

证券代码：605136 证券简称：丽人丽妆 公告编号：2021-072

上海丽人丽妆化妆品股份有限公司 关于变更部分募集资金投资项目的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

重要内容提示：

- 原尚未完成的募投项目：数据中心建设及信息系统升级项目、综合服务中心建设项目。
- 原已完成尚有节余资金的募投项目：品牌推广与渠道建设项目、补充流动资金项目。
- 新募投项目名称、投资总额及实施主体：社交媒体渠道建设和运营项目（以下简称“新项目”）；项目总投资额人民币 12,000.00 万元。项目实施主体为上海丽人丽妆化妆品股份有限公司（以下简称“公司”或“丽人丽妆”）及其全资子公司。
- 变更募集资金及节余募集资金投向的金额：新项目总投资额为人民币 12,000.00 万元，其中变更募集资金及节余募集资金合计金额为人民币 11,570.00 万元，其中：数据中心建设及信息系统升级项目全部未使用的募集资金及利息人民币 3,564.86 万元，综合服务中心建设项目全部未

使用的募集资金及利息人民币 5,941.60 万元，品牌推广与渠道建设项目全部节余的募集资金及利息人民币 2,038.27 万元，补充流动资金项目全部节余利息人民币 25.27 万元（截至 2021 年 12 月 13 日数据，具体金额以转出日为准），不足部分由公司自有资金补足。

- 新项目预计正常使用并产生收益的时间：新项目拟在上海市徐汇区漕溪北路 88 号圣爱大厦 20 楼、上海市徐汇区番禺路 872 号、876 号、878 号、900 号等地建立社交媒体运营基地，该项目计划建设期为 24 个月。
- 本事项经公司第二届董事会第二十一次会议和第二届监事会第十九次会议审议通过，尚需经过股东大会审议批准

公司于 2021 年 12 月 21 日分别召开第二届董事会第二十一次会议和第二届监事会第十九次会议，审议通过了《关于变更部分募集资金投资项目的议案》，决定拟对公司募集资金投资项目进行部分调整，公司拟将原尚未完成的募投项目“数据中心建设及信息系统升级项目”未使用的全部募集资金及利息人民币 3,564.86 万元和原尚未完成的募投项目“综合服务中心建设项目”未使用的全部募集资金及利息人民币 5,941.60 万元（截至 2021 年 12 月 13 日数据，具体金额以转出日为准）投入新项目。

此外，公司拟将已完成尚有节余资金的募投项目“品牌推广与渠道建设项目”全部节余的募集资金及利息人民币 2,038.27 万元和已完成尚有节余资金的募投项目“补充流动资金项目”全部节余利息人民币 25.27 万元（截至 2021 年 12 月 13 日数据，

具体金额以转出日为准)一并投入新项目。本次拟变更的募集资金总金额占总筹资额的 23.64%。

本次募集资金投资项目变更事项不构成关联交易,公司独立董事、监事会、保荐机构均发表了明确同意的意见,该事项尚需提交至公司股东大会审议。现将有关事项公告如下:

一、变更募集资金投资项目概况

(一) 募集资金基本情况

经中国证券监督管理委员会《关于核准上海丽人丽妆化妆品股份有限公司首次公开发行股票批复》(证监许可[2020]2102号)核准,公司获准公开发行人民币普通股(A股)股票4,001万股,每股发行价格为人民币12.23元,募集资金总额为人民币489,322,300.00元,扣除承销及保荐费用以及其他上市交易费用共计人民币69,198,528.27元(不含增值税),公司募集资金净额为人民币420,123,771.73元,上述资金已于2020年9月23日到位。上述募集资金到位情况业经普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)验证,并由其出具《验资报告》(普华永道中天验字(2020)第0850号)。为规范募集资金管理,公司已开设了募集资金专项账户,对募集资金实施专户存储。

(二) 募集资金投资项目及使用情况

公司募集资金投资项目的基本情况如下:

