系统 V1.0	北植科技	软著登字第 5958068 号	2020SR1079372	未发表	/	受让取得
27	明弘物流管理 WMS 系统 V2.0	北植科技	软著登字第 5958095 号	2020SR1079399	未发表	/	受让取得
28	DRPLANT 植物医生小程序 V1.0	北植科技	软著登字第 5958083 号	2020SR1079387	未发表	/	受让取得
29	明弘科技产品专卖会员管理系统 V3.0	北植科技	软著登字第 5958105 号	2020SR1079409	未发表	/	受让取得
30	明弘植物医生供应链系统 V1.0	北植科技	软著登字第 5958076 号	2020SR1079380	未发表	/	受让取得
31	植物医生直订 APPV1.0	北植科技	软著登字第 10370800 号	2022SR1416601	未发表	/	原始取得

序号	软件名称	权利人	证书号	登记号	首次发表日期	权利期限	取得方式
32	植物医生社群营销系统 V1.0	北植科技	软著登字第 10400389 号	2022SR1446190	2022-08-15	自首次发表日起 50 年	原始取得
33	植物医生门店商城运营平台 V1.0	北植科技	软著登字第 10439910 号	2022SR1485711	2022-07-10	自首次发表日起 50 年	原始取得
34	植物医生文档管理中心系统 V1.0	北植科技	软著登字第 10439908 号	2022SR1485709	2022-07-25	自首次发表日起 50 年	原始取得
35	植物医生运营报表决策平台 V1.0	北植科技	软著登字第 10574144 号	2022SR1619945	2022-11-01	自首次发表日起 50 年	原始取得
36	植物医生服务中间平台 V1.0	北植科技	软著登字第 10591824 号	2023SR0004653	2022-07-13	自首次发表日起 50 年	原始取得
37	植物医生会员商城系统 V1.0	北植科技	软著登字第 10593630 号	2023SR0006459	2022-08-10	自首次发表日起 50 年	原始取得
38	植物医生智能推荐订货系统 V1.0	北植科技	软著登字第 10574219 号	2022SR1620020	2022-11-01	自首次发表日起 50 年	原始取得
39	植物医生门店管理运营平台 V1.0	北植科技	软著登字第 10593655 号	2023SR0006484	2022-07-10	自首次发表日起 50 年	原始取得
40	植物医生门店销售系统 V1.0	北植科技	软著登字第 10591825 号	2023SR0004654	2022-08-18	自首次发表日起 50 年	原始取得
41	植物医生文档合同管理系统 V1.0	北植科技	软著登字第 10593632 号	2023SR0006461	2022-07-30	自首次发表日起 50 年	原始取得
42	植物医生社群管理系统 V1.0	北植科技	软著登字第 10588698 号	2023SR0001527	2022-08-15	自首次发表日起 50 年	原始取得
43	植物医生小植商城小程序系统 V1.0	北植科技	软著登字第 10574143 号	2022SR1619944	2022-11-01	自首次发表日起 50 年	原始取得
44	植物医生产品周期管理系统 V1.0	北植科技	软著登字第 10579722 号	2022SR1625523	2022-11-01	自首次发表日起 50 年	原始取得
45	植物医生积分商城系统 V4.0	北植科技	软著登字第 10643488 号	2023SR0056317	2022-08-10	自首次发表日起 50 年	原始取得
46	植物医生门店快送系统 V1.0	北植科技	软著登字第 10929501 号	2023SR0342330	未发表	/	原始取得
47	植物医生小植商城小程序系统 V2.0	北植科技	软著登字第 10929457 号	2023SR0342286	未发表	/	原始取得
48	植物医生小植商城运营管理平台 V1.0	北植科技	软著登字第 11521054 号	2023SR0933881	未发表	/	原始取得
49	植物医生积分商城小程序系统 V1.0	北植科技	软著登字第 11721541 号	2023SR1134368	2023-03-01	自首次发表日起 50 年	原始取得
50	植物医生企业人力管理系统 1.0	北植科技	软著登字第 12594048 号	2024SR0190175	未发表	/	原始取得
51	植物医生直订运营管理系统 1.0	北植科技	软著登字第 12492296 号	2024SR0088423	2023-10-01	自首次发表日起 50 年	原始取得
52	美丽动力进销存管理系统 V1.0	美丽动力	软著登字第 7306428 号	2021SR0583802	未发表	/	原始取得
53	植物医生美导助手 APP（Android	北植科技	软著登字第 12909084 号	2024SR0505211	2023/7/20	自首次发表日起 50 年	原始取得

序号	软件名称	权利人	证书号	登记号	首次发表日期	权利期限	取得方式
	版）V1.0						
54	植物医生美导助手 APP（iOS 版）V1.0	北植科技	软著登字第 12909071 号	2024SR0505198	2023/7/20	自首次发表日起 50 年	原始取得
55	植物医生小植 APP（iOS 版）V1.0	北植科技	软著登字第 12714188 号	2024SR0310315	未发表	/	原始取得
56	植物医生小植 APP（Android 版）V1.0	北植科技	软著登字第 12658585 号	2024SR0254712	未发表	/	原始取得
57	植物医生直订应用系统（IOS 版）1.0	北植科技	软著登字第 12647911 号	2024SR0244038	2023/10/1	自首次发表日起 50 年	原始取得
58	植物医生直订应用系统（PC 版）1.0	北植科技	软著登字第 12646225 号	2024SR0242352	2023/10/1	自首次发表日起 50 年	原始取得
59	植物医生库存控制系统 V1.0	北植科技	软著登字第 10591826 号	2023SR0004655	2022/4/4	自首次发表日起 50 年	原始取得
60	植物医生美导管理平台 V1.0	北植科技	软著登字第 10591828 号	2023SR0004657	2022/5/5	自首次发表日起 50 年	原始取得
61	植物医生商品质量反馈系统 V1.0	北植科技	软著登字第 10591827 号	2023SR0004656	2022/3/7	自首次发表日起 50 年	原始取得
62	植物医生库存管理系统 V1.0	北植科技	软著登字第 13817345 号	2024SR1413472	2023/2/16	自首次发表日起 50 年	原始取得
63	植物医生门户系统 V1.0	北植科技	软著登字第 13817996 号	2024SR1414123	2024/1/1	自首次发表日起 50 年	原始取得
64	植物医生物流管理系统 V1.0	北植科技	软著登字第 13813524 号	2024SR1409651	2023/4/1	自首次发表日起 50 年	原始取得
65	植物医生美导助手运营平台 V1.0	北植科技	软著登字第 13813530 号	2024SR1409657	2023/12/1	自首次发表日起 50 年	原始取得
66	植物医生 BI 报表系统 V1.0	北植科技	软著登字第 15234008 号	2025SR0577810	2023/10/1	自首次发表日起 50 年	原始取得
67	植物医生财务推单系统 V1.0	北植科技	软著登字第 15234104 号	2025SR0577906	2023/10/1	自首次发表日起 50 年	原始取得
68	植物医生会员综合管理系统 V1.0	北植科技	软著登字第 15234094 号	2025SR0577896	2023/10/1	自首次发表日起 50 年	原始取得
69	植物医生客服工单系统 V1.0	北植科技	软著登字第 15234035 号	2025SR0577837	2023/10/1	自首次发表日起 50 年	原始取得
70	植物医生门店管理系统 V1.0	北植科技	软著登字第 15233980 号	2025SR0577782	2024/4/1	自首次发表日起 50 年	原始取得
71	植物医生直订应用系统（IOS 版）[简称：直订 APP（iOS）]2.0	北植科技	软著登字第 16700207 号	2025SR2044009	**2025/8/1**	**自首次发表日起 50 年**	原始取得
72	**植物医生美导助手 APP（iOS 版）**	**北植科技**	**软著登字第 17097594 号**	**2025SR2441396**	**2025/8/1**	**自首次发表日起 50 年**	**原始取得**
73	**植物医生美导助手 APP（Android 版）**	**北植科技**	**软著登字第 16973934 号**	**2025SR2317736**	**2025/8/1**	**自首次发表日起 50 年**	**原始取得**

序号	软件名称	权利人	证书号	登记号	首次发表日期	权利期限	取得方式
74	植物医生直订 APP	北植科技	软著登字第 16830526 号	2025SR2174328	2025/8/1	自首次发表日起 50 年	原始取得
75	植物医生直订应用系统（PC 版）	北植科技	软著登字第 16830293 号	2025SR2174095	2025/8/1	自首次发表日起 50 年	原始取得

2、美术作品著作权

序号	作品名称	权利人	登记号	作品类别	登记日期	首次发表日期	取得方式
1	植物医生	北植科技	国作登字-2020-A-00030843	文字作品	2020-12-30	2020-09-25	原始取得
2	中科 1 号	北植科技	国作登字-2025-F-SZ00540707	美术作品	2025-10-10	2025-08-01	原始取得
3	美肤能量	北植科技	国作登字-2025-F-SZ00556573	美术作品	2025-12-26	2014-01-01	原始取得
4	明星肌密 LOGO	北植科技	国作登字-2025-F-SZ00549912	美术作品	2025-11-24	2014-01-01	原始取得

（六）公司及其子公司已取得的《特殊化妆品注册证》

序号	产品名称	持证人	注册证号	产品类别	有效期至
1	DR PLANT男士清爽倍护防晒露	北植科技	国妆特字20230638	防晒类	2028-03-01
2	DR PLANT冰爽沁凉防晒泡泡	北植科技	国妆特字20230637	防晒类	2028-03-01
3	DR PLANT轻盈水感防晒喷雾	北植科技	国妆特字20230636	防晒类	2028-03-01
4	DR PLANT轻薄倍护物理防晒露	北植科技	国妆特字20230635	防晒类	2028-03-01
5	DR PLANT防水轻透防晒露	北植科技	国妆特字20230634	防晒类	2028-03-01
6	DR PLANT防水清透防晒露	北植科技	国妆特字G20212328	防晒类	2026-07-04
7	DR PLANT防水轻透美白防晒露	北植科技	国妆特字G20212377	防晒类，祛斑美白类	2026-07-04
8	DR PLANT清透修护防晒乳	北植科技	国妆特字20231721	防晒类	2028-05-29
9	DR PLANT 沁白玉颜精华液	北植科技	国妆特字G20191736	祛斑美白类	2028-11-07
10	DR PLANT 沁白玉颜面霜	北植科技	国妆特字G20191739	祛斑美白类	2028-11-07
11	DR PLANT 沁白玉颜精华乳	北植科技	国妆特字G20210713	祛斑美白类	2031-03-09
12	DR PLANT 沁白玉颜精粹水	北植科技	国妆特字G20191737	祛斑美白类	2028-11-07
13	DR PLANT美白淡斑雪花精华液	北植科技	国妆特字G20180708	祛斑美白类	2027-06-27

序号	产品名称	持证人	注册证号	产品类别	有效期至
14	DR PLANT美白淡斑精萃水	北植科技	国妆特字G20180799	祛斑美白类	2027-07-19
15	DR PLANT美白淡斑精华露	北植科技	国妆特字G20180707	祛斑美白类	2027-06-27
16	DR PLANT雪莲美白淡斑美容霜	北植科技	国妆特字G20180704	祛斑美白类	2027-06-27
17	DR PLANT美白祛斑面霜	北植科技	国妆特字G20180703	祛斑美白类	2027-06-27
18	DR PLANT美白淡斑柔肤乳	北植科技	国妆特字G20180706	祛斑美白类	2027-06-27
19	DR PLANT雪莲美白淡斑肌底油	北植科技	国妆特字G20180262	祛斑美白类	2027-03-19
20	DR PLANT轻润隐形温和防晒露	北植科技	国妆特字20223214	防晒类	2027-10-30
21	DR PLANT轻透靓白防晒露	北植科技	国妆特字20232636	祛斑美白类，防晒类	2028-06-19
22	DR PLANT轻透云感防晒泡泡	北植科技	国妆特字20232513	防晒类	2028-06-19
23	DR PLANT自然丝柔防晒乳	北植科技	国妆特字G20190660	防晒类	2028-06-20
24	DR PLANT臻萃亮白面膜	北植科技	国妆特字G20190692	祛斑美白类	2028-06-20
25	DR PLANT美白淡斑亮肤水	北植科技	国妆特字20231603	祛斑美白类	2028-05-11
26	DR PLANT美白淡斑凝露	北植科技	国妆特字20231601	祛斑美白类	2028-05-11
27	DR PLANT美白淡斑精华液	北植科技	国妆特字20231600	祛斑美白类	2028-05-11
28	DR PLANT水润嫩白护手霜	北植科技	国妆特字20231597	祛斑美白类	2028-05-11
29	DR PLANT冰感轻透防晒泡泡	北植科技	国妆特字20230408	防晒类	2028-02-09
30	DR PLANT美白淡斑防晒乳	北植科技	国妆特字G20212778	防晒类，祛斑美白类	2026-09-06
31	DR PLANT防水清透美白防晒露	北植科技	国妆特字G20212329	防晒类，祛斑美白类	2026-07-04
32	DR PLANT清盈透爽防晒喷雾	北植科技	国妆特字G20212327	防晒类	2026-07-04
33	DR PLANT美白防晒乳液	北植科技	国妆特字G20212326	防晒类、祛斑类	2026-07-04
34	DR PLANT美白淡斑日霜	北植科技	国妆特字G20212321	祛斑美白类，防晒类	2026-07-04
35	DR PLANT雪莲美白淡斑面膜	北植科技	国妆特字G20211315	祛斑类	2026-05-05
36	DR PLANT雪莲美白淡斑精华液	北植科技	国妆特字G20210714	祛斑类	2026-03-09
37	DR PLANT净澈无瑕美白面膜	北植科技	国妆特字G20191692	祛斑美白类	2028-11-07

序号	产品名称	持证人	注册证号	产品类别	有效期至
38	DR PLANT臻白修护亮肤乳	北植科技	国妆特字20231412	祛斑美白类	2028-03-30
39	DR PLANT臻白修护亮肤水	北植科技	国妆特字20231409	祛斑美白类	2028-03-30
40	DR PLANT臻白修护淡斑精华液	北植科技	国妆特字20230925	祛斑美白类	2028-03-01
41	DR PLANT美白淡斑修护晚安面膜	北植科技	国妆特字20230919	祛斑美白类	2028-03-01
42	DR PLANT鲜肌美白隔离霜（亮肤紫）	北植科技	国妆特字20230914	祛斑美白类，防晒类	2028-03-01
43	DR PLANT美白防晒隔离乳（薄荷绿）	北植科技	国妆特字20230913	祛斑美白类，防晒类	2028-03-01
44	DR PLANT美白防晒隔离乳（梦幻紫）	北植科技	国妆特字20230912	祛斑美白类，防晒类	2028-03-01
45	DR PLANT鲜肌美白隔离霜（柔肤绿）	北植科技	国妆特字20230909	祛斑美白类，防晒类	2028-03-01
46	DR PLANT焕活防晒精华乳	北植科技	国妆特字20231840	防晒类	2028-05-29
47	DR PLANT美白淡斑面霜	北植科技	国妆特字20233063	祛斑美白类	2028-07-27
48	DR PLANT臻白修护淡斑面膜	北植科技	国妆特字20233061	祛斑美白类	2028-07-27
49	DR PLANT美白焕亮身体乳	北植科技	国妆特字20233784	祛斑美白类	2028-08-27
50	DR PLANT臻白修护亮肤霜	北植科技	国妆特字20233791	祛斑美白类	2028-08-27
51	DR PLANT 轻盈美白防晒喷雾	北植科技	国妆特字20243026	祛斑美白类，防晒类	2029-05-10
52	DR PLANT赋活多效防晒精华乳	北植科技	国妆特字20242877	防晒类	2029-05-10
53	DR PLANT轻透柔护防晒乳	北植科技	国妆特字20244246	防晒类	2029-06-12
54	DR PLANT温和清透防晒乳	北植科技	国妆特字20245243	防晒类	2029-07-07
55	DR PLANT夏日冰爽沁透防晒喷雾	北植科技	国妆特字20245655	防晒类	2029-07-15
56	DR PLANT沁爽倍呵防晒乳	北植科技	国妆特字20245645	防晒类	2029-07-15
57	植物博士染发慕斯（冷棕色）	北植科技	国妆特字20245646	染发类	2029-07-15
58	植物博士染发慕斯（自然黑）	北植科技	国妆特字20245661	染发类	2029-07-15
59	DR PLANT光甘草定焕亮美白乳液	北植科技	国妆特字20247368	祛斑美白类	2029-08-12
60	DR PLANT光甘草定焕亮美白柔肤水	北植科技	国妆特字20247371	祛斑美白类	2029-08-12

序号	产品名称	持证人	注册证号	产品类别	有效期至
61	DR PLANT光甘草定焕亮美白面霜	北植科技	国妆特字20247374	祛斑美白类	2029-08-12
62	DR PLANT光甘草定焕亮美白精华液	北植科技	国妆特字20247372	祛斑美白类	2029-08-12
63	DR PLANT光甘草定焕亮美白凝露	北植科技	国妆特字20247369	祛斑美白类	2029-08-12
64	DR PLANT轻敏修护防晒露	北植科技	国妆特字20246851	防晒类	2029-08-12
65	DR PLANT清透美白高倍防晒露	北植科技	国妆特字20247370	祛斑美白类，防晒类	2029-08-12
66	DR PLANT儿童温和倍护防晒乳	北植科技	国妆特字20250081	防晒类	2030-01-13
67	DR PLANT水感沁透防晒喷雾	北植科技	国妆特字20255580	防晒类	2030-05-26
68	DR PLANT温和倍护精华防晒乳	北植科技	国妆特字20255556	防晒类	2030-05-26
69	DR PLANT光甘草定焕亮美白面膜	北植科技	国妆特字20257834	祛斑美白类	2030-07-17

（七）公司及其子公司已取得的《非特殊用途化妆品备案凭证》

序号	产品名称	备案编号	备案人	备案日期
1	DR PLANT 青蒿控油祛痘双效洁面乳	京G妆网备字2025000462	北植科技	2025-02-26
2	DR PLANT 高山白雪茶莹润焕亮素颜霜	京G妆网备字2025000461	北植科技	2025-02-27
3	DR PLANT 青刺果轻敏舒缓修护喷雾	京G妆网备字2025000409	北植科技	2025-03-04
4	DR PLANT 玉竹盈润焕活冻干粉精华液	京G妆网备字2025000350	北植科技	2025-02-18
5	DR PLANT 高山白雪茶提升紧致冻干粉精华液	京G妆网备字2025000259	北植科技	2025-01-22
6	DR PLANT 冬虫夏草精华油	京G妆网备字2025000256	北植科技	2025-02-11
7	DR PLANT 洋甘菊精华油	京G妆网备字2025000255	北植科技	2025-02-08
8	DR PLANT 高山松露精华油	京G妆网备字2025000254	北植科技	2025-01-26
9	DR PLANT 青蒿净透双色多效泥膜	京G妆网备字2025000242	北植科技	2025-01-21
10	DR PLANT 臻萃焕亮洁面乳	京G妆网备字2025000119	北植科技	2025-02-08
11	DR PLANT 高山白雪茶提升紧致面霜	京G妆网备字2025000070	北植科技	2025-01-04
12	DR PLANT 高山白雪茶提升紧致乳液	京G妆网备字2025000069	北植科技	2025-01-04
13	DR PLANT 高山白雪茶提升紧致精华油	京G妆网备字2025000068	北植科技	2025-01-04
14	DR PLANT 高山白雪茶提升紧致精华	京G妆网备字2025000066	北植科技	2025-01-04
15	DR PLANT 高山白雪茶提升紧致水	京G妆网备字2025000065	北植科技	2025-01-04
16	DR PLANT 高山天竺葵精华油	京G妆网备字2025000033	北植科技	2025-01-13
17	DR PLANT 高山茉莉精油香氛身体气泡	京G妆网备字2024003285	北植科技	2024-12-30