单位:人民币万元

| 序号 | 项目名称 | 投资总额 | 拟投入募集 | 调整后投资总额 |
|----|------|------|-------|---------|
|----|------|------|-------|---------|

| | | | 资金金额 | |
|----|-----------------|-----------|-----------|-----------|
| 1 | 品牌推广与渠道建设项目 | 26,788.60 | 19,757.00 | 19,757.00 |
| 2 | 数据中心建设及信息系统升级项目 | 6,683.31 | 4,929.00 | 4,929.00 |
| 3 | 综合服务中心建设项目 | 13,020.37 | 9,602.00 | 9,602.00 |
| 4 | 补充流动资金 | 12,099.31 | 8,924.68 | 7,724.38 |
| 合计 | | 58,591.59 | 43,212.68 | 42,012.38 |

截至 2021 年 12 月 13 日，公司上述募投项目使用募集资金情况如下：

单位：人民币万元

| 序号 | 项目名称 | 拟投入募集资金金额 | 已累计投入募集资金金额 | 尚未投入募集资金金额 | 节余募集资金及利息收入金额 | 募投资金账户余额 |
|----|-----------------|-----------|-------------|------------|---------------|---------------|
| 1 | 品牌推广与渠道建设项目 | 19,757.00 | 19,757.00 | 0.00 | 2,038.27 | 2,038.27（注 1） |
| 2 | 数据中心建设及信息系统升级项目 | 4,929.00 | 1,594.35 | 3,334.65 | 0.00 | 3,564.86（注 2） |
| 3 | 综合服务中心建设项目 | 9,602.00 | 2,875.40 | 6,726.60 | 0.00 | 5,941.60（注 3） |
| 4 | 补充流动资金 | 7,724.38 | 7,724.38 | 0.00 | 25.27 | 25.27（注 4） |
| | 合计 | 42,012.38 | 31,951.13 | 10,061.25 | 2,063.54 | 11,570.00 |

注 1：品牌推广与渠道建设募集资金账户存在余额主要系该募投资金账户实际收到的资金大于拟投入募集资金金额以及由此产生的活期资金利息所致。

注 2：尚未投入募投资金金额与募投资金账户余额的差异主要系公司存放在募投资金账户中形成的活期资金利息。

注 3：尚未投入募投资金金额与募投资金账户余额的差异主要系该募投资金账户实际收到的资金少于拟投入募集资金金额所致。

注 4：补充流动资金余额系公司存放在募投资金账户中形成的活期资金利息。

（三）拟变更募集资金投资项目情况

根据公司所处行业变化的实际情况，本次涉及变更的募投项目为原“数据中心建设及信息系统升级项目”未使用的募集资金及利息人民币 3,564.86 万元、“综合服务中心建设项目”未使用的募集资金及利息人民币 5,941.60 万元和品牌推广与渠道建设项目已完成尚有节余募集资金及利息人民币 2,038.27 万元（截至 2021 年 12 月 13 日数据，具体金额以转出日为准），具体情况如下表列示：

| 项目 | 变更前 | 变更后 |
|------|--|---|
| 项目名称 | 数据中心建设及信息系统升级项目（项目一） | 社交媒体渠道建设和运营项目 |
| | 综合服务中心建设项目（项目二） | |
| | 品牌推广与渠道建设项目（项目三） | |
| 实施主体 | 项目一：上海丽人丽妆化妆品股份有限公司 | 上海丽人丽妆化妆品股份有限公司及其全资子公司 |
| | 项目二：上海易康丽广告有限公司 | |
| | 项目三：上海丽人丽妆化妆品股份有限公司 | |
| 建设地点 | 项目一：上海市松江区明南路 85 号第 20 幢 | 上海市徐汇区漕溪北路 88 号圣爱大厦 20 楼、上海市徐汇区番禺路 872 号、876 号、878 号、900 号等 |
| | 项目二：上海市松江区明南路 85 号第 20 幢、上海市松江区广富林东路 199 | |

| | | |
|--------|--|---|
| | 号第 23 幢 | |
| | 项目三：上海市徐汇区番禺路 876 号等 | |
| 建设内容 | 项目一：建立数据研发中心以及升级现有管理信息系统，对大数据分析挖掘系统进行开发和升级。 | 在上海市徐汇区圣爱大厦、番禺路 876 号等地开展社交媒体渠道建设项目，适应新兴互联网电商渠道的变化趋势。 |
| | 项目二：综合服务中心包括内容制作中心、客户服务中心、人才培训中心、产品展示中心等，为公司运营提供配套支持。 | |
| | 项目三：通过品牌推广与渠道建设可以加强公司合作品牌的营销推广力度、拓展更多销售渠道，从而增加公司影响力，进一步巩固公司在行业中的优势地位并提升公司规模经济水平。 | |
| 项目总投资 | 项目一：6,683.31 万元。 | 项目总投资 12,000.00 万元。 |
| | 项目二：13,020.37 万元。 | |
| | 项目三：26,788.60 万元。 | |
| 项目进度 | 项目一：32.35% | 不适用 |
| | 项目二：29.95% | |
| | 项目三：100.00% | |
| 项目完成计划 | 项目一：公司计划在 24 个月内将现有的信息系统进行升级并建成数据 | 公司计划在未来的 24 个月内在上述地址建设成公司适应新兴社交媒体 |

| | | |
|----------------|---|---------------|
| | 中心。 | 发展的运营基地、直播基地。 |
| | 项目二：公司计划在 24 个月内建成内容制作中心、客户服务中心、人才培训中心、产品展示中心等项目。 | |
| | 项目三：公司计划在 24 个月内通过品牌推广投入，销售渠道拓展提升公司所代理品牌的影响力和美誉度，实现对品牌商服务的核心价值，从而赢得更多品牌商的青睐，拓宽代理品牌矩阵，提升公司核心竞争力。 | |
| 建设已形成资产的后续使用安排 | 项目一：公司通过前期的投入对于公司现有的 WMS、IMS、OMS 等信息系统进行了更新及升级，对于公司提升日常订单处理能力、优化仓储物流供应链上均有所提升。 | 不适用 |
| | 项目二：公司已在上上海市松江区明南路 85 号第 20 幢购买了相关的物业并已建成了培训中心、客服中心。公司后续将使用该处物业作为培训中心及客服中心使用。 | |

| | | |
|-----------|--|-------------------------|
| | 项目三：公司后续将继续通过加强品牌推广、渠道建设等方面的优势提高自身核心竞争力。 | |
| 拟使用募集资金金额 | 项目一：4,929.00 万元 | 项目拟使用募集资金 11,570.00 万元。 |
| | 项目二：9,602.00 万元 | |
| | 项目三：19,757.00 万元 | |

二、变更募集资金投资项目的具体原因

公司本次拟变更“数据中心建设及信息系统升级项目”、“综合服务中心建设项目”和“品牌推广与渠道建设项目”，其具体情况如下：

1、数据中心建设及信息系统升级项目

(1) 数据中心建设及信息系统升级项目的基本情况

数据中心建设及信息系统升级项目的实施主体为上海丽人丽妆化妆品股份有限公司。本项目主要包括数据中心建设及管理信息系统升级，本项目共计需资金 6,683.31 万元，其中硬件设备购置 2,978.01 万元，软件购置及开发 405.30 万元，人员投入 3,200.00 万元，系统集成费用 100.00 万元。