序号	产品名称	备案编号	备案人	备案日期
	油			
18	DR PLANT 高山红景天臻颜紧致焕活霜	京G妆网备字2024003230	北植科技	2024-12-30
19	DR PLANT 高山红景天臻颜紧致焕活精华液	京G妆网备字2024003229	北植科技	2024-12-30
20	DR PLANT 高山红景天臻颜紧致焕活乳	京G妆网备字2024003228	北植科技	2024-12-30
21	DR PLANT 高山红景天臻颜紧致焕活水	京G妆网备字2024003227	北植科技	2024-12-30
22	DR PLANT 高山红景天臻颜焕亮洁面膏	京G妆网备字2024003226	北植科技	2024-12-30
23	DR PLANT 高山红景天臻颜紧致焕活面膜	京G妆网备字2024003225	北植科技	2024-12-30
24	DR PLANT 高山雪莲精华油	京G妆网备字2024003186	北植科技	2024-12-20
25	DR PLANT 黑松露赋活新生冻干粉精华液	京G妆网备字2024003144	北植科技	2024-12-18
26	DR PLANT 冬虫夏草焕活奢养冻干絮精华液	京G妆网备字2024003110	北植科技	2024-12-18
27	DR PLANT 高山白雪茶细致焕亮泥膜	京G妆网备字2024003107	北植科技	2024-12-30
28	DR PLANT 积雪草补水舒润喷雾	京G妆网备字2024003095	北植科技	2024-12-04
29	DR PLANT 石斛兰鲜肌凝时修护晚安面膜	京G妆网备字2024003087	北植科技	2024-12-13
30	植物博士多效淡纹乳液	京G妆网备字2024003077	北植科技	2024-12-20
31	植物博士多效淡纹面膜	京G妆网备字2024003076	北植科技	2024-12-16
32	DR PLANT 高山白茶净颜细致双色清洁泥膜	京G妆网备字2024003067	北植科技	2024-12-04
33	DR PLANT 元江芦荟清肌嫩肤泡泡面膜	京G妆网备字2024003025	北植科技	2024-12-30
34	DR PLANT 高山白雪茶倍润嫩肤护手霜	京G妆网备字2024003003	北植科技	2024-12-30
35	DR PLANT 青蒿舒缓祛痘调理乳	京G妆网备字2024002946	北植科技	2024-11-23
36	DR PLANT 光甘草定焕亮嫩肤精华液	京G妆网备字2024002912	北植科技	2024-11-25
37	DR PLANT 石斛兰淡纹修护冻干面膜	京G妆网备字2024002891	北植科技	2024-11-07
38	DR PLANT 高山玫瑰焕亮香氛沐浴露	京G妆网备字2024002820	北植科技	2024-11-12
39	DR PLANT 积雪草舒缓修红冰肌霜	京G妆网备字2024002815	北植科技	2024-11-08
40	DR PLANT 积雪草舒缓特护霜	京G妆网备字2024002814	北植科技	2024-11-08
41	DR PLANT 高山白茶毛孔清透双管洁面乳	京G妆网备字2024002813	北植科技	2024-12-11
42	DR PLANT 高山白茶焕采亮颜隔离霜	京G妆网备字2024002750	北植科技	2024-10-22
43	DR PLANT 高山白雪茶舒润嫩肤身体霜	京G妆网备字2024002722	北植科技	2024-10-18
44	DR PLANT 石斛兰紧致淡纹修护肌底精华液	京G妆网备字2024002606	北植科技	2024-10-14
45	DR PLANT 青刺果清洁卸妆双效洁面乳	京G妆网备字2024002589	北植科技	2024-09-04
46	DR PLANT 石斛兰焕活紧致鲜注面膜	京G妆网备字2024002572	北植科技	2024-09-06

序号	产品名称	备案编号	备案人	备案日期
47	DR PLANT 青刺果轻敏修护水油双萃面膜	京G妆网备字2024002505	北植科技	2024-08-28
48	DR PLANT 高山红茶紧致淡纹精华乳	京G妆网备字2024002442	北植科技	2024-08-29
49	DR PLANT 高山红茶紧致焕颜精华水	京G妆网备字2024002441	北植科技	2024-08-29
50	DR PLANT 高山红茶紧致淡纹精华液	京G妆网备字2024002440	北植科技	2024-08-28
51	DR PLANT 高山白茶细肤净颜三合一卸妆水	京G妆网备字2024002342	北植科技	2024-11-11
52	DR PLANT 积雪草温和净颜清洁霜	京G妆网备字2024002298	北植科技	2024-08-18
53	DR PLANT 冬虫夏草焕活净澈洁面乳	京G妆网备字2024002241	北植科技	2024-07-31
54	DR PLANT 山茶花盈润补水保湿面膜	京G妆网备字2024002146	北植科技	2024-07-10
55	DR PLANT 高山红茶氨基酸型净润洁面乳	京G妆网备字2024002133	北植科技	2024-08-28
56	DR PLANT 高山红茶紧致淡纹精华霜	京G妆网备字2024002132	北植科技	2024-08-28
57	DR PLANT 石斛兰保湿润色唇膏	京G妆网备字2024002124	北植科技	2024-07-09
58	DR PLANT 积雪草舒缓净润卸妆膏	京G妆网备字2024002113	北植科技	2024-07-18
59	DR PLANT 元江芦荟鲜萃水	京G妆网备字2024002033	北植科技	2024-06-12
60	DR PLANT 白及手足皲裂霜(修护型)	京G妆网备字2024002028	北植科技	2024-06-03
61	DR PLANT 冬虫夏草焕活奢养精华液	京G妆网备字2024001952	北植科技	2024-05-29
62	DR PLANT 高山白雪茶柔润嫩肤护手霜	京G妆网备字2024001943	北植科技	2024-06-12
63	DR PLANT 黑松露赋活新生精华霜	京G妆网备字2024001910	北植科技	2024-07-13
64	DR PLANT 黑松露赋活新生凝露	京G妆网备字2024001909	北植科技	2024-07-13
65	DR PLANT 黑松露赋活新生精华液	京G妆网备字2024001908	北植科技	2024-07-13
66	DR PLANT 黑松露赋活新生乳液	京G妆网备字2024001907	北植科技	2024-07-13
67	DR PLANT 青刺果轻敏净润卸妆膏	京G妆网备字2024001886	北植科技	2024-10-28
68	DR PLANT 积雪草温和保湿沐浴露	京G妆网备字2024001881	北植科技	2024-05-07
69	DR PLANT 高山茉莉香氛沐浴油	京G妆网备字2024001819	北植科技	2024-08-02
70	DR PLANT 玉竹盈润焕活安瓶面膜套盒	京G妆网备字2024001703	北植科技	2024-04-19
71	DR PLANT 元江芦荟高补水喷雾	京G妆网备字2024001691	北植科技	2024-05-22
72	DR PLANT 洛神花焕颜靓肤精萃油	京G妆网备字2024001679	北植科技	2024-04-30
73	DR PLANT 山茶花盈润补水保湿润肤霜	京G妆网备字2024001664	北植科技	2024-04-29
74	DR PLANT 山茶花盈润补水保湿乳液	京G妆网备字2024001663	北植科技	2024-04-29
75	DR PLANT 山茶花盈润补水保湿润肤水	京G妆网备字2024001661	北植科技	2024-04-29
76	DR PLANT 山茶花盈润补水保湿精华液	京G妆网备字2024001660	北植科技	2024-04-29
77	DR PLANT 山茶花盈润补水保湿氨基酸型洁面乳	京G妆网备字2024001659	北植科技	2024-04-29

序号	产品名称	备案编号	备案人	备案日期
78	DR PLANT 高山白茶毛孔细致焕肤霜	京G妆网备字2024001551	北植科技	2024-04-30
79	DR PLANT 高山白茶毛孔细致焕肤乳	京G妆网备字2024001550	北植科技	2024-04-30
80	DR PLANT 高山白茶毛孔细致焕肤精华液	京G妆网备字2024001549	北植科技	2024-04-30
81	DR PLANT 高山白茶毛孔细致焕肤水	京G妆网备字2024001548	北植科技	2024-04-30
82	DR PLANT 高山白茶毛孔清透氨基酸型洁面膏	京G妆网备字2024001547	北植科技	2024-04-30
83	DR PLANT 茶树控油毛孔收缩水	京G妆网备字2024001529	北植科技	2024-05-13
84	DR PLANT 黑松露赋活新生面膜	京G妆网备字2024001507	北植科技	2024-04-28
85	DR PLANT 高山茉莉精油香氛护手霜	京G妆网备字2024001341	北植科技	2024-04-22
86	DR PLANT 高山玫瑰精油香氛护手霜	京G妆网备字2024001340	北植科技	2024-04-22
87	DR PLANT 紫草儿童洗发沐浴泡泡	京G妆网备字2024001266	北植科技	2024-04-30
88	DR PLANT 紫草儿童倍润霜	京G妆网备字2024001265	北植科技	2024-04-30
89	DR PLANT 青刺果轻敏净澈卸妆油	京G妆网备字2024001138	北植科技	2024-04-02
90	DR PLANT 石斛兰紧致抗皱眼罩贴	京G妆网备字2024001137	北植科技	2024-04-11
91	DR PLANT 高山薰衣草安肌修护面霜	京G妆网备字2024001133	北植科技	2024-05-07
92	DR PLANT 石斛兰 VC 紧致焕亮精华液	京G妆网备字2023002062	北植科技	2023-07-14
93	DR PLANT 高山天麻精华油	京G妆网备字2023001698	北植科技	2023-07-01
94	DR PLANT 高山灵芝孢子精华油	京G妆网备字2023001654	北植科技	2023-07-06
95	DR PLANT 高山松茸鲜活盈亮精华液	京G妆网备字2023001594	北植科技	2023-05-23
96	DR PLANT 高山青刺果精华油	京G妆网备字2023001573	北植科技	2023-06-01
97	DR PLANT 高山松茸鲜活盈亮面霜	京G妆网备字2023001506	北植科技	2023-05-17
98	DR PLANT 滇山茶倍润舒缓面膜	京G妆网备字2023001500	北植科技	2023-07-01
99	DR PLANT 石斛兰淡纹紧塑眼膜	京G妆网备字2023001460	北植科技	2023-06-09
100	DR PLANT 高山白茶控油细肤霜	京G妆网备字2023001382	北植科技	2023-07-12
101	DR PLANT 高山白茶控油白泥洁面膏	京G妆网备字2023001381	北植科技	2023-06-08
102	DR PLANT 高山白茶控油细肤乳	京G妆网备字2023001380	北植科技	2023-07-12
103	DR PLANT 高山白茶控油细肤精华液	京G妆网备字2023001379	北植科技	2023-07-12
104	DR PLANT 男士润唇膏	京G妆网备字2023001260	北植科技	2023-06-14
105	DR PLANT 高山松茸云朵洁面慕斯	京G妆网备字2023001249	北植科技	2023-05-13
106	DR PLANT 高山玫瑰精华油	京G妆网备字2023001162	北植科技	2023-05-08
107	DR PLANT 高山柠檬精华油	京G妆网备字2023001161	北植科技	2023-04-24
108	DR PLANT 高山薰衣草精华油	京G妆网备字2023001139	北植科技	2023-05-10
109	DR PLANT 石斛兰鲜肌焕亮按摩膏	京G妆网备字2023001091	北植科技	2023-05-23

序号	产品名称	备案编号	备案人	备案日期
110	DR PLANT 青刺果轻敏修红面膜	京G妆网备字2023001066	北植科技	2023-06-14
111	DR PLANT 茶树精油鼻贴	京G妆网备字2023001013	北植科技	2023-05-12
112	DR PLANT 雪莲净澈清爽洁面膏	京G妆网备字2023000993	北植科技	2023-03-28
113	DR PLANT 高山桂花精华油	京G妆网备字2023000992	北植科技	2023-04-27
114	DR PLANT 高山野牡丹精华油	京G妆网备字2023000991	北植科技	2023-05-04
115	DR PLANT 高山茉莉精华油	京G妆网备字2023000944	北植科技	2023-04-27
116	DR PLANT 高山松茸鲜活玉肌面霜	京G妆网备字2023000943	北植科技	2023-05-10
117	DR PLANT 高山松茸鲜活盈亮凝露	京G妆网备字2023000942	北植科技	2023-05-10
118	DR PLANT 高山松茸鲜活盈亮乳液	京G妆网备字2023000941	北植科技	2023-05-10
119	DR PLANT 高山松茸鲜活盈亮玉肌水	京G妆网备字2023000938	北植科技	2023-05-10
120	DR PLANT 高山白茶控油细肤水	京G妆网备字2023000881	北植科技	2023-05-20
121	DR PLANT 石斛兰鲜肌凝时隔离霜	京G妆网备字2023000868	北植科技	2023-06-12
122	DR PLANT 青刺果轻敏修护精华水	京G妆网备字2023000746	北植科技	2023-05-12
123	DR PLANT 石斛兰紧致淡纹发酵面膜	京G妆网备字2023000623	北植科技	2023-03-14
124	DR PLANT 滇龙胆男士清爽三合一慕斯	京G妆网备字2023000544	北植科技	2023-04-26
125	DR PLANT 元江芦荟保湿冻干安瓶面膜	京G妆网备字2023000461	北植科技	2023-03-09
126	DR PLANT 滇山茶水油润肤精华水	京G妆网备字2023000445	北植科技	2023-03-28
127	DR PLANT 滇山茶润肤凝露	京G妆网备字2023000444	北植科技	2023-03-29
128	DR PLANT 紫灵芝多效驻颜冻干粉水膜	京G妆网备字2023000424	北植科技	2023-03-10
129	DR PLANT 紫灵芝多效驻颜冻干絮精华液	京G妆网备字2023000419	北植科技	2023-03-10
130	DR PLANT 石斛兰净润洁面乳	京G妆网备字2023000367	北植科技	2023-03-09
131	DR PLANT 滇山茶润肤洁面膏	京G妆网备字2023000358	北植科技	2023-03-28
132	DR PLANT 滇山茶润肤面霜	京G妆网备字2023000357	北植科技	2023-03-28
133	DR PLANT 滇山茶润肤乳液	京G妆网备字2023000356	北植科技	2023-03-28
134	DR PLANT 皂角去屑控油洗发泡泡	京G妆网备字2023000316	北植科技	2023-03-31
135	DR PLANT 青刺果轻敏修护冻干面膜	京G妆网备字2023000298	北植科技	2023-03-10
136	DR PLANT 滇青瓜补水精华凝露	京G妆网备字2023000278	北植科技	2023-02-14
137	DR PLANT 石斛兰眼部舒纹冻干粉精华液	京G妆网备字2023000244	北植科技	2023-06-19
138	DR PLANT 石斛兰润肤膏	京G妆网备字2023000199	北植科技	2023-01-18
139	DR PLANT 积雪草舒缓特护喷雾	京G妆网备字2023000183	北植科技	2023-03-15
140	DR PLANT 积雪草修护冻干面膜	京G妆网备字2023000168	北植科技	2023-02-09
141	DR PLANT 元江芦荟胶	京G妆网备字2022003987	北植科技	2022-12-12

序号	产品名称	备案编号	备案人	备案日期
142	DR PLANT 积雪草氨基酸型洁面乳	京G妆网备字2022003891	北植科技	2022-12-28
143	DR PLANT 石斛兰氨基酸型沐浴泡泡	京G妆网备字2022003759	北植科技	2022-11-10
144	DR PLANT 石斛兰鲜肌精华水	京G妆网备字2022003579	北植科技	2022-10-25
145	DR PLANT 石斛兰淡纹震动眼霜	京G妆网备字2022003170	北植科技	2022-09-26
146	DR PLANT 滇山茶水润嫩肤面霜	京G妆网备字2022003152	北植科技	2022-09-14
147	DR PLANT 滇山茶水润嫩肤乳液	京G妆网备字2022003151	北植科技	2022-09-14
148	DR PLANT 滇山茶水润嫩肤凝露	京G妆网备字2022003150	北植科技	2022-09-14
149	DR PLANT 滇山茶水润洁面膏	京G妆网备字2022003149	北植科技	2022-09-14
150	DR PLANT 石斛兰净润清透洁面液	京G妆网备字2022003084	北植科技	2022-09-23
151	DR PLANT 石斛兰紧致淡纹面霜	京G妆网备字2022003011	北植科技	2022-09-19
152	DR PLANT 石斛兰紧致淡纹凝露	京G妆网备字2022003010	北植科技	2022-09-19
153	DR PLANT 紫灵芝多效驻颜冻干泡泡精华液	京G妆网备字2022002951	北植科技	2022-08-16
154	DR PLANT 石斛兰紧致淡纹焕活乳	京G妆网备字2022002514	北植科技	2022-09-02
155	DR PLANT 石斛兰淡纹冻干面膜	京G妆网备字2022002352	北植科技	2022-07-01
156	DR PLANT 白及水润嫩肤手膜	京G妆网备字2022001735	北植科技	2022-11-22
157	DR PLANT 紫灵芝紧致震动眼霜	京G妆网备字2022001731	北植科技	2022-04-28
158	DR PLANT 高山红茶紧致淡纹眼霜	京G妆网备字2022001297	北植科技	2022-06-10
159	DR PLANT 高山红茶紧致淡纹精萃霜	京G妆网备字2022001296	北植科技	2022-06-10
160	DR PLANT 高山红茶紧致淡纹精萃乳	京G妆网备字2022001294	北植科技	2022-06-10
161	DR PLANT 高山红茶凝时焕颜精萃水	京G妆网备字2022001293	北植科技	2022-06-09
162	DR PLANT 高山红茶氨基酸型洁面乳	京G妆网备字2022001282	北植科技	2022-06-02
163	DR PLANT 高山白茶氨基酸洁面泡泡	京G妆网备字2022001169	北植科技	2022-04-29
164	DR PLANT 紫灵芝多效驻颜面霜	京G妆网备字2022001138	北植科技	2022-04-24
165	DR PLANT 紫灵芝多效驻颜精华液	京G妆网备字2022001137	北植科技	2022-04-24
166	DR PLANT 紫灵芝多效驻颜凝露	京G妆网备字2022001136	北植科技	2022-04-24
167	DR PLANT 滇山茶润肤水	京G妆网备字2022001053	北植科技	2022-05-09
168	DR PLANT 紫灵芝多效驻颜赋活水	京G妆网备字2022001013	北植科技	2022-04-24
169	DR PLANT 紫灵芝多效驻颜提拉面膜	京G妆网备字2022000947	北植科技	2022-04-14
170	DR PLANT 石斛兰鲜肌洁净泥膜	京G妆网备字2022000932	北植科技	2022-06-02
171	DR PLANT 石斛兰舒纹震动眼霜	京G妆网备字2022000736	北植科技	2022-03-17
172	DR PLANT 青刺果轻敏修护精华面膜	京G妆网备字2022000731	北植科技	2022-04-24
173	DR PLANT 青刺果轻敏修护水光面膜	京G妆网备字2022000078	北植科技	2022-01-26

序号	产品名称	备案编号	备案人	备案日期
174	DR PLANT 元江芦荟高补水保湿乳液	京G妆网备字2020007702	北植科技	2020-12-23
175	DR PLANT 元江芦荟高补水保湿凝露	京G妆网备字2020007698	北植科技	2020-12-23
176	DR PLANT 元江芦荟高补水保湿精华液	京G妆网备字2020007649	北植科技	2020-12-23
177	DR PLANT 元江芦荟高补水保湿面霜	京G妆网备字2020007697	北植科技	2020-12-23
178	DR PLANT 冬虫夏草焕活净澈洁面液	京G妆网备字2020001801	北植科技	2020-04-22
179	DR PLANT 冬虫夏草焕活奢养原生液	京G妆网备字2020003442	北植科技	2020-06-28
180	DR PLANT 冬虫夏草焕活奢养面膜	京G妆网备字2020001615	北植科技	2020-04-09
181	DR PLANT 滇青瓜水漾舒润乳液	京G妆网备字2020004239	北植科技	2020-08-04
182	DR PLANT 滇青瓜水漾舒润凝露	京G妆网备字2020004240	北植科技	2020-08-04
183	DR PLANT 白茶净颜细致毛孔调理精华液	京G妆网备字2020001051	北植科技	2020-03-05
184	DR PLANT 白茶净颜细致调理乳	京G妆网备字2020001172	北植科技	2020-03-13
185	DR PLANT 雪莲净澈透亮冻干粉精华液	京G妆网备字2020005799	北植科技	2020-10-12
186	DR PLANT 高山松茸鲜活盈亮冻干粉精华液	京G妆网备字2020007808	北植科技	2020-12-28
187	DR PLANT 高山绿茶氨基酸洁颜乳	京G妆网备字2020007788	北植科技	2020-12-25
188	DR PLANT 雪莲净澈透亮粉	京G妆网备字2021502843	北植科技	2021-12-29
189	DR PLANT 高山松茸臻金眼部肌底精华液	京G妆网备字2021502788	北植科技	2021-12-25
190	DR PLANT 高山松茸鲜活盈亮冻干面膜	京G妆网备字2021502746	北植科技	2021-12-25
191	DR PLANT 高山白茶清爽净透男士爽肤水	京G妆网备字2021502294	北植科技	2021-12-08
192	DR PLANT 石斛兰三合一卸妆水	京G妆网备字2021502198	北植科技	2021-11-25
193	DR PLANT 雪莲焕亮震动眼霜	京G妆网备字2021502145	北植科技	2021-12-08
194	DR PLANT 滇龙胆男士净爽控油爽肤水	京G妆网备字2021501977	北植科技	2021-12-06
195	DR PLANT 滇龙胆男士净爽控油乳霜	京G妆网备字2021501975	北植科技	2021-12-08
196	DR PLANT 滇山茶沁润净肤洁面液	京G妆网备字2021001584	北植科技	2021-03-26
197	DR PLANT 青刺果特护防裂护手霜	京G妆网备字2021001670	北植科技	2021-03-30
198	DR PLANT 白玉兰水润嫩滑护手霜	京G妆网备字2021001700	北植科技	2021-03-30
199	DR PLANT 山茶花水润抚纹眼霜	京G妆网备字2021001974	北植科技	2021-04-15
200	DR PLANT 石斛兰鲜肌凝时焕活水（清爽型）	京G妆网备字2021500150	北植科技	2021-06-29
201	DR PLANT 积雪草净颜焕肤泥膜	京G妆网备字2021500167	北植科技	2021-07-12
202	DR PLANT 高山白茶清爽净透男士活力乳	京G妆网备字2021500176	北植科技	2021-07-15
203	DR PLANT 白茶净颜细致调理霜	京G妆网备字2021500199	北植科技	2021-07-07