截至 2021 年 12 月 13 日，数据中心建设及信息系统升级项目合计支出金额为 1,594.35 万元。

(2) 本次拟变更数据中心建设及信息系统升级项目的具体原因

数据中心建设及信息系统升级项目的一个重要目标是打通媒体投放、交易平台、物流体系等环节的消费者数据，以便为消费者提供个性化的优质服务。随着国家隐私保护相关法规的完

善，手机系统降低了 APP 对消费者身份标识获取的可能性，交易平台对数据进行隐私保护升级，多平台打通的可行性降低，前景不明朗。此外，各主流交易平台逐步完善和增强自身的数据工具，同时第三方的专项数据供应商逐渐增多，公司未来会将精力投入到和平台以及第三方供应商紧密协作，推动相关数据工具的功能优化，将公司沉淀的经验和分析方法论融合到工具中去。另一方面，公司信息提供提升主要为进一步优化业务支撑系统及商务智能（BI）系统，公司利用现有信息技术平台予以改造，已经可以满足现阶段的业务发展需求。

基于上述因素，公司从审慎投资的角度出发，为合理利用募集资金，防范投资风险，提高资金使用效率，提升公司营运能力，拟变更数据中心建设及信息系统升级项目。

（3）本次变更募集资金投资项目后尚未使用募集资金的使用安排

公司拟变更数据中心建设及信息系统升级项目，将项目尚未使用的募集资金及利息收入共计 3,564.86 万元（截至 2021 年 12 月 13 日数据，具体金额以转出日为准）投入新项目使用。

2、综合服务中心建设项目

（1）综合服务中心建设项目的的基本情况

综合服务中心建设项目的实施主体为公司的全资子公司上海易康丽广告有限公司（以下简称“易康丽”）。该综合服务中心将下辖内容制作中心、客户服务中心、人才培训中心、产品展示中心等项目。本项目共计需资金 13,020.37 万元，其中场地购置

投入 8,628.26 万元，场地装修投入 975.37 万元，硬件设备购置 934.75 万元，软件购置及开发为 167.00 万元，人员费用 2,215.00 万元，工程预备费用 100.00 万元。

本项目拟选址位于上海市松江区启迪漕河泾园区内，两处园区内房屋地址分别为：上海市松江区明南路 85 号第 20 幢（建筑规划面积 1,972.06 m²），以及上海市松江区广富林东路 199 号第 23 幢（建筑规划面积 4,336.24 m²）。2019 年 8 月 5 日，易康丽已与启迪漕河泾（上海）开发有限公司就位于上海市松江区明南路 85 号第 20 幢的物业签署了《楼宇买卖合同》，约定物业实际购买面积为 1,907.41 平方米，实际购房款为 2,632.23 万元。该物业后续装修投入、硬件设备购置、软件购置及开发、人员费用等实际支出金额为 243.17 万元。

截至 2021 年 12 月 13 日，综合服务中心建设项目合计支出金额为 2,875.40 万元。

（2）本次拟终止实施综合服务中心建设项目的具体原因

为推进综合服务中心项目建设，公司全资子公司易康丽已于公司首发上市前，使用自有资金 2,805.27 万元购买由启迪漕河泾（上海）开发有限公司开发的坐落于上海市松江区明南路 85 号第 20 幢 1-5 层房屋，总面积 1,907.41 平方米，并对购买的房屋进行装修、购置软硬件设备及配置相应的人员，建成了客户服务中心。截止 2021 年 6 月 30 日，公司累计投入综合服务中心建设项目 2,875.40 万元，尚需投入 6,726.60 万元，投入进度 29.95%。

2020 年下半年以来，随着线上渠道的快速变化、新型营销

方式的兴起，公司决定对于内容制作中心以及产品展示中心等项目进行改造升级。根据业务发展需要，公司先后在上海市徐汇区番禺路 872 号、878 号、900 号三层以及上海市徐汇区漕溪北路 88 号圣爱大厦 20 楼等地新增租赁相关物业 900.00 m²、390.00 m²、1,050.00 m²和 951.26 m²，合计增加了 3,291.26 m²的办公场所，为公司进行内容制作中心、人才培训中心以及抖音直播中心等项目建设提供更有力的保障。经过装修改造，截至 2021 年 9 月 26 日，上述新办公区域已部分投入使用，具备了运营办公、产品展示、内容制作以及人才培训等综合功能，并针对抖音生态的直播特点，特设了一批品牌直播间。上述物业的地理位置相比拟购置的房产位置更优越，更能够吸引到优秀的人才，增强员工归属感。截止目前，综合服务中心中的中心项目的各项功能已基本建设完成。鉴于此，公司已没有必要继续购买上海市松江区广富林东路 199 号第 23 幢物业。

基于上述因素，公司从审慎投资的角度出发，为合理利用募集资金，防范投资风险，提高资金使用效率，提升公司营运能力，公司拟变更实施综合服务中心建设项目。

(3) 本次变更实施募集资金投资项目后结余募集资金的使用安排

公司拟变更综合服务中心建设项目，将项目尚未使用的募集资金及利息收入共计 5,941.60 万元（截至 2021 年 12 月 13 日数据，具体金额以转出日为准）投入新项目使用。

3、品牌推广与渠道建设项目

(1) 品牌推广与渠道建设项目的的基本情况

品牌推广与渠道建设项目的实施主体为上海丽人丽妆化妆品股份有限公司。本项目主要包括品牌推广、渠道拓展等方面的建设。本项目总投资金额为 26,788.60 万元，其中使用募资资金 19,757.00 万元。公司在首发前，已经对于该项目投资了 31,592.26 万元，该项目完工进度已经达成 100.00%。公司于 2020 年 10 月 28 日披露了《关于使用募集资金置换预先投入募投项目和已支付发行费用的自筹资金的公告》，公司使用募集资金置换预先已投入品牌推广项目的金额为 19,757.00 万元。（公告编号：2020-010）

截至目前，品牌推广与渠道建设项目已经完成上述置换。

(2) 本次变更实施募集资金投资项目后结余募集资金的使用安排

对于银行账户内节余的募资资金及利息 2,038.27 万元，公司拟一并投入至新项目。

三、新募集资金投资项目的具体情况

(一) 项目概述

1、项目名称：社交媒体渠道建设和运营项目

2、项目实施主体：上海丽人丽妆化妆品股份有限公司及其全资子公司；

3、项目建设地点：上海市徐汇区漕溪北路 88 号圣爱大厦 20 楼、上海市徐汇区番禺路 872 号、876 号、878 号、900 号等；

4、项目总投资及项目资金来源：项目总投资为人民币

12,000.00 万元，其中拟使用募集资金合计金额为人民币 11,570.00 万元，其中：数据中心建设及信息系统升级项目全部未使用的募集资金及利息人民币 3,564.86 万元，综合服务中心建设项目全部未使用的募集资金及利息人民币 5,941.60 万元，品牌推广与渠道建设项目全部节余的募集资金及利息人民币 2,038.27 万元，补充流动资金项目全部节余利息人民币 25.27 万元（截至 2021 年 12 月 13 日数据，具体金额以转出日为准），不足部分由公司自有资金补足。

5、建设内容：本项目总投资为 12,000.00 万元，其中人员成本预计投入 3,500.00 万元，品牌推广预计投入 5,620.00 万元，房租物业预计 680.00 万元，装修费预计 200.00 万元，设备购置费预计 120 万元，铺底流动资金预计 1,880.00 万元。建设期 24 个月，具体建设情况如下：

| 序号 | 项目明细 | T+12 | T+24 | 投资估算 (万元) | 占总投资比例 |
|----|--------|----------|----------|--------------|---------|
| 1 | 人员成本 | 1,500.00 | 2,000.00 | 3,500.00 | 29.17% |
| 2 | 品牌推广费 | 2,000.00 | 3,620.00 | 5,620.00 | 46.83% |
| 3 | 房租物业 | 330.00 | 350.00 | 680.00 | 5.67% |
| 4 | 装修费 | 160.00 | 40.00 | 200.00 | 1.67% |
| 5 | 设备购置费 | 120.00 | 0.00 | 120.00 | 1.00% |
| 6 | 铺底流动资金 | 800.00 | 1,080.00 | 1,880.00 | 15.67% |
| 合计 | | 4,910.00 | 7,090.00 | 12,000.00 | 100.00% |