序号	产品名称	备案编号	备案人	备案日期
204	DR PLANT 石斛兰鲜肌倍润修护唇膜	京G妆网备字2021500690	北植科技	2021-08-19
205	DR PLANT 青刺果轻敏修护补水喷雾	京G妆网备字2021500751	北植科技	2021-08-23
206	DR PLANT 高山松茸鲜活弹润冻干眼膜	京G妆网备字2021500865	北植科技	2021-08-25
207	DR PLANT 青刺果手足特润防皲霜	京G妆网备字2021501330	北植科技	2021-09-30
208	DR PLANT 青刺果轻敏修护洁面液	京G妆网备字2021501331	北植科技	2021-09-07
209	DR PLANT 石斛兰润颜净柔清洁霜	京G妆网备字2024000111	北植科技	2024-05-16
210	DR PLANT 高山薰衣草安肌净柔洁面乳	京G妆网备字2024001129	北植科技	2024-05-07
211	DR PLANT 高山薰衣草安肌修护精华液	京G妆网备字2024001132	北植科技	2024-05-07
212	DR PLANT 高山薰衣草安肌修护凝露	京G妆网备字2024001130	北植科技	2024-05-07
213	DR PLANT 高山薰衣草安肌修护乳液	京G妆网备字2024001131	北植科技	2024-05-07
214	DR PLANT 冬虫夏草焕活奢养凝露	京G妆网备字2024001067	北植科技	2024-04-26
215	DR PLANT 冬虫夏草焕活奢养面霜	京G妆网备字2024001070	北植科技	2024-04-26
216	DR PLANT 冬虫夏草焕活奢养精华乳	京G妆网备字2024001068	北植科技	2024-04-26
217	DR PLANT 滇青瓜水漾舒润奶皮面膜	京G妆网备字2024000330	北植科技	2024-04-26
218	DR PLANT 元江芦荟高补水奶皮面膜	京G妆网备字2024000329	北植科技	2024-04-26
219	DR PLANT 青蒿舒缓祛痘点涂精华液	京G妆网备字2024000930	北植科技	2024-04-25
220	DR PLANT 青蒿舒缓祛痘调理水	京G妆网备字2024000927	北植科技	2024-04-25
221	DR PLANT 青蒿净澈清肌洁面乳	京G妆网备字2024000929	北植科技	2024-04-25
222	DR PLANT 石斛兰紧致淡纹眼部精华油	京G妆网备字2024000548	北植科技	2024-04-17
223	DR PLANT 高山绿茶祛痘修护爽肤水	京G妆网备字2024000430	北植科技	2024-04-12
224	DR PLANT 高山绿茶祛痘修护乳	京G妆网备字2024000431	北植科技	2024-04-12
225	DR PLANT 石斛兰鲜肌凝时面膜	京G妆网备字2024000824	北植科技	2024-04-09
226	DR PLANT 石斛兰亲肌凝时面膜	京G妆网备字2024000300	北植科技	2024-03-29
227	DR PLANT 高山白茶清润补水奶皮面膜	京G妆网备字2024000977	北植科技	2024-03-27
228	DR PLANT 凝脂嫩肤身体乳	京G妆网备字2024000827	北植科技	2024-03-27
229	DR PLANT 高山绿茶氨基酸型洁颜乳	京G妆网备字2024000363	北植科技	2024-03-26
230	DR PLANT 石斛兰紧致淡纹敷眼水	京G妆网备字2024000688	北植科技	2024-03-22
231	DR PLANT 高山白茶温和净澈泥膜	京G妆网备字2024000689	北植科技	2024-03-20
232	DR PLANT 天麻头皮特护洗发水	京G妆网备字2024000884	北植科技	2024-03-20
233	DR PLANT 雪莲焕彩水光素颜霜	京G妆网备字2024000074	北植科技	2024-03-20
234	DR PLANT 紫灵芝多效驻颜乳液	京G妆网备字2024000275	北植科技	2024-03-15
235	DR PLANT 高山绿茶祛痘修护精华液	京G妆网备字2024000366	北植科技	2024-03-12
236	DR PLANT 洛神花焕颜靓肤冻干粉精华	京G妆网备字2024000069	北植科技	2024-03-11

序号	产品名称	备案编号	备案人	备案日期
	液			
237	DR PLANT 高山茶树精华油	京G妆网备字2024000527	北植科技	2024-02-27
238	DR PLANT 石斛兰精华爆水霜	京G妆网备字2024000495	北植科技	2024-02-23
239	DR PLANT 高山白茶净润细致面膜	京G妆网备字2024000116	北植科技	2024-02-18
240	DR PLANT 滇龙胆男士净爽洁面乳	京G妆网备字2024000079	北植科技	2024-02-18
241	DR PLANT 滇青瓜水漾柔润清洁霜	京G妆网备字2024000112	北植科技	2024-02-05
242	DR PLANT 滇山茶沁润补水奶皮面膜	京G妆网备字2024000113	北植科技	2024-02-04
243	DR PLANT 山茶花悦颜水润面膜	京G妆网备字2024000115	北植科技	2024-02-04
244	DR PLANT 桃花焕颜补水保湿面膜	京G妆网备字2024000114	北植科技	2024-02-04
245	DR PLANT 洛神花焕颜靓肤精华液	京G妆网备字2024000267	北植科技	2024-02-02
246	DR PLANT 白茶毛孔净澈去角质啫喱	京G妆网备字2024000423	北植科技	2024-02-01
247	DR PLANT 高山薰衣草安肌隔离霜	京G妆网备字2024000070	北植科技	2024-01-25
248	DR PLANT 紫灵芝净颜洁面乳	京G妆网备字2024000063	北植科技	2024-01-25
249	DR PLANT 高山迷迭香精华油	京G妆网备字2024000065	北植科技	2024-01-25
250	DR PLANT 高山紫姜精华油	京G妆网备字2024000064	北植科技	2024-01-19
251	DR PLANT 青刺果轻敏保湿修护霜	京G妆网备字2024000250	北植科技	2024-01-15
252	DR PLANT 青刺果轻敏保湿洁面乳	京G妆网备字2024000246	北植科技	2024-01-15
253	DR PLANT 青刺果轻敏保湿修护润肤乳	京G妆网备字2024000248	北植科技	2024-01-15
254	DR PLANT 青刺果轻敏保湿修护精华液	京G妆网备字2024000249	北植科技	2024-01-15
255	DR PLANT 青刺果轻敏保湿修护精华水	京G妆网备字2024000247	北植科技	2024-01-15
256	DR PLANT 祛痘修护乳膏	京G妆网备字2024000110	北植科技	2024-01-15
257	DR PLANT 水感持妆清透粉底液（01 象牙白）	京G妆网备字2024000073	北植科技	2024-01-09
258	DR PLANT 水感持妆清透粉底液（02 自然色）	京G妆网备字2024000072	北植科技	2024-01-09
259	DR PLANT 轻薄定妆蜜粉	京G妆网备字2024000071	北植科技	2024-01-09
260	DR PLANT 白茶嫩滑透亮身体磨砂膏	京G妆网备字2023003265	北植科技	2023-12-29
261	DR PLANT 高山松茸鲜活盈亮面膜	京G妆网备字2023003712	北植科技	2023-12-29
262	DR PLANT 积雪草舒缓特护修护乳	京G妆网备字2023003597	北植科技	2023-12-22
263	DR PLANT 积雪草舒缓特护润肤水	京G妆网备字2023003596	北植科技	2023-12-22
264	DR PLANT 白茶净颜清透清洁霜	京G妆网备字2023003455	北植科技	2023-12-21
265	DR PLANT 元江芦荟温和保湿脱毛膏	京G妆网备字2023001302	北植科技	2023-12-20
266	DR PLANT 积雪草舒缓特护精华液	京G妆网备字2023003598	北植科技	2023-12-20
267	DR PLANT 积雪草舒缓特护面霜	京G妆网备字2023003599	北植科技	2023-12-15

序号	产品名称	备案编号	备案人	备案日期
268	DR PLANT 白及倍润嫩肤护手霜	京G妆网备字2023003407	北植科技	2023-12-14
269	DR PLANT 元江芦荟胶（清爽型）	京G妆网备字2023003149	北植科技	2023-12-14
270	DR PLANT 积雪草舒缓修红霜	京G妆网备字2023003021	北植科技	2023-12-07
271	DR PLANT 玉竹盈润活肤乳液	京G妆网备字2023003362	北植科技	2023-12-06
272	DR PLANT 玉竹盈润活肤精华液	京G妆网备字2023003358	北植科技	2023-12-04
273	DR PLANT 玉竹盈润活肤凝露	京G妆网备字2023003359	北植科技	2023-12-01
274	DR PLANT 玉竹盈润活肤面霜	京G妆网备字2023003361	北植科技	2023-12-01
275	DR PLANT 玉竹盈润活肤洁面乳	京G妆网备字2023003360	北植科技	2023-12-01
276	DR PLANT 青刺果轻敏修红霜	京G妆网备字2023003446	北植科技	2023-11-30
277	DR PLANT 白及水润嫩肤足膜	京G妆网备字2023003211	北植科技	2023-11-22
278	DR PLANT 积雪草舒缓轻薄面膜	京G妆网备字2023003351	北植科技	2023-11-22
279	DR PLANT 积雪草温和净润卸妆油	京G妆网备字2023002088	北植科技	2023-11-09
280	DR PLANT 高山玫瑰臻颜焕亮洁颜蜜	京G妆网备字2023002848	北植科技	2023-10-26
281	DR PLANT 滇山茶油盈润护唇膏	京G妆网备字2023002974	北植科技	2023-10-24
282	DR PLANT 高山柠檬精油香氛护手霜	京G妆网备字2023002975	北植科技	2023-10-20
283	DR PLANT 冬虫夏草多效抗皱滋养眼霜	京G妆网备字2023002832	北植科技	2023-10-18
284	DR PLANT 积雪草舒缓净润洁面液	京G妆网备字2023002835	北植科技	2023-10-18
285	DR PLANT 石斛兰维生素原 B5 紧致修护精华液	京G妆网备字2023002214	北植科技	2023-10-14
286	DR PLANT 高山石斛兰淡纹复合油	京G妆网备字2023002253	北植科技	2023-09-28
287	DR PLANT 高山白茶温和净透卸妆膏	京G妆网备字2023001156	北植科技	2023-09-18
288	DR PLANT 山茶角鲨烷修护油	京G妆网备字2023002618	北植科技	2023-08-30
289	DR PLANT 积雪草净柔卸妆湿巾	京G妆网备字2023002094	北植科技	2023-08-24
290	DR PLANT 石斛兰多效护手霜	京G妆网备字2023002567	北植科技	2023-08-23
291	DR PLANT 元江芦荟补水保湿 BB 霜	京G妆网备字2023000328	北植科技	2023-08-17
292	DR PLANT 高山红茶紧致淡纹发酵面膜	京G妆网备字2023001651	北植科技	2023-08-08
293	DR PLANT 滇山茶水油养肤精萃油	京G妆网备字2023000365	北植科技	2023-08-03
294	DR PLANT 滇山茶清润保湿面膜	京G妆网备字2023001745	北植科技	2023-08-01
295	DR PLANT 滇山茶莹润身体水油喷雾	京G妆网备字2023001643	北植科技	2023-07-26
296	DR PLANT 积雪草洁面卸妆泡泡	京G妆网备字2023002237	北植科技	2023-07-26
297	DR PLANT 高山松茸鲜活盈亮原生液	京G妆网备字2023001652	北植科技	2023-07-06
298	DR PLANT 生姜强韧养发护发素	京G妆网备字2017002945	北植科技	2017-05-10
299	DR PLANT 滇青瓜水漾舒润隐形面膜	京G妆网备字2019008979	北植科技	2019-11-06

序号	产品名称	备案编号	备案人	备案日期
300	DR PLANT 白茶净颜细致调理水	京G妆网备字2017000136	北植科技	2017-01-09
301	DR PLANT 绿茶祛痘净透冻干粉精华液	京G妆网备字2019002936	北植科技	2019-04-26
302	DR PLANT 玉竹盈润修护冻干粉精华液	京G妆网备字2019009523	北植科技	2019-11-27
303	DR PLANT 白茶净颜细致洁面乳	京G妆网备字2019010131	北植科技	2019-12-12
304	DR PLANT 茶树精油黑头套盒-茶树精油液体鼻膜	京G妆网备字2021000102	北植科技	2021-01-05
305	DR PLANT 茶树精油黑头套盒-茶树精油细致调理水	京G妆网备字2021000101	北植科技	2021-01-05
306	DR PLANT 石斛兰鲜肌凝时冻干粉精华液	京G妆网备字2019009141	北植科技	2019-11-08
307	DR PLANT 豆蔻祛痘修护冻干粉精华液	京G妆网备字2019009376	北植科技	2019-11-20
308	DR PLANT 山茶花悦泽水润面霜	京G妆网备字2018009358	北植科技	2018-10-26
309	DR PLANT 滇青瓜水漾舒润面霜	京G妆网备字2019009475	北植科技	2019-11-22
310	DR PLANT 滇青瓜水漾舒润精华液	京G妆网备字2019009447	北植科技	2019-11-22
311	DR PLANT 山茶花悦泽水润化妆水	京G妆网备字2018008478	北植科技	2018-09-27
312	DR PLANT 山茶花悦泽水润乳液	京G妆网备字2018009327	北植科技	2018-10-23
313	DR PLANT 山茶花悦泽水润精华液	京G妆网备字2019001964	北植科技	2019-03-20
314	DR PLANT 山茶花悦泽水润洁面乳	京G妆网备字2018009163	北植科技	2018-10-18
315	DR PLANT 生姜二硫化硒去屑止痒洗发水	京G妆网备字2025000943	北植科技	2025-04-16
316	DR PLANT 石斛兰胶原焕活精华水	京G妆网备字2025000882	北植科技	2025-04-16
317	DR PLANT 石斛兰胶原焕活凝露	京G妆网备字2025000883	北植科技	2025-04-16
318	DR PLANT 石斛兰胶原焕活精华乳	京G妆网备字2025000884	北植科技	2025-04-16
319	DR PLANT 石斛兰胶原焕活精华霜	京G妆网备字2025000885	北植科技	2025-04-16
320	DR PLANT 盐肤木润泽焕亮面膜	京G妆网备字2025000514	北植科技	2025-04-10
321	DR PLANT 高山白茶温和净澈泥膜棒	京G妆网备字2025000544	北植科技	2025-04-08
322	DR PLANT GXB 高山植萃肌初原生液	京G妆网备字2025000579	北植科技	2025-04-03
323	DR PLANT 石斛兰焕活水	京G妆网备字2025000679	北植科技	2025-04-02
324	DR PLANT 雪莲水感透亮精华水	京G妆网备字2025000547	北植科技	2025-03-17
325	DR PLANT 雪莲水感透亮凝露	京G妆网备字2025000548	北植科技	2025-03-17
326	DR PLANT 雪莲水感透亮精华霜	京G妆网备字2025000551	北植科技	2025-03-15
327	DR PLANT 雪莲水感透亮精华液	京G妆网备字2025000550	北植科技	2025-03-15
328	DR PLANT 雪莲水感透亮精华乳	京G妆网备字2025000549	北植科技	2025-03-15
329	DR PLANT 石斛兰紧致淡纹眼霜	京G妆网备字2025000335	北植科技	2025-03-12
330	DR PLANT 石斛胶原蛋白紧致抗皱面膜	京G妆网备字2025000597	北植科技	2025-03-12

序号	产品名称	备案编号	备案人	备案日期
331	DR PLANT 石斛胶原蛋白紧致抗皱膏	京G妆网备字2025000559	北植科技	2025-03-11
332	DENDROBIUM AGING-CARE MOISTURE EYE CREAM EX	国妆网备出字(粤)2025009322	广东植物医生	2025-03-20
333	DR PLANT DENDROBIUM SMOOTHING & HYDRATING TONER	国妆网备出字(粤)2025009305	广东植物医生	2025-03-20
334	DR PLANT DENDROBIUM SMOOTHING & HYDRATING ALL-IN-ONE GEL	国妆网备出字(粤)2025009303	广东植物医生	2025-03-20
335	DENDROBIUM SMOOTHING & HYDRATING ESSENCE	国妆网备出字(粤)2025003191	广东植物医生	2025-01-21
336	DR PLANT PRINSEPIA SOOTHING & CALMING MOISTURE CREAM E	国妆网备出字(粤)2024057613	广东植物医生	2024-12-27
337	DR PLANT DENDROBIUM AGING-CARE MOISTURE EYE CREAM EX	国妆网备出字(粤)2024057612	广东植物医生	2024-12-27
338	DR PLANT GANODERMA SINENSIS AGING-CARE MASK	国妆网备出字(粤)2024049172	广东植物医生	2024-11-14
339	DR PLANT CORDYCEPS SINENSIS LUXURIOUS NOURISHING MASK	国妆网备出字(粤)2024048659	广东植物医生	2024-11-14
340	DR PLANT CUCUMBER HYDRATING AND SOOTHING CREAM	国妆网备出字(粤)2024044544	广东植物医生	2024-12-31
341	DR PLANT CUCUMBER HYDRATING AND SOOTHING EMULSION	国妆网备出字(粤)2024044543	广东植物医生	2024-12-31
342	DR PLANT CUCUMBER HYDRATING ESSENCE LOTION	国妆网备出字(粤)2024044541	广东植物医生	2024-12-31
343	DR PLANT CENTELLA AMINO ACID FACIAL CLEANSER	国妆网备出字(粤)2024042757	广东植物医生	2024-12-27
344	DR PLANT DENDROBIUM MOISTURIZING AND REFRESHING FACIAL CLEANSER	国妆网备出字(粤)2024042756	广东植物医生	2024-12-31
345	DR PLANT DENDROBIUM SMOOTHING & HYDRATING LOTION	国妆网备出字(粤)2024042754	广东植物医生	2024-12-31
346	DR PLANT DENDROBIUM SMOOTHING & HYDRATING EMULSION	国妆网备出字(粤)2024042753	广东植物医生	2024-12-31
347	DR PLANT DENDROBIUM SMOOTHING & HYDRATING ESSENCE	国妆网备出字(粤)2024042751	广东植物医生	2024-12-31
348	DR PLANT DENDROBIUM SMOOTHING & HYDRATING CREAM	国妆网备出字(粤)2024042750	广东植物医生	2024-12-31
349	DR PLANT CORDYCEPS SINENSIS LUXURIOUS NOURISHING LOTION	国妆网备出字(粤)2024042749	广东植物医生	2024-11-14
350	DR PLANT CORDYCEPS SINENSIS LUXURIOUS NOURISHING EMULSION	国妆网备出字(粤)2024042748	广东植物医生	2024-11-14
351	DR PLANT CORDYCEPS SINENSIS LUXURIOUS NOURISHING SERUM	国妆网备出字(粤)2024042747	广东植物医生	2024-11-14
352	DR PLANT PRINSEPIA SOOTHING & CALMING MOISTURE ESSENCE WATER	国妆网备出字(粤)2024041940	广东植物医生	2024-12-31
353	DR PLANT CENTELLA SOOTHING & CALMING MOISTURE CREAM	国妆网备出字	广东植物医生	2024-11-14