其中品牌推广费明细如下所示：

| 序号 | 项目明细 | 投资估算 |
|----|------|------|
| | | |

| | | (万元) |
|----|------|----------|
| 1 | 广告投放 | 3,620.00 |
| 2 | 平台推广 | 1,000.00 |
| 3 | 品牌策划 | 1,000.00 |
| 合计 | | 5,620.00 |

(二) 项目必要性分析

公司认为实施新项目具有如下必要性：

1、顺应直播平台发展趋势，提升公司代理品牌销售收入

直播电商是线上购物的媒介升级和场景转移，特别是对于化妆品、快消品等非标品，直播形式具备明显的信息效率优势。

直播电商将成为长期存在的重要零售渠道，品牌方长期保持在直播电商的高投入、高关注。从营销角度来看，由于消费者接受信息的方式发生变化，商家必须通过新的触达方式才能够找到更多增长的机会和高价值的客群，直播电商将成为品牌方不可或缺的营销和销售渠道。

因此，对于品牌商，渠道环境的变化意味着消费者了解品牌和进行消费的方式增多，品牌对消费者的精准触达也面临更多的机遇和挑战。对于公司而言，加码新兴社交媒体渠道，切入直播电商新领域，是获取流量增量、为自身带来成长新曲线的重要途径。

2、帮助品牌商提升品牌知名度

直播电商、社交电商等新业态的迅速发展，流量呈现去中心化趋势，品牌商将对多元化渠道布局的能力和主动营销能力提出

更高要求。而渠道分化和消费升级加强强调精准触达消费者的重要性，对于众多品牌商来说，面对直播电商的新渠道新模式，可能不具备专业的技术、人才和经验，也缺乏线上流量运营能力，从而增加了品牌方对消费者的触达难度，因而更加依赖代运营商专业化的价值输出，对优质代运营需求增强。

公司通过多年运营所掌握的消费数据、用户标签、营销资源、推广策略等，帮助品牌商进行直播策划、网红合作、人货撮合、流量管理等，从而充分发挥新兴社交平台的内容和流量优势，以相对更低的成本完成更高效的运营，提升品牌知名度和销售量。

3、实现品牌全渠道运营，给公司带来新的利润增长点

传统电商平台入驻商家众多，形成对站内流量的争夺，特别是中小品牌难以获得足够的曝光机会。同时，传统电商平台站内流量正受到众多新兴社交媒体冲击，流量增长滞缓。而用户注意力的变迁往往孕育新的渠道红利，借势新渠道，往往能实现品牌的跨越式发展。现有品牌通常会不断拓展渠道，进行全渠道差异化运营。而新品牌对渠道动向十分敏锐，善于快速尝试磨合，探索出适应自身品牌的渠道矩阵。

因此，对于公司来说，借助抖音等社交媒体直播电商发展契机，快速切入社交媒体渠道，给消费者带来更强的购物体验。同时，也将为公司带来极具潜力的利润增长点：一方面，社交媒体巨大的用户基数和强大的推荐技术拓宽了公司原有的流量和消费者边界；另一方面，公司在提供传统代运营服务之外，有更多的机会通过专业壁垒抬高服务的附加值。

4、缩短消费决策链路，提升用户转化率的需要

与传统电商相比，直播电商链路短，转化率更高。传统电商如淘宝等在人找货的搜索模式下，决策链路通常为：出现需求、搜索、浏览、对比、下单购买。而直播电商则将决策链路缩短为：商品认知、激发需求、下单购买，缩短了消费决策链路，提高了实现品销合一的可能性。在转化率方面，通过基于粉丝关系下的强关联及信任感，主播团队针对对应粉丝群体的精准选品，以及直播间的价格优势来实现用户转化率的提升。