序号	产品名称	备案编号	备案人	备案日期
		(粤)2024041939		
354	DR PLANT CENTELLA SOOTHING NOURISHING CARE ESSENCE	国妆网备出字(粤)2024041938	广东植物医生	2024-11-14
355	DR PLANT CENTELLA SOOTHING NOURISHING CARE CREAM	国妆网备出字(粤)2024041937	广东植物医生	2024-11-14
356	DR PLANT SNOW WHITE SUNSCREEN LOTION	国妆网备出字(粤)2024041936	广东植物医生	2024-11-14
357	DENDROBIUM AGING-CARE MOISTURE EYE CREAM EX	国妆网备出字(粤)2024031940	广东植物医生	2024-08-03
358	DR PLANT DENDROBIUM FIRMING & WRINKLE RELIEVING EYE CREAM	国妆网备出字(粤)2024030098	广东植物医生	2024-07-29
359	DR PLANT PRINSEPIA AMINO ACID CLEANSER	国妆网备出字(粤)2024027616	广东植物医生	2024-07-12
360	DR PLANT ALPINE WHITE TEA PORE CLEARING AMINO ACID CLEANSER	国妆网备出字(粤)2024027615	广东植物医生	2024-07-12
361	DR PLANT 青刺果輕敏修紅面膜	国妆网备出字(粤)2024016803	广东植物医生	2024-05-16
362	DR PLANT GANODERMA SINENSIS MULTI-EFFECT ANTI-AGING FIRMING MASK	国妆网备出字(粤)2024008581	广东植物医生	2024-04-10
363	DR PLANT Cordyceps Sinensis Revitalizing mask	国妆网备出字(粤)2024008580	广东植物医生	2024-04-10
364	DR PLANT 青刺果輕敏修紅膏	国妆网备出字(粤)2024004657	广东植物医生	2024-02-29
365	ALPINE PLANTS BEAUTY OIL TM	国妆网备出字(粤)2023031304	广东植物医生	2023-12-04
366	ALPINE PLANTS BEAUTY OIL S	国妆网备出字(粤)2023030936	广东植物医生	2023-11-21
367	DENDROBIUM AGING-CARE MOISTURE EYE CREAM	国妆网备出字(粤)2023030910	广东植物医生	2023-11-20
368	DENDROBIUM RELIEVE WRINKLE MASSAGE EYE CREAM	国妆网备出字(粤)2023030360	广东植物医生	2023-11-14
369	MULTI-EFFECT INTENSE NOURISHING CREAM	国妆网备出字(粤)2023029940	广东植物医生	2023-11-14
370	MULTI-EFFECT INTENSE NOURISHING EMULSION	国妆网备出字(粤)2023029939	广东植物医生	2023-11-14
371	MULTI-EFFECT INTENSE NOURISHING ESSENCE	国妆网备出字(粤)2023029938	广东植物医生	2023-11-14
372	MULTI-EFFECT INTENSE NOURISHING LOTION	国妆网备出字(粤)2023029934	广东植物医生	2023-11-14
373	MULTI-EFFECT INTENSE NOURISHING CLEANSING FOAM	国妆网备出字(粤)2023029933	广东植物医生	2023-11-14
374	SNOW WHITE MOISTURIZING CREAM	国妆网备出字(粤)2023029932	广东植物医生	2023-11-14
375	SNOW WHITE MOISTURIZING ESSENCE	国妆网备出字(粤)2023029931	广东植物医生	2023-11-14
376	SNOW WHITE MOISTURIZING LOTION	国妆网备出字(粤)2023029930	广东植物医生	2023-11-14

序号	产品名称	备案编号	备案人	备案日期
377	SNOW WHITE MOISTURIZING CLEANSING FOAM	国妆网备出字(粤)2023029929	广东植物医生	2023-11-14
378	SMOOTHING & HYDRATING CREAM	国妆网备出字(粤)2023029928	广东植物医生	2023-11-14
379	SMOOTHING & HYDRATING EMULSION	国妆网备出字(粤)2023029927	广东植物医生	2023-11-14
380	SMOOTHING & HYDRATING ESSENCE	国妆网备出字(粤)2023029926	广东植物医生	2023-11-14
381	SMOOTHING & HYDRATING LOTION	国妆网备出字(粤)2023029925	广东植物医生	2023-11-14
382	SMOOTHING & HYDRATING CLEANSING LIQUID	国妆网备出字(粤)2023029924	广东植物医生	2023-11-14
383	ALPINE PLANTS BEAUTY OIL O	国妆网备出字(粤)2023028316	广东植物医生	2023-10-31
384	ALPINE PLANTS BEAUTY OIL RE	国妆网备出字(粤)2023028315	广东植物医生	2023-10-31
385	ALPINE PLANTS BEAUTY OIL RM	国妆网备出字(粤)2023028314	广东植物医生	2023-10-31
386	ALPINE PLANTS BEAUTY OIL MS	国妆网备出字(粤)2023028311	广东植物医生	2023-10-31
387	DRPLANT モイストサンスクリーンローション	国妆网备出字（粤）2022022783	广东植物医生	2022-12-29
388	DR PLANT Dendrobium Collagen Advanced Cream	国妆网备出字（粤）2025010015	广东植物医生	2025-04-10
389	DR PLANT CAMELLIA DEEP MOISTURIZING & HYDRATING MASK	国妆网备出字（粤）2025010879	广东植物医生	2025-03-30
390	DR PLANT CORDYCEPS SINENSIS LUXURIOUS PURIFYING CLEANSER	国妆网备出字（粤）2024042745	广东植物医生	2024-11-14
391	DR PLANT CORDYCEPS SINENSIS LUXURIOUS NOURISHING CREAM	国妆网备出字（粤）2024042746	广东植物医生	2024-11-14
392	DR PLANT SNOW LOTUS SNOW WHITE MOISTURIZING CLEANSING FOAM	国妆网备出字（粤）2024041944	广东植物医生	2024-11-14
393	DR PLANT SNOW LOTUS SNOW WHITE MOISTURIZING TONER	国妆网备出字（粤）2024041948	广东植物医生	2024-12-27
394	DR PLANT SNOW LOTUS SNOW WHITE MOISTURIZING LOTION	国妆网备出字（粤）2024041947	广东植物医生	2024-11-14
395	DR PLANT SNOW LOTUS SNOW WHITE MOISTURIZING CREAM	国妆网备出字（粤）2024041946	广东植物医生	2024-12-27
396	DR PLANT SNOW LOTUS SNOW WHITE MOISTURIZING ESSENCE	国妆网备出字（粤）2024041945	广东植物医生	2024-11-14
397	DR PLANT PRINSEPIA SOOTHING & CALMING MOISTURE SERUM	国妆网备出字（粤）2024041941	广东植物医生	2024-12-31
398	DR PLANT PRINSEPIA SOOTHING & CALMING MOISTURE EMULSION	国妆网备出字（粤）2024041942	广东植物医生	2024-12-31
399	DR PLANT PRINSEPIA SOOTHING & CALMING MOISTURE CREAM	国妆网备出字（粤）2024041943	广东植物医生	2024-12-27
400	DR PLANT 紫灵芝多效驻颜户外面膜	京G妆网备字2025001425	北植科技	2025-04-30
401	DR PLANT 石斛兰 VC 紧致焕亮精华乳	京G妆网备字2025001176	北植科技	2025-04-29

序号	产品名称	备案编号	备案人	备案日期
402	DR PLANT 石斛兰 VC 紧致焕亮精华水	京G妆网备字2025001174	北植科技	2025-04-29
403	DR PLANT 积雪草舒缓修护纱布面膜	京G妆网备字2025001525	北植科技	2025-04-28
404	DR PLANT 高山木姜子精华油	京G妆网备字2025001407	北植科技	2025-04-28
405	DR PLANT 高山松露男士焕能修护手霜	京G妆网备字2025000517	北植科技	2025-04-28
406	DR PLANT 高山松露赋活新生精华乳敷面膜	京G妆网备字2025001086	北植科技	2025-04-28
407	DR PLANT 石斛兰紧致淡纹冻干粉精华液	京G妆网备字2025001314	北植科技	2025-04-27
408	DR PLANT 高山白雪茶柔肤透亮妆前霜	京G妆网备字2025001313	北植科技	2025-04-27
409	DR PLANT 高山白茶水润亮泽保湿面膜	京G妆网备字2025001139	北植科技	2025-04-27
410	DR PLANT GXB 高山松露赋活新生原生液	京G妆网备字2025001394	北植科技	2025-04-27
411	DR PLANT 藏红花奢妍赋活精华乳	京G妆网备字2025001177	北植科技	2025-04-27
412	DR PLANT 藏红花奢妍赋活面霜	京G妆网备字2025000929	北植科技	2025-04-27
413	DR PLANT 藏红花奢妍赋活精华	京G妆网备字2025000928	北植科技	2025-04-27
414	DR PLANT 藏红花奢妍赋活柔肤水	京G妆网备字2025000927	北植科技	2025-04-27
415	DR PLANT 石斛兰胶原焕活冰感精华液	京G妆网备字2025001087	北植科技	2025-04-27
416	DR PLANT 石斛兰清润淡纹护手霜	京G妆网备字2025001317	北植科技	2025-04-27
417	DR PLANT 高山青刺果舒缓修护霜	京G妆网备字2025000942	北植科技	2025-04-25
418	DR PLANT 茉莉柔肤香氛护手霜	京G妆网备字2025001319	北植科技	2025-04-24
419	DR PLANT 雪莲水润焕亮护手霜	京G妆网备字2025001318	北植科技	2025-04-24
420	DR PLANT 高山青刺果舒缓保湿洁面乳	京G妆网备字2025000944	北植科技	2025-04-24
421	DR PLANT 白及手足皲裂霜	京G妆网备字2025000957	北植科技	2025-04-24
422	DR PLANT 雪莲净透焕亮隔离霜	京G妆网备字2025001205	北植科技	2025-04-24
423	DR PLANT 白及手足皲裂霜（修护款）	京G妆网备字2025001234	北植科技	2025-04-24
424	DR PLANT 石斛兰清透洁面乳	京G妆网备字2025001123	北植科技	2025-04-23
425	DR PLANT 滇青瓜水漾舒缓奶皮面膜	京G妆网备字2025001300	北植科技	2025-04-23
426	DR PLANT 元江芦荟深补水奶皮面膜	京G妆网备字2025001299	北植科技	2025-04-23
427	DR PLANT 高山青刺果舒缓修护水光面膜	京G妆网备字2025001074	北植科技	2025-04-22
428	DR PLANT 高山松露男士焕能修护乳液	京G妆网备字2025000516	北植科技	2025-04-22
429	DR PLANT 高山松露男士焕能劲爽洁面乳	京G妆网备字2025000515	北植科技	2025-04-21
430	DR PLANT 高山白茶清透补水奶皮面膜	京G妆网备字2025001062	北植科技	2025-04-21
431	DR PLANT 高山红景天胶原蛋白抗皱洗纹次抛精华	京G妆网备字2025001820	北植科技	2025-08-01

序号	产品名称	备案编号	备案人	备案日期
432	DR PLANT 高山红景天臻颜紧致赋活霜	京G妆网备字2025001812	北植科技	2025-08-01
433	DR PLANT 高山红景天臻颜紧致赋活精华液	京G妆网备字2025001811	北植科技	2025-08-01
434	DR PLANT 高山红景天臻颜紧致赋活乳	京G妆网备字2025001810	北植科技	2025-08-01
435	DR PLANT 高山红景天臻颜紧致赋活水	京G妆网备字2025001809	北植科技	2025-08-01
436	DR PLANT 高山松露赋活新生眼霜	京G妆网备字2025001714	北植科技	2025-08-06
437	DR PLANT 高山青刺果舒缓修护面霜	京G妆网备字2025001784	北植科技	2025-08-14
438	DR PLANT 高山松露手部精华乳	京G妆网备字2025001702	北植科技	2025-08-14
439	DR PLANT 高山青刺果舒缓修护精华乳	京G妆网备字2025000941	北植科技	2025-08-14
440	DR PLANT 高山青刺果舒缓修护精华水	京G妆网备字2025000939	北植科技	2025-08-14
441	DR PLANT 高山红景天臻颜紧致淡纹眼霜	京G妆网备字2025001728	北植科技	2025-08-19
442	DR PLANT 高山红景天臻颜紧致赋活面膜	京G妆网备字2025001813	北植科技	2025-08-25
443	DR PLANT 高山青刺果舒缓修护精华液	京G妆网备字2025000940	北植科技	2025-08-25
444	植物博士沉香怡神舒缓晚霜	京G妆网备字2025001879	北植科技	2025-08-26
445	植物博士沉香怡神舒缓身体乳	京G妆网备字2025001878	北植科技	2025-08-26
446	植物博士沉香怡神舒缓精华油	京G妆网备字2025001877	北植科技	2025-08-26
447	植物博士沉香怡神舒缓护手霜	京G妆网备字2025001874	北植科技	2025-08-26
448	DR PLANT 石斛兰胶原弹润修护唇膏	京G妆网备字2025001834	北植科技	2025-08-27
449	DR PLANT 高山松露赋活新生浓缩精华蜜	京G妆网备字2025001712	北植科技	2025-08-27
450	DR PLANT 高山松露赋活紧致按摩膏	京G妆网备字2025001924	北植科技	2025-08-29
451	DR PLANT 高山松露赋活新生修护水	京G妆网备字2025001713	北植科技	2025-09-04
452	DR PLANT 紫灵芝氨基酸型洁颜泥	京G妆网备字2025001900	北植科技	2025-09-10
453	DR PLANT 高山青刺果舒缓修护喷雾	京G妆网备字2025001701	北植科技	2025-09-10
454	DR PLANT 高山松露赋活新生凝露	京G妆网备字2025001856	北植科技	2025-09-12
455	DR PLANT 高山松露赋活新生乳液	京G妆网备字2025001854	北植科技	2025-09-12
456	DR PLANT 高山松露赋活新生精华液	京G妆网备字2025001853	北植科技	2025-09-12
457	DR PLANT 石斛兰水润洁面泡泡	京G妆网备字2025001995	北植科技	2025-09-17
458	DR PLANT 积雪草舒缓特护安瓶面膜护理套盒	京G妆网备字2025001941	北植科技	2025-09-17
459	DR PLANT 紫灵芝雪肌驻颜精华霜	京G妆网备字2025001905	北植科技	2025-09-17
460	DR PLANT 紫灵芝雪肌驻颜乳液	京G妆网备字2025001904	北植科技	2025-09-17
461	DR PLANT 紫灵芝雪肌驻颜精华液	京G妆网备字2025001903	北植科技	2025-09-17
462	DR PLANT 紫灵芝雪肌驻颜凝露	京G妆网备字2025001902	北植科技	2025-09-17

序号	产品名称	备案编号	备案人	备案日期
463	DR PLANT 高山松露赋活新生精华霜	京G妆网备字2025001855	北植科技	2025-09-25
464	DR PLANT 雪莲水感透亮安瓶面膜护理套盒	京G妆网备字2025001940	北植科技	2025-09-26
465	DR PLANT 高山松露赋活新生眼部精华油	京G妆网备字2025001881	北植科技	2025-09-28
466	DR PLANT 高山松露赋活新生面部精华油	京G妆网备字2025001882	北植科技	2025-10-10
467	DR PLANT 紫灵芝雪肌驻颜赋活水	京G妆网备字2025001901	北植科技	2025-10-29
468	DR PLANT BLACK TRUFFLE GENTLE & REFRESHING SUNSCREEN LOTION	国妆网备出字（粤）2025030222	广东植物医生	2025-07-17
469	DR PLANT CUCUMBER HYDRATING AND MOISTURIZING CREAM	国妆网备出字（粤）2025034658	广东植物医生	2025-08-05
470	DR PLANT CENTELLA Calming & Moisturizing Cleansing Foam	国妆网备出字（粤）2025036746	广东植物医生	2025-08-08
471	DR PLANT DENDROBIUM Clear & Hydrating Cleansing Foam	国妆网备出字（粤）2025036744	广东植物医生	2025-08-08
472	DR PLANT Centella facial cleanser	国妆网备出字（粤）2025044536	广东植物医生	2025-09-10
473	DR PLANT 高山松露赋活新生精华面膜（免洗型）	京G妆网备字2025001921	北植科技	2025-11-13
474	DR PLANT 高山松露赋活新生润体乳	京G妆网备字2025001923	北植科技	2025-12-15
475	DR PLANT 高山青刺果舒缓修护次抛精华液	京G妆网备字2025002086	北植科技	2025-11-03
476	DR PLANT 石斛兰胶原焕活次抛精华液	京G妆网备字2025002093	北植科技	2025-12-18
477	DR PLANT 高山石斛兰淡纹精华油	京G妆网备字2025002094	北植科技	2025-12-06
478	植物博士沉香怡神舒缓喷雾	京G妆网备字2025002150	北植科技	2025-12-19
479	植物博士沉香怡神舒缓眼霜	京G妆网备字2025002151	北植科技	2025-12-11
480	DR PLANT 茉莉柔顺丝滑护发精华油	京G妆网备字2025002166	北植科技	2025-12-30
481	DR PLANT 高山红景天紧致赋活精华油	京G妆网备字2025002168	北植科技	2025-11-10
482	DR PLANT 人参御龄修护精华油	京G妆网备字2025002169	北植科技	2025-11-10
483	DR PLANT 生姜强韧养发洗发水	京G妆网备字2025002197	北植科技	2025-11-27
484	DR PLANT 高山白茶裸感亮肌隔离霜	京G妆网备字2025002205	北植科技	2025-12-25
485	DR PLANT 青蒿舒缓祛痘调理面霜	京G妆网备字2025002229	北植科技	2025-12-08
486	DR PLANT 青蒿舒缓祛痘调理精华液	京G妆网备字2025002230	北植科技	2025-12-08
487	DR PLANT 青蒿舒缓祛痘安瓶面膜护理套盒	京G妆网备字2025002231	北植科技	2025-12-09
488	DR PLANT 青蒿祛痘修护冻干粉精华液	京G妆网备字2025002241	北植科技	2025-12-08
489	DR PLANT 藏红花奢妍赋活精华油	京G妆网备字2025002247	北植科技	2025-11-24
490	DR PLANT 白松露鎏金蕴能精萃露	京G妆网备字2025002297	北植科技	2025-12-11
491	DR PLANT 白松露鎏金蕴能精华乳	京G妆网备字2025002298	北植科技	2025-12-11

序号	产品名称	备案编号	备案人	备案日期
492	DR PLANT 白松露鎏金蕴能精华液	京G妆网备字2025002299	北植科技	2025-12-11
493	DR PLANT 白松露鎏金蕴能面霜	京G妆网备字2025002300	北植科技	2025-12-11
494	DR PLANT 石斛兰胶原焕活淡纹提拉面膜	京G妆网备字2025002415	北植科技	2025-12-31
495	DR PLANT 茶树精油鼻贴套盒	京G妆网备字2026000028	北植科技	2026-01-16
496	DR PLANT 黑松露青春赋活双仓精华蜜	京G妆网备字2026000029	北植科技	2026-01-13
497	DR PLANT 高山植萃臻护洗发水	京G妆网备字2026000030	北植科技	2026-01-12
498	DR PLANT 积雪草温润净颜卸妆蜜	京G妆网备字2026000031	北植科技	2026-02-05
499	DR PLANT 高山植萃舒润沐浴露	京G妆网备字2026000032	北植科技	2026-01-12
500	DR PLANT 青蒿净痘湿敷棉片	京G妆网备字2026000033	北植科技	2026-01-20
501	DR PLANT 积雪草舒润湿敷棉片	京G妆网备字2026000034	北植科技	2026-01-20
502	DR PLANT 白茶控油免洗蓬松喷雾	京G妆网备字2026000071	北植科技	2026-01-26
503	DR PLANT 高山红景天紧致淡纹胶原霜	京G妆网备字2026000072	北植科技	2026-01-09
504	DR PLANT 石斛兰焕活紧致调理软膜套组	京G妆网备字2026000094	北植科技	2026-02-11
505	DR PLANT 接骨木密集特护淡纹面膜	京G妆网备字2026000253	北植科技	2026-01-21
506	DR PLANT 接骨木密集特护淡纹次抛精华液	京G妆网备字2026000254	北植科技	2026-02-09
507	DR PLANT 高山玫瑰盈润变色唇部精华油	京G妆网备字2026000264	北植科技	2026-01-22
508	DR PLANT 青刺果轻敏舒润沐浴露（止痒型）	京G妆网备字2026000265	北植科技	2026-02-10
509	DR PLANT 白松露鎏金蕴能密集护理面膜套盒	京G妆网备字2026000269	北植科技	2026-02-04
510	DR PLANT 藏红花奢妍赋活眼部精华油	京G妆网备字2026000271	北植科技	2026-02-05
511	DR PLANT 高山松茸鲜活盈亮精华油	京G妆网备字2026000292	北植科技	2026-02-06
512	DR PLANT GXB 紫灵芝雪肌驻颜面部护理套盒	京G妆网备字2026000309	北植科技	2026-02-24
513	DR PLANT 生姜滋养修护发膜	京G妆网备字2026000310	北植科技	2026-02-11
514	DR PLANT 冬虫夏草焕活紧致按摩膏	京G妆网备字2026000311	北植科技	2026-02-09
515	DR PLANT 青蒿祛痘舒缓身体喷雾	京G妆网备字2026000331	北植科技	2026-02-06
516	DR PLANT 积雪草舒缓修护面霜喷雾	京G妆网备字2026000332	北植科技	2026-02-06
517	DR PLANT 白松露淡纹奢护乳霜颈膜	京G妆网备字2026000365	北植科技	2026-02-26
518	DR PLANT Alpine White Tea Cleanser	国妆网备出字（粤）2025057250	广东植物医生	2025-11-10

（八）公司及其子公司、分公司已取得的《卫生许可证》

序号	持证公司名称	发证机关	证件编号	许可范围	有效期至
1	北京明弘第十一分公司	北京市平谷区卫生健康委员会	平卫环监字（2024）第00137号	美容（非医疗美容）	2028-9-4

序号	持证公司名称	发证机关	证件编号	许可范围	有效期至
2	北京明弘第十分公司	北京市东城区卫生健康委员会	东环监字（2024）第00162号	美容（非医疗美容）	2028-9-25
3	北京明弘第九分公司	北京市丰台区卫生健康委员会	丰卫环监字（2024）第0691号	美容（非医疗美容）	2028-7-29
4	北京明弘第四分公司	北京市石景山区卫生健康委员会	京石卫环监字（2024）第01323号	美容（非医疗美容）	2028-9-4
5	北京明弘昌平第二分公司	北京市昌平区卫生健康委员会	昌卫环监字（2023）第00716号	美容（非医疗美容）	2027-12-27
6	北京明弘延庆第三分公司	北京市延庆区卫生健康委员会	延卫环监字（2024）第00127号	美容（限非医疗美容）	2028-9-5
7	北京明弘管庄东里分公司	北京市朝阳区卫生健康委员会	朝卫环监字（2025）第00270号	美容（非医疗美容）	2029-3-12
8	北京明弘东城第一分公司	北京市东城区卫生健康委员会	东卫环监字（2024）第00150号	美容（非医疗美容）	2028-9-5
9	北京明弘延庆第一分公司	北京市延庆区卫生健康委员会	延卫环监字（2024）第00136号	美容（限非医疗美容）	2028-10-8
10	北京明弘东四分公司	北京市东城区卫生健康委员会	东卫环监字（2024）第00151号	美容（非医疗美容）	2028-9-5
11	北京明弘朝阳管庄分公司	北京市朝阳区卫生健康委员会	朝卫环监字（2024）第01469号	美容（非医疗美容）	2028-9-22
12	北京明弘北京云景东路分公司	北京市通州区卫生健康委员会	通卫环监字（2024）第00543号	美容（限非医疗美容）	2028-9-2
13	北京明弘延庆第二分公司	北京市延庆区卫生健康委员会	延卫环监字（2024）第00126号	美容（限非医疗美容）	2028-9-5
14	北京明弘北京平谷文化北街分公司	北京市平谷区卫生健康委员会	平卫环监字（2024）第00152号	美容（非医疗美容）	2028-9-23
15	北京明弘房山第一分公司	北京市房山区卫生健康委员会	房卫环监字（2024）第00307号	美容（非医疗美容）	2028-9-3
16	北京明弘昌平第一分公司	北京市昌平区卫生健康委员会	昌卫环监字（2024）第00524号	美容（非医疗美容）	2028-9-28
17	北京明弘第五分公司	北京市平谷区卫生健康委员会	平卫环监字（2024）第00151号	美容（非医疗美容）	2028-9-23
18	北京明弘第一分公司	北京市丰台区卫生健康委员会	丰卫环监字〔2025〕第0965号	美容（非医疗美容）	2029-3-13
19	北京明弘第十五分公司	北京市延庆区卫生健康委员会	延卫环监字（2024）第00135号	美容（限非医疗美容）	2028-10-8
20	北京明弘第十六分公司	北京市朝阳区卫生健康委员会	朝卫环监字（2024）第01467号	美容（非医疗美容）	2028-9-22
21	北京明弘第十八分公司	北京市石景山区卫生健康委员会	京石卫环监字（2025）第00082号	美容（非医疗美容）	2029-5-18
22	北京明弘第十九分公司	北京市丰台区卫生健康委员会	丰卫环监字〔2025〕第0525号	美容（非医疗美容）	2029-5-27
23	北京明弘天津滨江道第二分公司	天津市和平区行政审批局	津（和平）卫公证字（2025）第02948号	美容店	2029-6-19
24	北京明弘天津第二分公司	天津市南开区行政审批局	津（南开）审批卫公证字（2024）第00462号	生活美容	2028-10-24
25	北京明弘天津静海第二分公司	天津市静海区行政审批局	津（静海）卫公证字（2023）第00076号	美容店	2027-3-16

序号	持证公司名称	发证机关	证件编号	许可范围	有效期至
26	北京明弘天津静海第三分公司	天津市静海区行政审批局	津（静海）卫公证字（2023）第 00075 号	美容店	2027-3-16
27	北京明弘天津静海分公司	天津市静海区行政审批局	津（静海）卫公证字（2023）第 00077 号	美容店	2027-3-16
28	北京明弘天津南门外大街分公司	天津市和平区行政审批局	津（和平）卫公证字（2025）第 03025 号	美容店	2029-10-13
29	北京明弘天津第三分公司	天津市和平区行政审批局	津（和平）卫公证字（2022）第 02342 号	美容店	2026-7-25
30	北京明弘天津第四分公司	天津市南开区行政审批局	津（南开）审批卫公证[2025]第 00281 号	生活美容	2029-7-31
31	北京明弘天津第五分公司	天津市津南区行政审批局	津（津南）卫公证字（2024）第 00023 号	美容店	2028-1-21
32	北京明弘天津第六分公司	天津市津南区行政审批局	津（津南）卫公证字（2024）第 00022 号	美容店	2028-1-21
33	辽宁植物医生长春第六分公司	长春市朝阳区卫生健康局	吉卫公证字（2023）第 220104-GM0160 号	生活美容	2027-5-15
34	辽宁植物医生长春第三分公司	长春市南关区卫生健康局	南卫公字（2023）第 GM00146 号	生活美容	2027-6-12
35	辽宁植物医生长春第四分公司	长春市南关区卫生健康局	南卫公字（2023）第 GM00147 号	生活美容	2027-6-12
36	辽宁植物医生长春宽城区分公司	长春市卫生健康委员会	长卫公证字（2023）第 0020 号	生活美容	2027-6-19
37	辽宁植物医生大东分公司	沈阳市大东区卫健局	沈卫环字（2023）第 05153071 号	美容院	2027-5-9
38	辽宁植物医生皇姑第二分公司	沈阳市卫生健康委员会	沈卫公字（2025）第 010019 号	美容店	2029-3-20
39	辽宁植物医生沈阳第八分公司	沈阳市卫生健康委员会	沈卫公字（2025）第 010026 号	美容店(面积在 30㎡以上）	2029-3-31
40	辽宁植物医生沈阳第二分公司	沈阳市铁西区行政审批局	沈卫环字（2023）第 0101256 号	美容店(面积在 30㎡以上）	2027-7-3
41	辽宁植物医生沈阳第二十二分公司	沈阳市于洪区卫生健康局	沈卫公字(2023)第 176 号	美容店	2027-9-3
42	山西植物医生阳泉四矿分公司	阳泉市矿区行政审批服务管理局	**晋卫公字（2023）第 140303-0106 号**	美容店	2027-6-19
43	辽宁植物医生沈阳第二十一分公司	沈阳市于洪区卫生健康局	沈卫公字(2023)第 177 号	美容店	2027-9-3
44	辽宁植物医生沈阳第二十五分公司	沈阳市大东区卫生健康局	沈卫环字（2024）第 05154016 号	美容院	2028-1-24
45	辽宁植物医生沈阳第二十六分公司	沈阳市卫生健康委员会	沈卫公字（2025）第 010027 号	美容店(面积在 30㎡以上）	2029-3-31
46	辽宁植物医生沈阳第九分公司	沈阳市卫生健康委员会	沈卫公字（2025）第 010015 号	美容店	2029-3-19
47	辽宁植物医生沈阳第六分公司	沈阳市铁西区行政审批局	沈卫环字（2023）第 0101240 号	美容店(面积在 30㎡以上）	2027-6-29
48	辽宁植物医生沈阳第七分公司	沈阳市沈河区卫生健康局	沈卫公字（2025）第 0460015 号	美容店	2029-4-26
49	辽宁植物医生沈阳	沈阳市铁西区行政	沈卫环字（2023）第	美容店(面积在 30	2027-8-23

序号	持证公司名称	发证机关	证件编号	许可范围	有效期至
	第十八分公司	审批局	0101397 号	㎡以上）	
50	辽宁植物医生沈阳第十分公司	沈阳市大东区卫健局	沈卫环字（2023）第 05153068 号	美容院	2027-5-7
51	辽宁植物医生沈阳第十六分公司	沈阳市卫生健康委员会	沈卫公字（2025）第 010016 号	美容店	2029-3-19
52	辽宁植物医生沈阳第十七分公司	沈阳市于洪区卫生健康局	沈卫公字(2023)第 141 号	美容店	2027-7-26
53	辽宁植物医生沈阳第十四分公司	沈阳市卫生健康委员会	沈卫公字（2025）第 010014 号	美容店	2029-3-19
54	辽宁植物医生沈阳第十五分公司	沈阳市大东区卫健局	沈卫环字（2023）第 05153064 号	美容院	2027-5-4
55	辽宁植物医生沈阳第十一分公司	沈阳市和平区行政审批局	沈和卫公许字（2023）第 267 号	美容店	2027-9-24
56	宁夏植物医生第二分公司	银川市兴庆区审批服务管理局	银兴卫环证字（2023）第 GLM-000345 号	生活美容服务	2027-4-23
57	宁夏植物医生第三分公司	银川市兴庆区审批服务管理局	银兴卫环证字（2023）第 GLM-000346 号	生活美容服务	2027-4-23
58	宁夏植物医生第六分公司	银川市金凤区审批服务管理局	银金审服（卫）字 2023 第 789 号	生活美容	2027-10-18
59	宁夏植物医生第七分公司	吴忠市卫生健康委员会	吴卫公证字（2025）第 640300-0188 号	生活美容	2029-5-29
60	宁夏植物医生第十五分公司	银川市兴庆区审批服务管理局	银兴卫环证字（2023）第 GLM-000347 号	生活美容服务	2027-4-23
61	宁夏植物医生第十七分公司	银川市兴庆区审批服务管理局	银兴卫环证字（2023）第 GLM-000348 号	生活美容服务	2027-4-23
62	宁夏植物医生第二十一分公司	银川市兴庆区审批服务管理局	银兴审服（卫）字（2025）第 0322 号	生活美容	2029-5-13
63	宁夏植物医生第二十二分公司	银川市兴庆区审批服务管理局	银兴审服（卫）字（2025）第 0323 号	生活美容	2029-5-13
64	宁夏植物医生第八分公司	呼和浩特市回民区行政审批和政务服务局	回卫公字（2023）193 号	生活美容	2027-6-19
65	宁夏植物医生第九分公司	昆都仑区行政审批和政务服务局	包昆卫公字（2023）第 150203-KQD826 号	美发场所、美容场所（仅限生活美容）	2027-6-5
66	宁夏植物医生第十分公司	昆都仑区行政审批和政务服务局	包昆卫公字（2023）第 150203-KQD827 号	美发场所、美容场所（仅限生活美容服务）	2027-6-5
67	宁夏植物医生第十一分公司	呼和浩特市回民区行政审批和政务服务局	回卫公字（2023）194 号	生活美容	2027-6-19
68	宁夏植物医生第十八分公司	昆都仑区行政审批和政务服务局	包昆卫公字（2023）第 150203-KQD801 号	美容场所（仅限生活美容服务）	2027-5-28
69	宁夏植物医生第十九分公司	昆都仑区行政审批和政务服务局	包昆卫公字（2023）第 150203-KQ1057 号	美容场所（仅限生活美容服务）	2027-9-17
70	宁夏植物医生包头市第二十化妆品分公司	包头市青山区卫生健康委员会	包青卫公字（2024）第 150204-0065 号	美容店	2028-5-22

序号	持证公司名称	发证机关	证件编号	许可范围	有效期至
71	陕西植物医生西安第三分公司	西安市碑林区行政审批服务局	碑卫审字(2023)第 170 号	美容店	2027-6-5
72	陕西植物医生西安第四分公司	西安市碑林区行政审批服务局	碑卫审字(2024)第 308 号	美容店	2028-7-17
73	陕西植物医生咸阳第十分公司	咸阳市秦都区行政审批服务局	咸秦卫公字（2023）第 610402-251 号	美容（不含医学美容）	2027-8-6
74	陕西植物医生西安第六分公司	西安市莲湖区行政审批服务局	莲审批证字（2023）第 0169 号	生活美容店经营	2027-6-11
75	陕西植物医生西安第七分公司	西安市碑林区行政审批服务局	碑卫审字(2023)第 685 号	美容店	2027-12-25
76	陕西植物医生西安第十分公司	西安市莲湖区行政审批服务局	莲审批证字（2023）第 0171 号	生活美容店经营	2027-6-11
77	陕西植物医生西安第十一分公司	西安市雁塔区行政审批服务局	雁塔卫监字（2023）第 048 号	生活美容	2027-10-29
78	陕西植物医生西安第十七分公司	西安市莲湖区行政审批服务局	莲审批证字（2023）第 0172 号	生活美容店经营	2027-6-11
79	陕西植物医生西安第二十四分公司	西安市雁塔区行政审批服务局	雁塔卫监字（2023）第 0371 号	生活美容	2027-5-23
80	陕西植物医生西安三十四分公司	西安市碑林区行政审批服务局	碑卫审字(2023)第 173 号	美容店	2027-6-5
81	陕西植物医生西安第三十六分公司	西安市雁塔区行政审批服务局	雁塔卫监字（2023）第 0370 号	生活美容	2027-5-23
82	陕西植物医生西安第三十七分公司	陕西省西咸新区行政审批服务局	陕西咸审服卫公字（2023）第 1058 号	生活美容	2027-6-13
83	陕西植物医生西安第三十八分公司	西安市雁塔区行政审批服务局	雁塔卫监字（2023）第 0369 号	生活美容	2027-5-23
84	陕西植物医生咸阳第五分公司	咸阳市秦都区行政审批服务局	咸秦卫公字（2023）第 610402-250 号	美容（不含医学美容）	2027-8-6
85	陕西植物医生咸阳第六分公司	咸阳市秦都区行政审批服务局	咸秦卫公字（2023）第 610402-253 号	美容（不含医学美容）	2027-8-6
86	陕西植物医生咸阳第七分公司	咸阳市秦都区行政审批服务局	咸秦卫公字（2023）第 610402-252 号	美容（不含医学美容）	2027-8-6
87	陕西植物医生咸阳第一分公司	咸阳市秦都区行政审批服务局	咸秦卫公字（2023）第 610402-214 号	美容（不含医学美容）	2027-7-13
88	陕西植物医生咸阳第三分公司	咸阳市渭城区行政审批服务局	咸渭卫公许字（2024）第 059 号	美容店（不得从事医疗美容行为）	2028-10-27
89	陕西植物医生咸阳第四分公司	咸阳市渭城区行政审批服务局	咸渭卫公许字（2024）第 054 号	美容店（不得从事医疗美容行为）	2028-10-10
90	陕西植物医生西安第十三分公司	西安市雁塔区行政审批服务局	雁塔卫监字（2023）第 1094 号	生活美容	2027-11-8
91	陕西植物医生西安第二十二分公司	西安市雁塔区行政审批服务局	雁塔卫监字（2023）第 0850 号	生活美容	2027-5-18
92	陕西植物医生西安第二十三分公司	西安市莲湖区行政审批服务局	莲审批证字（2023）第 0174 号	生活美容店经营	2027-6-11
93	陕西植物医生西安第二十五分公司	西安市雁塔区行政审批服务局	雁塔卫监字（2023）第 0977 号	生活美容	2027-10-11
94	陕西植物医生西安第九分公司	西安市莲湖区行政审批服务局	莲审批证字（2023）第 0374 号	生活美容店经营	2027-10-11

序号	持证公司名称	发证机关	证件编号	许可范围	有效期至
95	陕西植物医生西安第十九分公司	西安市雁塔区行政审批服务局	雁塔卫监字（2023）第0348 号	生活美容	2027-5-18
96	陕西植物医生西安第十五分公司	西安市雁塔区行政审批服务局	雁塔卫监字（2024）第1002 号	生活美容	2028-11-07
97	陕西植物医生咸阳第八分公司	咸阳市秦都区行政审批服务局	咸秦卫公字[2025]第610402-360 号	美容（不含医学美容）	2029-8-25
98	陕西植物医生咸阳第九分公司	咸阳市秦都区行政审批服务局	咸秦卫公字（2023）第610402-254 号	美容（不含医学美容）	2027-8-7
99	陕西植物医生咸阳第十一分公司	咸阳市渭城区行政审批服务局	咸渭卫公许字（2024）第 058 号	美容店（不得从事医疗美容行为）	2028-10-27
100	陕西植物医生咸阳第十二分公司	咸阳市秦都区行政审批服务局	咸秦卫公字（2023）第610402-236 号	美容（不含医学美容）	2027-7-26
101	陕西植物医生咸阳第十四分公司	咸阳市秦都区行政审批服务局	咸秦卫公字（2023）第610402-225 号	美容（不含医学美容）	2027-7-19
102	陕西植物医生西安第五分公司	西安市莲湖区行政审批服务局	莲审批证字（2023）第0170 号	生活美容店经营	2027-6-11
103	陕西植物医生西安第二十九分公司	西安市碑林区行政审批服务局	碑卫审字(2023)第 534 号	美容店	2027-10-10
104	陕西植物医生咸阳第十五分公司	咸阳市秦都区行政审批服务局	咸秦卫公字（2023）第610402-368 号	美容（不含医学美容）	2027-9-25
105	四川植物医生成都第二十一分公司	成都市金牛区政务服务管理和行政审批局	川卫公证字（2023）第510106000073 号	美容店	2027-4-3
106	四川植物医生绵阳第一分公司	绵阳市涪城区**政务服务和**行政审批局	川卫公证字（2024）第51070300000481 号	生活美容	2027-6-28
107	四川植物医生成都第十七分公司	成都市锦江区行政审批局	川卫公证字（2023）第510104000100 号	美容店	2027-4-5
108	四川植物医生第八分公司	成都市成华区行政审批局	川卫公证字（2023）第510108000194 号	公共场所：美容店	2027-6-18
109	四川植物医生成都第三十二分公司	成都市武侯区行政审批局	川卫公证字（2023）第510107000070 号	美容店	2027-4-3
110	四川植物医生成都第二十六分公司	成都市成华区行政审批局	川卫公证字（2023）第510108000072 号	公共场所：美容店	2027-4-6
111	四川植物医生成都第三十六分公司	成都高新技术产业开发区卫生健康局	川卫公证字（2023）第510109000119 号	美容店	2027-4-10
112	四川植物医生成都第三十九分公司	成都市金牛区政务服务管理和行政审批局	川卫公证字（2023）第510106000080 号	美容店	2027-4-6
113	四川植物医生成都第四十分公司	成都市双流区卫生健康局	川卫公证字（2023）第510122000368 号	美容店	2027-10-29
114	四川植物医生凉山州名店街店	西昌市卫生健康局	川卫公证字（2024）第5134010000403 号	美容店（生活美容）	2028-1-9
115	四川植物医生凉山州沃尔玛店	西昌市卫生健康局	川卫公证字（2024）第5134010000404 号	美容店（生活美容）	2028-1-9
116	四川植物医生桃蹊路分公司	成都市成华区行政审批局	川卫公证字（2023）第510108000192 号	公共场所：美容店	2027-6-18
117	四川植物医生成都	成都市金牛区政务	川卫公证字（2023）第	美容店	2027-4-2

序号	持证公司名称	发证机关	证件编号	许可范围	有效期至
	第一分公司	服务管理和行政审批局	510106000071 号		
118	四川植物医生第二十八分公司	成都市锦江区行政审批局	川卫公证字（2024）第510104000509 号	美容店	2027-4-5
119	四川植物医生成都第四十三分公司	成都市锦江区行政审批局	川卫公证字（2023）第510104000098 号	美容店	2027-4-5
120	四川植物医生成都第七分公司	成都高新技术产业开发区卫生健康局	川卫公证字（2023）第510109000126 号	美容店	2027-4-16
121	四川植物医生第三十分公司	成都市锦江区行政审批局	川卫公证字（2023）第510104000099 号	美容店	2027-4-5
122	四川植物医生成都第三十三分公司	成都市金牛区政务服务管理和行政审批局	川卫公证字（2025）第510106000173 号	美容店	2029-5-6
123	四川植物医生第十三分公司	成都市锦江区行政审批局	川卫公证字（2023）第510104000110 号	美容店	2027-4-9
124	四川植物医生成都第三十八分公司	成都市成华区行政审批局	**川卫公证字（2026）第510108000061 号**	公共场所：美容店	**2030-2-3**
125	四川植物医生成都第三十七分公司	成都市双流区卫生健康局	川卫公证字（2023）第510122000369 号	美容店	2027-10-29
126	四川植物医生成都第四十一分公司	成都市金牛区政务服务管理和行政审批局	川卫公证字（2023）第510106000146 号	美容店	2027-5-28
127	四川植物医生西昌市长安中路店	西昌市卫生健康局	**川卫公证字（2024）第5134010000613 号**	美容店（生活美容）	2028-1-9
128	四川植物医生佳灵路分公司	成都市武侯区行政审批局	川卫公证字（2023）第510107000361 号	美容店	2027-10-25
129	四川植物医生第五分公司	成都市武侯区行政审批局	川卫公证字（2023）第510107000067 号	美容店	2027-4-2
130	四川植物医生成都第四十四分公司	成都市成华区行政审批局	川卫公证字（2023）第510108000193 号	公共场所：美容店	2027-6-18
131	四川植物医生成都第四十五分公司	成都市成华区行政审批局	川卫公证字（2023）第510108000088 号	公共场所：美容店	2027-4-18
132	四川植物医生绵阳第四分公司	绵阳市涪城区政务服务和行政审批局	川卫公证字（2024）第51070300000481 号	生活美容	2027-6-28
133	四川植物医生成都第四十六分公司	成都高新技术产业开发区卫生健康局	川卫公证字（2023）第510109000145	美容店	2027-4-23
134	四川植物医生成都第四十七分公司	成都市金牛区政务服务管理和行政审批局	川卫公证字（2023）第510106000180 号	美容店	2027-6-15
135	四川植物医生红星路分公司	成都市锦江区行政审批局	川卫公证字（2025）第510104000224 号	美容店	2029-5-6
136	四川植物医生光华北三路分公司	成都市青羊区行政审批局	川卫公证字（2023）第510105000197 号	美容店	2027-6-19
137	四川植物医生成都欣然二街分公司	成都市成华区行政审批局	川卫公证字（2023）第510108000396 号	美容店	2027-10-23
138	四川植物医生成都上沙河铺街分公司	成都市锦江区行政审批局	川卫公证字（2024）第510104000024 号	美容店	2028-1-17
139	四川植物医生成都	成都市金牛区政务	川卫公证字（2023）第	美容店	2027-10-17

序号	持证公司名称	发证机关	证件编号	许可范围	有效期至
	蜀汉路分公司	服务管理和行政审批局	510106000370 号		
140	四川植物医生成都交大路分公司	成都市金牛区政务服务管理和行政审批局	川卫公证字（2023）第 510106000369 号	美容店	2027-10-17
141	四川植物医生成都石人南路分公司	成都市青羊区行政审批局	川卫公证字（2023）第 510105000363 号	美容店	2027-10-8
142	上海京町松江第六分公司	上海市松江区卫生健康委员会	（2025）松字第 17030050 号	美容店	2029-9-25
143	上海京町嘉定第一分公司	上海市嘉定区卫生健康委员会	（2024）嘉字第 14030012 号	美容店（主营）	2028-1-25
144	北植科技上海虹桥机场分公司	中华人民共和国上海虹桥机场海关	证字第 220322000010069 号	商场（店）	2026-12-12
145	上海京町松江第七分公司	上海市松江区卫生健康委员会	（2024）松字第 17030001 号	美容店	2028-1-8
146	上海京町鹿都第二分公司	上海市松江区卫生健康委员会	（2024）松字第 17030008 号	美容店	2028-4-11
147	安徽植物医生包河区第一分公司	合肥市包河区卫生健康委员会	皖卫（公）证字（2023）第 340111-170 号	美容店	2027-5-7
148	安徽植物医生庐阳第一分公司	合肥市庐阳区卫生健康委员会	皖卫公证字（2023）第 3401030078 号	美容店	2027-5-5
149	安徽植物医生第七分公司	合肥市包河区卫生健康委员会	皖卫（公）证字（2023）第 340111-169 号	美容店	2027-5-7
150	安徽植物医生第八分公司	合肥市庐阳区卫生健康委员会	皖卫公证字（2024）第 3401030114 号	美容店	2028-6-20
151	安徽植物医生第九分公司	合肥市庐阳区卫生健康委员会	皖卫公证字（2023）第 3401030077 号	美容店	2027-5-5
152	安徽植物医生第三分公司	合肥市包河区卫生健康委员会	皖卫（公）证字（2024）第 340111-TA109 号	美容店	2028-12-9
153	安徽植物医生经开区分公司	合肥市卫生健康委员会	皖卫公证字（2023）第 J006 号	生活美容	2027-5-8
154	安徽植物医生第四分公司	合肥市瑶海区卫生健康委员会	皖合瑶卫公证字（2025）第 340102033 号	美容店	2029-3-12
155	安徽植物医生第一分公司	合肥市卫生健康委员会	皖卫公证字（2023）第 J005 号	生活美容	2027-5-8
156	安徽植物医生第五分公司	合肥市蜀山区卫生健康委员会	皖卫公证字（2023）第 340104-140 号	美容店	2027-5-17
157	安徽植物医生蜀山分公司	合肥市蜀山区卫生健康委员会	皖卫公证字（2024）第 340104-333 号	美容店	2028-7-29
158	安徽植物医生徐州第一分公司	徐州市鼓楼区行政审批局	苏卫公证字（2023）第 320302-0062 号	美容店	2027-4-6
159	安徽植物医生徐州第二分公司	徐州市鼓楼区行政审批局	苏卫公证字（2023）第 320302-0121 号	美容店	2027-5-9
160	安徽植物医生黄山第三分公司	黄山市屯溪区卫生健康委员会	屯卫公证字（2023）第 341002-214 号	美容	2027-5-30
161	安徽植物医生黄山第一分公司	黄山市屯溪区卫生健康委员会	屯卫公证字（2023）第 341002-212 号	美容	2027-5-30

序号	持证公司名称	发证机关	证件编号	许可范围	有效期至
162	安徽植物医生六安分公司	六安市裕安区卫生健康委员会	六裕卫公字（2023）第341503230310 号	美容店	2027-8-14
163	安徽植物医生六安第二分公司	六安市裕安区卫生健康委员会	六裕卫公字（2024）第341503240163 号	美容店	2028-8-14
164	安徽植物医生六安第三分公司	六安市裕安区卫生健康委员会	六裕卫公字（2023）第341503230311 号	美容店	2027-8-14
165	安徽植物医生六安第五分公司	六安市裕安区卫生健康委员会	六裕卫公字（2023）第341503230242 号	美容店	2027-6-28
166	安徽植物医生第十分公司	合肥市庐阳区卫生健康委员会	皖卫公证字[2025]第3401030176 号	美容店	2029-9-29
167	安徽植物医生庐阳分公司	合肥市庐阳区卫生健康委员会	皖卫公证字（2023）第3401030063 号	美容店	2027-4-19
168	安徽植物医生翡翠分公司	合肥市卫生健康委员会	皖卫公证字（2023）J038 号	美容店	2027-6-20
169	安徽植物医生黄山第二分公司	黄山市屯溪区卫生健康委员会	屯卫公证字（2023）第341002-213 号	美容	2027-5-30
170	安徽植物医生第六分公司	合肥市蜀山区卫生健康委员会	皖卫公证字（2023）第340104-439 号	美容店	2027-12-12
171	安徽植物医生海棠分公司	合肥市庐阳区卫生健康委员会	皖卫公证字[2025]第3401030177 号	美容店	2029-9-29
172	安徽植物医生祁门分公司	合肥市蜀山区卫生健康委员会	皖卫公证字（2025）第340104-036 号	美容店	2029-2-25
173	湖北植物医生经开万达分公司	武汉经济技术开发区（汉南区）行政审批局	鄂卫公证字（2023）第42010563777 号	美容店（限）	2027-5-25
174	湖北植物医生江汉第六分公司	武汉市江汉区行政审批局	江审公字（2023）第1809 号	经营——美容院	2027-6-8
175	湖北植物医生凯德广场分公司	武汉市武昌区行政审批局	武昌行审公证字（2023）第0145 号	美容场所（限）	2027-4-22
176	湖北植物医生长城坐标城第二分公司	武汉东湖新技术开发区管理委员会	武新管卫公证字（2023）第0108 号	美容店	2027-5-14
177	湖北植物医生武汉沌口分公司	武汉经济技术开发区（汉南区）行政审批局	鄂卫公证字（2023）第42010563776 号	美容店（限）	2027-5-25
178	湖北植物医生世界城旗舰分公司	武汉东湖新技术开发区管理委员会	武新管卫公证字（2023）第0109 号	美容店	2027-5-14
179	湖北植物医生世界城第三分公司	武汉东湖新技术开发区管理委员会	武新管卫公证字（2023）第0239 号	美容店	2027-10-15
180	湖北植物医生江腾广场分公司	武汉市汉阳区行政审批局	阳卫公证字（2023）第42010509024 号	经营——美容	2027-9-26
181	湖北植物医生中山大道分公司	武汉市江汉区行政审批局	江审公字（2023）第1805 号	经营——美容院	2027-6-8
182	湖北植物医生长城坐标城分公司	武汉东湖新技术开发区管理委员会	武新管卫公证字（2023）第0111 号	美容店	2027-5-14
183	湖北植物医生中南分公司	武汉市武昌区行政审批局	武昌行审公证字（2023）第0134 号	美容场所（限）	2027-4-18

序号	持证公司名称	发证机关	证件编号	许可范围	有效期至
184	湖北植物医生悦心汇分公司	武汉东湖新技术开发区管理委员会	武新管卫公证字（2023）第0110号	美容店	2027-5-14
185	湖北植物医生南湖分公司	武汉市武昌区行政审批局	武昌行审公证字（2023）第0132号	美容场所（限）	2027-4-18
186	湖北植物医生群星城分公司	武汉市武昌区行政审批局	武昌行审公证字[2025]第0622号	美容场所（限）	2029-9-10
187	湖北植物医生江汉路南街分公司	武汉市江岸区行政审批局	岸卫公字（2023）第0717266号	美容店	2027-6-8
188	湖北植物医生新华家园分公司	武汉市江汉区行政审批局	江审公字（2023）第1807号	经营——美容院	2027-6-8
189	湖北植物医生王家湾摩尔城分公司	武汉市汉阳区行政审批局	阳卫公证字[2025]第42010500045号	经营——美容店	2029-7-15
190	湖北植物医生钟家村汉商银座分公司	武汉市汉阳区行政审批局	阳卫公证字（2023）第42010502008号	经营——美容店	2027-6-28
191	湖北植物医生南国西汇分公司	武汉市硚口区行政审批局	硚卫公字（2023）第012235号	服务——美容店	2027-6-28
192	湖北植物医生万科广场分公司	武汉市洪山区行政审批局	（洪）卫（公）字（2023）第488号	美容店（限）	2027-10-16
193	湖北植物医生保利时代分公司	武汉东湖新技术开发区管理委员会	武新管卫公证字（2023）第0238号	美容店	2027-10-15
194	湖北植物医生龙湖天街分公司	武汉市洪山区行政审批局	（洪）卫（公）字（2023）第618号	美容店（限）	2027-12-21
195	湖北植物医生水果湖分公司	武汉市武昌区行政审批局	武昌行审公证字（2024）第0014号	美容场所（限）	2028-1-15
196	湖北植物医生银泰创意城分公司	武汉市洪山区行政审批局	（洪）卫（公）字(2024)第463号	美容店（限）	2028-12-30
197	湖北植物医生徐东大街分公司	武汉市武昌区行政审批局	武昌行审公证字（2025）第0024号	美容场所（限）	2029-1-20
198	湖北植物医生王家湾汉商第二分公司	武汉市汉阳区行政审批局	阳卫公证字（2025）第42010500010号	经营——美容店	2029-4-8
199	湖北植物医生江汉路循礼门分公司	武汉市江岸区行政审批局	岸卫公字（2025）第0718084号	美容店	2029-3-26
200	江苏明弘南京瞻园路分公司	南京市秦淮区行政审批局	苏卫公证字（2023）第320104-000287号	美容店	2027-9-13
201	江苏明弘南京秦淮分公司	南京市秦淮区行政审批局	苏卫公证字（2023）第320104-000285号	美容店	2027-9-11
202	江苏明弘南京玄武分公司	南京市玄武区卫生健康委员会	苏卫公证字（2023）第320102-000204号	美容店	2027-8-8
203	江苏明弘南京第十三分公司	南京市鼓楼区行政审批局	苏卫公证字（2023）第320106-000622号	美容店	2027-11-20
204	江苏明弘无锡蠡湖化妆品分公司	无锡市滨湖区卫生健康委员会	苏卫公证字（2024）年第320211-000129	美容店	2028-9-3
205	江苏明弘无锡清扬路分公司	无锡市梁溪区扬名街道办事处	**苏卫公证字（2024）第320213-012071号**	美容店	**2028-11-25**
206	江苏明弘无锡宝龙分公司	无锡国家高新技术产业开发区(无锡市新吴区)民政和卫生健康局	苏卫公证字（2023）第320214-000275号	美容店	2027-5-15

序号	持证公司名称	发证机关	证件编号	许可范围	有效期至
207	江苏明弘无锡欧尚分公司	无锡国家高新技术产业开发区(无锡市新吴区)民政和卫生健康局	苏卫公证字（2023）第320214-000272 号	美容店	2027-5-15
208	江苏明弘无锡宝龙第二分公司	无锡国家高新技术产业开发区(无锡市新吴区)民政和卫生健康局	苏卫公证字[2025]第320214-000249 号	美容店	2029-9-27
209	江苏明弘南京建康路分公司	南京市秦淮区政务服务管理办公室	苏卫公证字（2025）第320104-000034 号	美容店	2029-3-4
210	江苏明弘无锡崇安寺分公司	无锡市梁溪区崇安寺街道办事处	苏卫公证字（2023）第320213-001035 号	美容店	2027-5-14
211	江苏明弘南京清江分公司	南京市鼓楼区行政审批局	苏卫公证字（2023）第320106-000649 号	美容店	2027-12-21
212	深圳海盛第二十六分公司	深圳市龙华区卫生健康局	粤卫公证字（2025）第0311K05998 号	美容店（不含医学美容）	2029-3-6
213	深圳海盛第二十五分公司	深圳市宝安区卫生健康局	粤卫公证字（2023）第036AK02550 号	美容店（不含医学美容）	2027-11-19
214	深圳海盛顺德分公司	佛山市顺德区卫生健康局	粤卫公证字（2025）第0606C06308 号	美容店（不含医疗美容）	2029-5-28
215	深圳海盛第二十三分公司	深圳市宝安区卫生健康局	粤卫公证字（2025）第036AK02837 号	美容店（不含医学美容）	2029-5-21
216	深圳海盛湛江第六分公司	湛江市卫生健康局	**粤卫公证字（2025）第0802C01881 号**	美容店（不含医疗美容）	**2029-12-10**
217	深圳海盛茂名第一分公司	茂名市茂南区羊角镇人民政府	粤卫公证字（2025）第0902C04735 号	美容店（不含医疗美容）	2029-5-19
218	深圳海盛第十八分公司	深圳市宝安区卫生健康局	粤卫公证字[2025]第036AK02897 号	美容店（不含医疗美容）	2029-8-21
219	深圳海盛湛江第五分公司	湛江市卫生健康局	粤卫公证字[2025]第0803C02054 号	美容店（不含医疗美容）	2029-7-20
220	深圳海盛东莞第二分公司	东莞市卫生健康局	粤卫公证字（2022）第1907C00962 号	美容店（不含医疗美容）	2026-12-15
221	深圳海盛湛江第四分公司	湛江市卫生健康局	粤卫公证字（2023）第0802C01329 号	美容店（不含医疗美容）	2027-10-22
222	深圳海盛茂名分公司	茂名市茂南区人民政府河东街道办事处	粤卫公证字（2019）第0902C01714 号	美容店（不含医疗美容）	2027-3-27
223	深圳海盛湛江市第三分公司	湛江市卫生健康局	粤卫公证字[2025]第440880C00854 号	美容店（不含医疗美容）	2029-8-10
224	深圳海盛第十五分公司	深圳市罗湖区卫生健康局	粤卫公证字（2025）第0303K03111 号	美容店（不含医学美容）	2029-4-26
225	深圳海盛第十三分公司	广州市海珠区卫生健康局	粤卫公证字（2025）第0105G01194 号	美容店（不含医疗美容）	2029-5-21
226	深圳海盛深圳第九分公司	深圳市福田区卫生健康局	粤卫公证字（2023）第0304K04269 号	美容店（不含医学美容）	2027-11-20
227	深圳海盛深圳第七分公司	深圳市龙岗区卫生健康局	粤卫公证字（2025）第037GK01182 号	美容店（不含医学美容）	2029-6-5
228	深圳海盛民治分公	深圳市龙华区卫生	**粤卫公证字（2025）第**	美容店（不含医学	**2029-12-21**

序号	持证公司名称	发证机关	证件编号	许可范围	有效期至
	司	健康局	0311K06662 号	美容）	
229	深圳海盛深圳第二分公司	深圳市龙华区卫生健康局	粤卫公证字（2025）第0311K06661 号	美容店（不含医学美容）	2029-12-21
230	深圳海盛湛江分公司	湛江市卫生健康局	粤卫公证字[2025]第440880C00852	美容店（不含医疗美容）	2029-8-10
231	深圳海盛前进二分公司	深圳市宝安区卫生健康局	粤卫公证字（2024）第036JK00018 号	美容店（不含医学美容）	2028-2-28
232	深圳海盛创业路分公司	深圳市宝安区卫生健康局	粤卫公证字[2025]第0306K01746 号	美容店（不含医学美容）	2028-2-28
233	深圳海盛前进分公司	深圳市宝安区卫生健康局	粤卫公证字（2025）第036JK00302 号	美容店（不含医学美容）	2029-4-10
234	深圳海盛常兴分公司	深圳市南山区卫生健康局	粤卫公证字（2023）第0305K03744 号	美容店（不含医学美容）	2027-12-13
235	深圳海盛第二十七分公司	深圳市龙岗区卫生健康局	粤卫公证字（2023）第037GK00727 号	美容店（不含医学美容）	2027-11-16
236	深圳海盛第二十八分公司	深圳市南山区卫生健康局	粤卫公证字（2023）第0305K03707 号	美容店（不含医学美容）	2027-11-23
237	深圳海盛第二十九分公司	深圳市龙华区卫生健康局	粤卫公证字（2023）第0311K04775 号	美容店（不含医学美容）	2027-11-29
238	深圳海盛东莞第六分公司	东莞市卫生健康局	粤卫公证字（2025）第1924C00778 号	美容店（不含医疗美容）	2029-5-27
239	深圳海盛广州第六分公司	广州市海珠区卫生健康局	粤卫公证字（2025）第0105G00299 号	美容店（不含医疗美容）	2029-3-27
240	深圳海盛安溪分公司	安溪县卫生健康局	闽安卫健公字（2023）第 220 号	美容	2027-11-19
241	深圳海盛安溪城厢分公司	安溪县卫生健康局	闽安卫健公字（2024）第 329 号	美容	2028-11-19
242	山西植物医生阳泉南山分公司	阳泉市城区行政审批服务管理局	晋卫公字（2023）第140302-6188 号	美容店	2027-8-17
243	深圳海盛泉州第二分公司	晋江市卫生健康局	晋卫公字（2023）第0733 号	美容场所	2027-10-31
244	深圳海盛洛江分公司	泉州市洛江区卫生健康局	闽卫公字（2025）第350504000053 号	美容场所	2029-6-24
245	深圳海盛泉州第七分公司	晋江市卫生健康局	晋卫公字（2023）第0706 号	美容场所	2027-10-19
246	深圳海盛泉州第八分公司	晋江市卫生健康局	晋卫公字（2023）第0741 号	美容场所	2027-11-6
247	深圳海盛泉州第九分公司	泉州市鲤城区卫生健康局	闽泉鲤卫公字（2023）第承 A549 号	美容店	2027-10-25
248	广西植物医生柳州第一分公司	柳州市城中区卫生健康局	柳城中卫公字（2023）第 194 号变更	生活美容（4 床、48 平方米）	2027-5-21
249	广西植物医生西乡塘分公司	南宁市西乡塘区政务服务局	南西审批卫公字[2025]第 1039 号	生活美容（美容床 3 张）	2029-10-22
250	广西植物医生兴宁第四分公司	南宁市兴宁区卫生健康局	南兴卫公字（2023）第001955 号	美容店（生活美容，3 张床）	2027-3-27

序号	持证公司名称	发证机关	证件编号	许可范围	有效期至
251	广西植物医生兴宁第三分公司	南宁市兴宁区卫生健康局	南兴卫公字（2023）第001954 号	美容店（生活美容，2 张床）	2027-3-27
252	广西植物医生青秀分公司	南宁市青秀区政务服务局	南青审批卫公证字（2025）第4501032025000312 号	美容店（140 平方米，4 张床）	2029-4-14
253	广西植物医生兴宁第二分公司	南宁市兴宁区卫生健康局	南兴卫公字（2023）第001953 号	美容店（生活美容，4 张床）	2027-3-27
254	广西植物医生江南分公司	南宁市江南区卫生健康局	南江卫环证字〔2025〕第 352 号	生活美容服务（4 张美容床）	2029-10-23
255	广西植物医生兴宁第一分公司	南宁市兴宁区卫生健康局	南兴卫公字（2023）第002018 号	美容店（生活美容，4 张床）	2027-4-10
256	广西植物医生江南第一分公司	南宁市江南区卫生健康局	南江卫环证字（2023）第 220 号	生活美容服务（4 张美容床）	2027-8-27
257	广西植物医生兴宁第七分公司	南宁市兴宁区卫生健康局	南兴卫公字（2024）第002326 号	美容店（生活美容，4 张床）	2028-1-9
258	广西植物医生西乡塘第一分公司	南宁市西乡塘区政务服务局	南西审批卫公字[2025]第 1038 号	生活美容（美容床 5 张）	2029-10-22
259	云南洱黛昆明第三十三分公司	昆明市官渡区卫生健康局	官卫环证字（2023）09-08582 号	美容店	2027-3-27
260	云南洱黛昆明第三十二分公司	昆明市西山区卫生健康局	西卫公证字（2025）第530112008392 号	美容美发场所：（美容店）	2029-4-8
261	云南洱黛恒隆百货分公司	昆明市五华区卫生健康局	五卫公证字（2023）第530102012567 号	美容美发场所（美容店）	2028-4-9
262	云南洱黛昆明华域大厦分公司	昆明市五华区卫生健康局	五卫公证字（2023）第530102012568 号	美容美发场所（美容店）	2028-4-9
263	云南洱黛昆明第二十八分公司	昆明市五华区卫生健康局	五卫公证字（2023）第530102012566 号	美容美发场所（美容店）	2028-4-9
264	云南洱黛昆明第二十一分公司	昆明市西山区卫生健康局	西卫公证字（2023）第530112007007 号	美容美发场所：美容店	2027-3-23
265	昆明佩蕊化妆品有限公司	昆明市五华区卫生健康局	**五卫公证字（2025）第530102014782 号**	美容美发场所（美容店）	**2029-12-25**
266	昆明悦瑾化妆品有限公司	昆明市五华区卫生健康局	五卫公证字（2023）第530102012554 号	美容美发场所（美容店）	2029-2-11
267	昆明瑶薇化妆品有限公司	昆明市盘龙区卫生健康局	盘卫公证字（2025）第000161 号	美容店	2029-5-13
268	昆明娴姝化妆品有限公司	昆明市盘龙区卫生健康局	盘卫公证字（2023）第000083 号	美容店	2027-3-22
269	云南洱黛昆明第四十六分公司	昆明市盘龙区卫生健康局	盘卫公证字（2025）第000169 号	美容店	2029-5-18
270	昆明悦植化妆品有限公司	昆明市五华区卫生健康局	五卫公证字(2025）第530102014142 号	美容美发场所（美容店）	2029-4-7
271	云南洱黛昆明第三十五分公司	昆明市五华区卫生健康局	五卫公证字（2023）第530102012562 号	美容美发场所（美容店）	2028-4-9
272	云南洱黛昆明第三十八分公司	昆明市西山区卫生健康局	西卫公证字（2023）第530112007009 号	美容美发场所（美容店）	2027-3-23

序号	持证公司名称	发证机关	证件编号	许可范围	有效期至
273	云南洱黛昆明第四十五分公司	昆明市盘龙区卫生健康局	盘卫公证字（2025）第000168 号	美容店	2029-5-18
274	昆明薜荔化妆品有限公司	昆明市盘龙区卫生健康局	盘卫公证字（2023）第000089 号	美容店	2027-3-22
275	云南洱黛昆明第四十三分公司	昆明市盘龙区卫生健康局	盘卫公证字（2025）第000167 号	美容店	2029-5-18
276	贵阳舜英化妆品有限公司	贵阳市观山湖区卫生健康局	筑卫公证字（2023）第GX098 号	美容	2027-3-16
277	贵阳婉玥化妆品有限公司	贵阳市云岩区卫生健康局	黔卫公证字（2023）第520103-000092 号	美容店	2027-3-15
278	贵州植物医生中华南路分公司	贵阳市南明区卫生健康局	南卫公证字（2023）第520102000152 号	美容店	2027-3-22
279	贵州植物医生中山西路分公司	贵阳市云岩区卫生健康局	黔卫公证字（2023）第520103-000093 号	美容店	2027-3-15
280	贵州植物医生花果园第一分公司	贵阳市南明区卫生健康局	南卫公证字（2023）第520102000133 号	美容店	2027-3-19
281	贵州植物医生贵阳第五分公司	贵阳市南明区卫生健康局	南卫公证字（2023）第520102000836 号	美容店	2027-10-30
282	贵州植物医生观山湖分公司	贵阳市观山湖区卫生健康局	筑卫公证字（2023）第GX671 号	美容	2027-10-23
283	贵州植物医生贵阳第十分公司	贵阳市观山湖区卫生健康局	筑卫公证字（2025）第GX059 号	美容	2029-2-17
284	贵州植物医生贵阳第九分公司	贵阳市云岩区卫生健康局	黔卫公证字（2025）第520103-000066 号	美容店	2029-2-17
285	河北植物医生唐山市第一分公司	唐山市路南区行政审批局	冀卫公证字（2023）第130202-000018 号	美容	2027-3-22
286	河北植物医生石家庄民族路分公司	石家庄市桥西区行政审批局	冀卫公证字（2023）第130104-000239 号	美容	2027-5-17
287	河北植物医生广安分公司	石家庄市长安区行政审批局	冀卫公证字（2023）第130102-000094 号	美容	2027-3-23
288	河北植物医生石家庄分公司	石家庄市桥西区行政审批局	冀卫公证字（2023）第130104-000238 号	美容	2027-5-17
289	河北植物医生唐山市第五分公司	唐山市路南区**数据和**行政审批局	冀卫公证字（2023）第130202-000017 号	美容	2027-3-22
290	河北植物医生保定莲池区第二分公司	保定市莲池区行政审批局	冀卫公证字（2023）第130606-00032 号	美容	2027-5-6
291	河北植物医生保定莲池区第三分公司	保定市莲池区行政审批局	冀卫公证字（2023）第130606-000025 号	美容	2027-4-26
292	河北植物医生保定莲池区第五分公司	保定市莲池区行政审批局	冀卫公证字（2023）第130606-00028 号	美容	2027-5-4
293	河北植物医生唐山市第六分公司	唐山市路北区行政审批局	冀卫公证字（2023）第130203-000081 号	美容	2027-3-20
294	河北植物医生保定第六分公司	保定市竞秀区行政审批局	冀卫公证字（2023）第130602-150 号	美容	2027-11-16
295	河北植物医生保定莲池区第四分公司	保定市莲池区行政审批局	冀卫公证字（2024）第130606-160041 号	美容	2027-5-3
296	河北植物医生保定莲池区第七分公司	保定市莲池区行政审批局	冀卫公证字（2023）第130606-000065 号	美容	2027-11-6

序号	持证公司名称	发证机关	证件编号	许可范围	有效期至
297	河北植物医生石家庄中山东路分公司	石家庄市长安区行政审批局	冀卫公证字（2025）第130102-000096号	美容	2029-3-23
298	河北植物医生保定莲池区第八分公司	保定市莲池区行政审批局	冀卫公证字（2023）第130606-000064号	美容	2027-11-6
299	湖南植物医生岳麓区凯德壹中心第四分公司	湖南湘江新区管理委员会	湘新卫公字（2023）第080069号	美容服务	2027-10-11
300	湖南植物医生岳麓区奥克斯广场第三分公司	湖南湘江新区管理委员会	湘新卫公字（2023）第090022号	生活美容	2027-10-12
301	湖南植物医生天心区第二分公司	长沙市天心区卫生健康局	长天卫公证字（2023）第00237号	美容（不含医疗美容）	2027-9-10
302	湖南植物医生南门口分公司	长沙市天心区卫生健康局	长天卫公证字（2023）第0179号	美容（不含医疗美容）	2027-7-18
303	湖南植物医生黄新兴路分公司	长沙市天心区卫生健康局	长天卫公证字（2023）第0158号	美容店（不含医疗美容）	2027-7-3
304	山西植物医生阳泉滨河分公司	阳泉市城区行政审批服务管理局	晋卫公字（2023）第140302-6201号	美容店	2027-9-3
305	湖南植物医生长沙市天心区国金地下街分公司	长沙市天心区卫生健康局	长天卫公证字（2025）第0163号	美容（不含医疗美容）	2029-6-10
306	湖南植物医生长沙市雨花区凯德广场分公司	长沙市雨花区卫生健康局	长雨卫公字（2023）第0987号	生活美容	2027-11-1
307	山西植物医生阳泉矿区街铺分公司	阳泉市矿区行政审批服务管理局	晋卫公字（2023）第140303-0137号	美容店	2027-9-12
308	江西高植南昌第三分公司	南昌市青山湖区卫生健康委员会	湖卫公许字（2023）3053号	生活美容场所	2027-5-22
309	江西高植南昌第六分公司	南昌市青山湖区卫生健康委员会	湖卫公许字（2024）3340号	生活美容场所	2028-11-12
310	江西高植南昌第二分公司	南昌市青山湖区卫生健康委员会	湖卫公许字（2023）3213号	生活美容场所	2027-12-17
311	江西高植南昌第四分公司	南昌市西湖区卫生健康委员会	西卫公许字2025第0104号	生活美容场所	2029-5-29
312	江西高植南昌西湖区第二分公司	南昌市西湖区卫生健康委员会	西卫公许字2025第0103号	生活美容场所	2029-5-29
313	江西高植九江第三分公司	九江市浔阳区行政审批局	浔卫公许字（2025）0005号	生活美容场所	2029-2-23
314	江西高植九江第二分公司	九江市浔阳区行政审批局	浔卫公许字（2025）0004号	生活美容场所	2029-2-23
315	江西高植九江濂溪区分公司	九江市濂溪区卫生健康委员会	濂卫公许字（2023）0250号	生活美容场所	2027-8-16
316	江西高植九江浔阳区分公司	九江市浔阳区行政审批局	浔卫公许字（2023）0097号	生活美容场所	2027-10-17
317	江西高植九江濂溪区第二分公司	九江市濂溪区行政审批局	濂卫公许字（2023）第0319号	生活美容场所	2027-10-19
318	江西高植九江浔阳区第二分公司	九江市浔阳区行政审批局	浔卫公许（2024）0079号	生活美容场所	2028-7-17

序号	持证公司名称	发证机关	证件编号	许可范围	有效期至
319	重庆植物医生第二十三分公司	重庆市大渡口区卫生健康委员会	渝卫公证字（2023）第500104000069 号	美容店	2027-4-19
320	重庆植物医生第二十二分公司	重庆市沙坪坝区卫生健康委员会	渝卫公证字（2023）第500106000627	美容店	2027-11-16
321	重庆植物医生第十八分公司	重庆市合川区卫生健康委员会	渝卫公证字（2023）第500117000263 号	美容店	2027-5-31
322	重庆植物医生第十五分公司	重庆市綦江区卫生健康委员会	渝卫公证字（2023）第500110003552 号	美容店	2027-6-6
323	重庆植物医生第十四分公司	重庆市九龙坡区卫生健康委员会	渝卫公证字（2023）第500107000628 号	美容店	2027-11-14
324	重庆植物医生第十一分公司	重庆市綦江区卫生健康委员会	渝卫公证字（2023）第500110003551 号	美容店	2027-6-6
325	重庆植物医生第十分公司	重庆市渝北区卫生健康委员会	渝卫公证字（2023）第500112014352 号	美容店	2027-4-13
326	重庆植物医生第九分公司	重庆市渝北区卫生健康委员会	渝卫公证字（2023）第500112014351 号	美容店	2027-4-13
327	重庆植物医生第八分公司	重庆市南岸区卫生健康委员会	渝卫公证字（2023）第500108008880 号	美容店	2027-11-13
328	重庆植物医生第三分公司	重庆市九龙坡区卫生健康委员会	渝卫公证字（2023）第500107000627 号	美容店	2027-11-14
329	重庆植物医生第二分公司	重庆市南岸区卫生健康委员会	渝卫公证字（2025）第500108009296 号	美容店	2029-4-1
330	重庆植物医生第一分公司	**重庆市两江新区卫生健康委员会**	**渝卫公证字（2026）第500157200050 号**	美容店	2027-4-13
331	重庆植物医生第二十四分公司	重庆市九龙坡区卫生健康委员会	渝卫公证字（2023）第500107000626 号	美容店	2027-11-14
332	重庆植物医生第二十九分公司	重庆市合川区卫生健康委员会	渝卫公证字（2023）第500117000264 号	美容店	2027-5-31
333	重庆植物医生第二十七分公司	重庆市渝北区卫生健康委员会	渝卫公证字（2023）第500112014371 号	美容店	2027-4-19
334	重庆植物医生第二十八分公司	重庆市綦江区卫生健康委员会	渝卫公证字（2023）第500110003553 号	美容店	2027-6-6
335	重庆植物医生第三十一分公司	重庆市大渡口区卫生健康委员会	渝卫公证字（2023）第500104000218 号	美容店	2027-9-7
336	重庆植物医生第三十四分公司	重庆市渝北区卫生健康委员会	渝卫公证字（2023）第500112015226 号	美容店	2027-10-26
337	重庆植物医生第三十五分公司	重庆市合川区卫生健康委员会	渝卫公证字（2023）第500117000447 号	美容店	2027-11-19
338	重庆植物医生第三十七分公司	重庆市綦江区卫生健康委员会	渝卫公证字（2024）第500110003738 号	美容店	2028-3-18
339	重庆植物医生第三十九分公司	重庆市沙坪坝区卫生健康委员会	渝卫公证字（2024）第500106000175 号	美容店	2028-4-18
340	重庆植物医生第四十分公司	重庆市九龙坡区卫生健康委员会	渝卫公证字（2024）第500107000471 号	美容店	2028-7-14
341	浙江明弘宁波海曙东鼓道分公司	宁波市海曙区卫生健康局	浙卫公证字（2023）第330203-000052 号	美容店	2027-3-19
342	浙江明弘宁波开明街第二分公司	宁波市海曙区卫生健康局	浙卫公证字（2023）第330203-000051 号	美容店	2027-3-19

序号	持证公司名称	发证机关	证件编号	许可范围	有效期至
343	浙江明弘温州五马街分公司	温州市鹿城区卫生健康局	浙卫公证字（2022）第330302-000389 号	美容店	2026-7-28
344	浙江明弘宁波世纪分公司	宁波市鄞州区卫生健康局	浙卫公证字（2025）第330212-000287 号	美容店	2029-6-11
345	浙江明弘瑞安虹桥南路分公司	温州市瑞安市卫生健康局	浙卫公证字（2025）第330381-000088 号	美容店	2029-5-7
346	浙江明弘瑞安城关镇分公司	温州市瑞安市卫生健康局	浙卫公证字（2025）第330381-000089 号	美容店	2029-5-7
347	浙江明弘宁波开明街分公司	宁波市海曙区卫生健康局	浙卫公证字（2023）第330203-000041 号	美容店	2027-3-12
348	浙江明弘邱隘振兴分公司	宁波市鄞州区卫生健康局	浙卫公证字（2023）第330212-000463 号	美容店	2027-9-5
349	浙江明弘龙湖天街分公司	宁波市鄞州区卫生健康局	浙卫公证字（2023）第330212-000458 号	美容店	2027-9-5
350	浙江明弘温州双屿分公司	温州市鹿城区卫生健康局	浙卫公证字（2023）第330302-000561 号	美容店	2027-11-26
351	浙江明弘瑞安吾悦分公司	温州市瑞安市卫生健康局	浙卫公证字（2025）第330381-000048 号	美容店	2029-3-26
352	山东植物医生济南一分公司	济南市市中区行政审批服务局	鲁卫公证字（2023）第370103-000104 号	美容店（不含医学美容），公共场所	2027-4-17
353	山东植物医生济南二分公司	济南市市中区行政审批服务局	鲁卫公证字（2023）第370103-000123 号	美容店（不含医学美容），公共场所	2027-4-25
354	山东植物医生济南五分公司	济南高新技术产业开发区管理委员会	鲁卫公证字（2023）第370101-000092 号	美容店（不含医疗美容）	2027-4-25
355	山东植物医生济南六分公司	济南市槐荫区行政审批服务局	鲁卫公证字（2023）第370104000751 号	美容店（不含医学美容）公共场所	2027-9-27
356	山东植物医生济南七分公司	济南市市中区行政审批服务局	鲁卫公证字（2023）第370103-000564	美容店（不含医学美容）公共场所	2027-9-19
357	山东植物医生济南九分公司	济南市槐荫区行政审批服务局	鲁卫公证字（2024）第370104000015 号	**美容店（不含医学美容）公共场所**	2028-1-22
358	河南明弘郑州分公司	郑州市二七区卫生健康委员会	郑二卫公证字（2023）第 0924 号	生活美容	2027-9-24
359	河南明弘宏图街分公司	郑州市郑东新区社会事业局	郑东卫公证字（2023）200122 号	生活美容	2027-4-6
360	河南明弘兴华南街分公司	郑州市二七区卫生健康委员会	郑二卫公证字（2023）第 0923 号	生活美容	2027-9-24
361	河南明弘佳纷天地分公司	郑州市二七区卫生健康委员会	郑二卫公证字（2023）第 0922 号	生活美容	2027-9-24
362	河南明弘二七分公司	郑州市二七区卫生健康委员会	郑二卫公证字（2024）第 0028 号	生活美容	2028-1-14
363	佛山植物医生顺德第四分公司	佛山市顺德区卫生健康局	粤卫公证字[2025]第0606C06309 号	美容店（不含医疗美容）	2029-5-28
364	佛山植物医生顺德第三分公司	佛山市顺德区卫生健康局	粤卫公证字[2025]第0606C06318 号	美容店（不含医疗美容）	2029-5-29
365	佛山植物医生顺德第二分公司	佛山市顺德区卫生健康局	粤卫公证字[2025]第0606C06317 号	美容店（不含医疗美容）	2029-5-29
366	山西植物医生柳巷第二分公司	太原市迎泽区行政审批服务管理局	迎卫公字（2023）第4816 号	美容店（不含医疗美容）	2027-4-25

序号	持证公司名称	发证机关	证件编号	许可范围	有效期至
367	山西植物医生阳泉乐购分公司	阳泉市城区行政审批服务管理局	**晋卫公字（2022）第140302-6032号**	美容店	2026-3-27
368	山西植物医生永辉万达分公司	太原市杏花岭区行政审批服务管理局	杏卫公字（2023）第E049号	美容店	2027-4-19
369	山西植物医生运城盐湖第五分公司	盐湖区行政审批服务管理局	运盐卫公字（2022）第230101号	美容	2027-3-13
370	山西植物医生阳泉兴隆街铺分公司	阳泉市城区行政审批服务管理局	**晋卫公字（2023）第140302-6185号**	美容店	2027-8-14
371	山西植物医生德胜街铺分公司	阳泉市城区行政审批服务管理局	**晋卫公字（2023）第140302-6186号**	美容店	2027-8-14
372	山西植物医生阳泉第四分公司	阳泉市城区行政审批服务管理局	**晋卫公字（2023）第140302-6200号**	美容店	2027-9-3
373	湖南植物医生长沙市开福区第一分公司	长沙市开福区卫生健康局	长开卫公许证字（2023）第0351号	生活美容	2027-11-1
374	深圳海盛泉州第三分公司	晋江市卫生健康局	晋卫公字（2023）第0732号	美容场所	2027-10-31
375	深圳海盛福州第五分公司	福州市晋安区卫生健康局	榕晋卫公字[2025]第0197号	美容场所	2029-8-5
376	深圳海盛福州第六分公司	福州市晋安区卫生健康局	榕晋卫公字（2023）第0360号	美容场所	2027-12-17
377	深圳海盛三明分公司	三明市三元区卫生健康局	元卫公字（2024）第1136号	美容场所	2028-5-16
378	山西植物医生阳泉赛鱼分公司	阳泉市矿区行政审批服务管理局	**晋卫公字（2023）第140303-0006号**	美容店	2027-1-31
379	山西植物医生长风分公司	太原市小店区行政审批服务管理局	太小卫G字（2024）01388号	美容店	2028-12-26
380	山西植物医生运城盐湖第六分公司	盐湖区行政审批服务管理局	运盐卫公字（2022）第230102号	美容	2027-3-13
381	山西植物医生运城盐湖第三分公司	盐湖区行政审批服务管理局	运盐卫公字（2024）第240209号	美容	2028-7-18
382	辽宁植物医生沈阳第五分公司	沈阳市浑南区行政审批局	浑卫CSX字（2023）第审0150号	美容店(面积在30㎡以上）	2027-8-9
383	辽宁植物医生沈阳第一分公司	沈阳市铁西区行政审批局	沈卫环字（2023）第0101239号	美容院	2027-6-29
384	辽宁植物医生铁西区一分公司	沈阳市铁西区行政审批局	沈卫环字（2023）第0101259号	美容店(面积在30㎡以上）	2027-7-4
385	辽宁植物医生沈阳第二十八分公司	沈阳市卫生健康委员会	沈卫公字（2025）第010017号	美容店	2029-3-19
386	辽宁植物医生哈尔滨第九分公司	哈尔滨市南岗区卫生健康局	哈南卫公证字（2024）第0329号	美容场所（生活美容）	2028-9-17
387	山西植物医生运城盐湖第二分公司	盐湖区行政审批服务管理局	运盐卫公字（2020）第200482号	美容	2028-7-26
388	山西植物医生运城盐湖第一分公司	盐湖区行政审批服务管理局	运盐卫公字（2024）第240213号	美容	2028-7-18
389	山西植物医生亲贤街第二分公司	太原市小店区行政审批服务管理局	太小卫G字（2023）00224号	美容店（不含医疗美容）	2027-4-13
390	山西植物医生阳泉	阳泉市城区行政审	**晋卫公字（2023）第**	美容店	2027-4-27

序号	持证公司名称	发证机关	证件编号	许可范围	有效期至
	华龙分公司	批服务管理局	**140302-6136 号**		
391	山西植物医生柳巷第三分公司	太原市迎泽区行政审批服务管理局	迎卫公字（2023）第 5053 号	美容店（不包括医学美容）	2027-9-3
392	山西植物医生运城盐湖第七分公司	盐湖区行政审批服务管理局	运盐卫公字（2023）第 230462 号	美容	2027-11-13
393	山西植物医生阳泉兴隆街铺第二分公司	阳泉市城区行政审批服务管理局	**晋卫公字（2023）第 140302-6212 号**	美容店	2027-9-17
394	苏州明弘	苏州市姑苏区民政和卫生健康局	苏卫公证字（2023）第 320508-299 号	美容店（限非创伤性美容）	2027-12-28
395	苏州明弘苏州第一分公司	苏州工业园区卫生健康委员会	苏卫公证字（2023）第 320598000400 号	美容店	2027-11-29
396	苏州明弘苏州第四分公司	苏州市吴中区人民政府太湖街道办事处	苏卫公证字（2023）第 320506-000482 号	美容店	2027-11-23
397	苏州明弘印象城店	苏州工业园区卫生健康委员会	苏卫公证字（2023）第 320598000396 号	美容店	2027-11-23
398	云南洱黛昆明第四十四分公司	昆明市五华区卫生健康局	五卫公证字（2025）第 530102014088 号	美容美发场所（美容店）	2029-3-12
399	云南洱黛昆明第四十七分公司	昆明市五华区卫生健康局	五卫公证字[2025]第 530102014212 号	美容美发场所（美容店）	2029-5-8
400	北京明弘通州第一分公司	北京市通州区卫生健康委员会	通卫环监字（2024）第 00544 号	美容（限非医疗美容）	2028-9-2
401	北京明弘第二十一分公司	北京市昌平区卫生健康委员会	昌卫环监字（2025）第 00183 号	美容（非医疗美容）	2029-4-20
402	湖北植物医生黄孝河分公司	武汉市江岸区行政审批局	岸卫公字[2025]第 0718201 号	美容店	2029-7-15
403	山西植物医生	太原市万柏林区行政审批服务管理局	并万卫公字[2023]第 0207 号	美容（不含医学美容）	**2029-2-27**
404	北京明弘靓肤天津鞍山西道分公司	天津市南开区行政审批局	津（南开）审批卫公证字[2025]第 00254 号	生活美容	2029-7-16
405	宁夏植物医生第二十分公司	吴忠市卫生健康委员会	吴卫公证字（2025）第 640300-0195 号	生活美容	2029-6-4
406	深圳海盛东莞第三分公司	东莞市卫生健康局	粤卫公证字[2025]第 1907C01541 号	美容店（不含医疗美容）	2029-8-20
407	河北植物医生唐山市第七分公司	唐山市路南区数据和行政审批局	冀卫公证字（2025）第 130202-000077 号	美容	2029-6-10
408	重庆植物医生第四十一分公司	重庆市渝北区卫生健康委员会	渝卫公证字[2025]第 500112017592 号	美容店	2029-7-8
409	深圳海盛宁德蕉城分公司	宁德市蕉城区卫生健康局	宁蕉卫公字[2025]第 G00047 号	美容场所	2029-6-5
410	深圳海盛三明市三元区分公司	三明市三元区卫生健康局	元卫公字（2025）第 1221 号	美容场所	2029-7-30
411	深圳海盛第三十分公司	深圳市福田区卫生健康局	粤卫公证字[2025]第 0304K05407 号	美容店（不含医学美容）	2029-8-12
412	陕西植物医生西安第三十三分公司	雁塔区行政审批局	雁塔卫监字[2025]第 0626 号	生活美容服务	2029-8-12

序号	持证公司名称	发证机关	证件编号	许可范围	有效期至
413	浙江明弘靓肤宁波来福士分公司	宁波市江北区卫生健康局	浙卫公证字[2025]第330205-000154号	美容店	2029-9-27
414	四川植物医生成都第四十八分公司	成都市锦江区行政审批局	川卫公证字[2025]第510104000505号	美容店	2029-9-23
415	湖北植物医生滨江天街分公司	武汉市武昌区行政审批局	武昌行审公证字[2025]第0697号	美容场所（限）	2029-10-29
416	湖北植物医生江宸天街分公司	武汉市江汉区行政审批局	江审公字[2025]第0242号	经营-美容店	2029-10-22
417	重庆植物医生化妆品有限公司第四十二分公司	重庆市南岸区卫生健康委员会	渝卫公证字[2026]第500108010151号	美容店	2030-1-13
418	四川植物医生化妆品有限公司成都第四十九分公司	成都市金牛区政务服务管理和行政审批局	川卫公证字[2025]第510106000581号	美容店	2029-12-28
419	湖北植物医生化妆品有限公司新荣天街分公司	武汉市江岸区行政审批局	岸卫公字[2025]第0718385号	美容店	2029-11-13
420	深圳市海盛实业有限公司广州第二分公司	广州市海珠区卫生健康局	粤卫公证字[2025]第0105G02953号	美容店（不含医疗美容）	2029-12-16

附件七 子公司、参股公司简要情况

（一）发行人其他控股子公司简要情况

1、发行人其他控股子公司的基本情况

单位：万元

序号	企业名称	股权结构	成立时间	控股方	注册资本	实收资本	注册地和主要生产经营地	主营业务及在发行人业务板块中定位
1	陕西植物医生	北植科技持股 100%	2015.01.26	北植科技	1,100	1,100	西安市	陕西、甘肃、青海地区的市场开拓及运营管理
2	辽宁植物医生	北植科技持股 100%	2014.04.18	北植科技	1,000	1,000	沈阳市	东北地区的市场开拓及运营管理
3	浙江明弘靓肤	北植科技持股 100%	2020.06.29	北植科技	1,000	500	宁波市	浙江地区的市场开拓及运营管理
4	江苏明弘靓肤	北植科技持股 100%	2017.10.26	北植科技	1,000	760	南京市	江苏地区的市场开拓及运营管理
5	广西植物医生	北植科技持股 100%	2017.01.05	北植科技	800	800	南宁市	广西地区的市场开拓及运营管理
6	安徽植物医生	北植科技持股 100%	2016.07.01	北植科技	715	340	合肥市	安徽地区的市场开拓及运营管理
7	深圳海盛	北植科技持股 100%	2001.11.02	北植科技	700	700	深圳市	广东、福建、海南地区的市场开拓及运营管理
8	佛山植物医生	深圳海盛持股 100%	2020.07.06	深圳海盛	600	-	佛山市	佛山地区的市场开拓及运营管理
9	湖北植物医生	北植科技持股 100%	2016.02.01	北植科技	500	500	武汉市	湖北地区的市场开拓及运营
10	上海京町	北植科技持股 100%	2012.07.25	北植科技	500	500	上海市	上海地区的市场开拓及运营管理
11	北京明弘靓肤	北植科技持股 100%	2016.05.25	北植科技	500	500	北京市	北京、天津地区的市场开拓及运营管理
12	河北植物医生	北植科技持股 100%	2017.12.20	北植科技	500	100	石家庄市	河北地区的市场开拓及运营管理
13	四川植物医生	北植科技持股 85%，张焱斌持股 10%，李相益持股 5%	2015.01.04	北植科技	500	500	成都市	四川地区的市场开拓及运营管理
14	云南洱黛	北植科技持股 100%	2015.10.16	北植科技	500	500	昆明市	云南、西藏地区的市场开拓及运营管理

序号	企业名称	股权结构	成立时间	控股方	注册资本	实收资本	注册地和主要生产经营地	主营业务及在发行人业务板块中定位
15	宁夏植物医生	北植科技持股 100%	2013.11.21	北植科技	410	410	银川市	宁夏地区的市场开拓及运营管理
16	贵州植物医生	北植科技持股 100%	2020.04.21	北植科技	400	400	贵阳市	贵州地区的市场开拓及运营管理
17	山东植物医生	北植科技持股 100%	2020.07.03	北植科技	300	300	济南市	山东地区的市场开拓及运营管理
18	湖南植物医生	北植科技持股 100%	2019.01.07	北植科技	300	300	长沙市	湖南地区的市场开拓及运营管理
19	新疆植物医生	北植科技持股 100%	2022.04.18	北植科技	300	200	乌鲁木齐市	新疆地区的市场开拓及运营管理
20	河南明弘靓肤	北植科技持股 100%	2022.03.28	北植科技	300	300	郑州市	河南地区的市场开拓及运营管理
21	江西高植美肌	北植科技持股 100%	2019.10.18	北植科技	200	200	南昌市	江西地区的市场开拓及运营管理
22	山西植物医生	北京明弘靓肤持股 100%	2019.10.29	北京明弘靓肤	200	200	太原市	山西地区的市场开拓及运营管理
23	苏州明弘靓肤	北植科技持股 100%	2023.03.14	北植科技	200	200	苏州市	苏州地区的市场开拓及运营管理
24	重庆植物医生	北植科技持股 100%	2019.05.14	北植科技	100	-	重庆市	重庆地区的市场开拓及运营管理
25	植物医生（国际）	北植科技持股 100%	2019.07.04	北植科技	300 万美元	300 万美元	中国香港	中国香港地区品牌管理运营、产品销售
26	日本植物医生	北植科技持股 100%	2019.09.03	北植科技	9,800 万日元	9,800 万日元	日本	日本地区品牌管理运营、产品销售等
27	贵阳婉玥	贵州植物医生持股 100%	2020.08.20	贵州植物医生	2	2	贵阳市	直营线下门店
28	贵阳舜英	贵州植物医生持股 100%	2020.07.17	贵州植物医生	2	2	贵阳市	直营线下门店
29	贵阳燕婉	贵州植物医生持股 100%	2020.06.19	贵州植物医生	2	2	贵阳市	直营线下门店
30	云南植物医生	云南洱黛持股 100%	2020.08.28	云南洱黛	100	2	昆明市	产品研发，目前尚未开展业务
31	昆明佩蕊	云南洱黛持股 100%	2020.03.16	云南洱黛	2	2	昆明市	直营线下门店
32	昆明悦瑾	云南洱黛持股 100%	2020.03.31	云南洱黛	2	2	昆明市	直营线下门店
33	昆明薜荔	云南洱黛持股 100%	2020.04.28	云南洱黛	2	2	昆明市	直营线下门店

序号	企业名称	股权结构	成立时间	控股方	注册资本	实收资本	注册地和主要生产经营地	主营业务及在发行人业务板块中定位
34	昆明珠曼	云南洱黛持股 100%	2020.08.07	云南洱黛	2	2	昆明市	直营线下门店
35	昆明瑶薇	云南洱黛持股 100%	2020.08.17	云南洱黛	2	2	昆明市	直营线下门店
36	昆明娴姝	云南洱黛持股 100%	2020.07.28	云南洱黛	2	2	昆明市	直营线下门店
37	昆明悦植	云南洱黛持股 100%	2020.05.15	云南洱黛	2	2	昆明市	直营线下门店
38	汉方护肤	日本植物医生株式会社持股 100%	2017.04.17	日本植物医生	4,000 万日元	4000 万日元	日本	主要负责日本地区委托加工采购及产品研发业务
39	植物医生电商	美丽动力持股 100%	2024.12.26	美丽动力	200	200	西安市	线上电商平台的运营及销售
40	明弘科技	北植科技持股 100%	2017.11.20	北植科技	120	120	北京市	IT 软件开发及服务公司，已停止运营
41	印尼植物医生	北植科技持股 55%，PT Jaya Fortuna Investama 持股 45%	2024.04.17	北植科技	623.68 亿印尼盾	18.30 亿印尼盾	印度尼西亚	负责印度尼西亚地区品牌管理运营、产品销售等
42	**云南昆植**	**北植科技持股 100%**	**2025.12.04**	**北植科技**	**3,000**	**3,000**	**昆明市**	**主要负责产品研发，目前尚未开展业务**

2、发行人其他控股子公司的主要财务数据

单位：万元

序号	企业名称	2025-12-31/2025 年度			
		总资产	净资产	营业收入	净利润
1	陕西植物医生	4,061.42	969.55	8,541.15	133.97
2	辽宁植物医生	2,672.04	704.73	5,069.58	130.62
3	浙江明弘靓肤	1,615.90	876.40	1,921.47	108.95
4	江苏明弘靓肤	2,465.44	1,059.39	2,193.40	253.11
5	广西植物医生	1,139.61	433.52	1,985.59	-40.81
6	安徽植物医生	2,296.86	849.54	3,343.55	268.07

序号	企业名称	2025-12-31/2025 年度			
		总资产	净资产	营业收入	净利润
7	深圳海盛	4,039.73	-1,190.96	8,124.29	-117.41
8	佛山植物医生	261.83	-404.99	374.71	-64.24
9	湖北植物医生	3,354.66	980.83	6,059.51	40.26
10	上海京町	4,340.81	-150.72	2,032.96	225.91
11	北京明弘靓肤	7,633.99	-8,787.51	9,281.76	-696.67
12	河北植物医生	968.24	-776.56	1,733.54	-148.62
13	四川植物医生	3,779.10	1,975.56	5,533.15	-471.97
14	云南洱黛	3,455.33	1,490.59	4,968.82	646.35
15	宁夏植物医生	1,158.70	-103.31	2,379.70	-293.28
16	贵州植物医生	2,358.73	715.60	2,043.20	19.40
17	山东植物医生	857.78	-288.93	788.09	-57.26
18	湖南植物医生	1,046.96	124.62	1,400.79	-28.25
19	新疆植物医生	143.64	143.61	-	0.03
20	河南明弘靓肤	1,314.85	419.06	982.85	21.28
21	江西高植美肌	948.45	-87.37	1,815.19	-22.72
22	山西植物医生	1,304.77	-1,867.33	2,927.04	-63.61
23	苏州明弘靓肤	340.28	-335.26	436.06	-164.24
24	重庆植物医生	2,330.23	-281.79	4,046.44	-159.54
25	植物医生（国际）	752.99	-162.58	1,619.67	-252.40
26	日本植物医生	894.09	-805.91	968.12	-703.43

序号	企业名称	2025-12-31/2025 年度			
		总资产	净资产	营业收入	净利润
27	贵阳婉玥	8.20	7.52	67.86	36.18
28	贵阳舜英	10.11	9.41	68.84	36.85
29	贵阳燕婉	15.57	13.90	139.59	73.73
30	云南植物医生	3.81	3.81	-	-0.04
31	昆明佩蕊	11.72	8.62	164.32	86.63
32	昆明悦瑾	9.76	8.04	146.49	77.40
33	昆明薜荔	12.26	7.88	128.52	71.69
34	昆明珠曼	10.43	8.84	140.70	74.98
35	昆明瑶薇	9.60	6.77	114.05	60.75
36	昆明娴姝	11.56	9.45	150.01	78.90
37	昆明悦植	15.90	13.35	168.72	89.02
38	汉方护肤	952.70	-465.60	661.83	-150.30
39	植物医生电商	701.45	200.81	1,384.36	0.81
40	明弘科技	159.40	155.04	4.37	-22.08
41	印尼植物医生	120.17	77.01	45.90	4.94
42	**云南昆植**	-	-	-	-

注：上表数据已经德皓审计

（二）发行人分公司情况

截至 2026 年 2 月 28 日，公司及下属子公司拥有的分公司数量情况如下：

序号	公司	分公司数量（家）
1	陕西植物医生化妆品有限公司	54
2	深圳市海盛实业有限公司	51
3	北京明弘靓肤化妆品有限公司	40
4	四川植物医生化妆品有限公司	39
5	湖北植物医生化妆品有限公司	31
6	辽宁植物医生化妆品有限公司	31
7	重庆植物医生化妆品有限公司	28
8	安徽植物医生化妆品有限公司	26
9	山西植物医生化妆品有限公司	22
10	宁夏植物医生化妆品有限公司	17
11	云南洱黛化妆品有限公司	15
12	河北植物医生化妆品有限公司	15
13	浙江明弘靓肤化妆品有限公司	13
14	广西植物医生化妆品有限公司	12
15	江苏明弘靓肤化妆品有限公司	12
16	江西高植美肌化妆品有限公司	12
17	湖南植物医生化妆品有限公司	9
18	贵州植物医生化妆品有限公司	9
19	上海京町化妆品有限公司	8
20	山东植物医生化妆品有限公司	6
21	河南明弘靓肤化妆品有限公司	5
22	苏州明弘靓肤化妆品有限公司	4
23	佛山植物医生化妆品有限公司	3
24	北京植物医生生物科技有限公司	1
25	植物医生（广东）生物科技有限公司	1
合计		464