因此，传统电商下用户粘度低、图文宣传用户转化率低等因素推动商家入局直播电商，在直播电商模式下，“人货场”链条重构，用户与主播的信任度加强，有助于提升用户转化率。

公司作为渠道建设经验丰富的品牌代运营商，在新渠道的布局中优势明显，有望在利用原有能力的基础上协同新品牌大规模投放和快速试错，不断提升用户转化率。

（三）项目可行性分析

公司对于项目的可行性分析如下：

1、直播电商用户规模和快速增长，为公司发展带来良好的发展环境

随着我国网民规模进一步扩大，消费者对直播互动性、社交性、娱乐性特点的认知加深，以及直播带货提供了观众更优惠的价格、更直观的介绍、更高度的信任，用户群体对网络直播和直播电商接受度正逐步提高，用户日均观看直播的时长持续增加，直播电商用户在整体网民占比增加明显，越来越多的人认可在直播间购物的消费方式。

2、社交媒体积极建设电商生态，助力直播电商业务发展

抖音、快手等新兴社交媒体持续追赶领头羊淘宝，根据自身特色走出差异化路线。抖音主打兴趣电商，利用自身强内容、强运营和算法精准分发的平台属性，以短视频营销和直播带货为媒介，为商家提供常态化内容营销和直播去库存组合服务，再通过信息流服务平台巨量引擎，帮助流量池和商品池互相引流，三位一体构建生态闭环。快手突出信任电商，强化私域运营和对MCN机构的扶持。抖音、快手在流量端的崛起，通过电商直播、短视频导流的方式开始切入电商业务，在视频娱乐生态中通过私域关系、算法推荐，激发用户“不确定”的消费需求。抖音快手依托快手小店、抖音小店形成了自身的电商交易闭环，逐步脱离跳转淘宝、京东实现成交。

公司作为国内领先的代运营商，具备了经验累积的先发优势，有望率先并持续在抖音、快手等直播平台中角色中发挥优势。

3、公司已积累了一定的社交媒体平台运作经验，能够保障项目迅速落地

公司对于社交媒体平台持续关注、及时跟进。

公司现已快速实现抖音的模式探索。在运营模式上，公司聚焦抖音特色，快速开展店铺代播、达人分发业务，通过短视频、达人分发等增强消费者的认知，通过店铺自播等实现销量的达成。截至2021年9月30日，公司运营的抖音小店超过20家。

在抖音为代表的社交电商的崛起和自身能力的支持下，公司

未来有望快速获取抖音等新社交媒体平台的增量，提高盈利水平，增强竞争实力。

4、公司丰富的品牌资源和人力资源，能有效保证项目实施
公司与大量品牌稳定合作，扩展势头良好。公司有望在建设初就投入GMV高的优质品牌业务，满足社交媒体电商对GMV量和质的追求；同时在付费广告推广方面，由于获得了规模化的聚合优势，大规模的投放可以为品牌获得更低的广告采购成本和更多的稀缺优质广告资源，也使得公司可以积累海量的实战操作数据，转化成投放经验和技巧。同时，公司人才梯队建设成效显著，目前公司拥有充足的全域电商人才储备，在品牌塑造传播、产品设计开发、客户定位引导等方面专业深厚。

综上，公司经过多年的经验积累和竞争优势培育，积累了丰富的品牌资源，人力资源，并具有较强的新型渠道整合营销和设计策划能力，专业的数据化分析运营能力、丰富的渠道运营经验以及创新能力等竞争优势，能够有效保证项目顺利实施。

四、新项目的市场前景和风险提示

（一）新项目的市场前景

随着电商基础设施完善，消费者线上购物渠道分散化，购物模式从“人找货”向“货找人”转变，消费者购物可发生于随时随地，消费者的购物决策链路缩短。占据了消费者更多注意力的社交及内容类 APP 也逐渐探索嵌入电商业务，形成去中心化的电商。去中心化电商流量由用户和平台共创共享，明显降低了流量

成本。与此同时，去中心化的 DTC 模式也增加了商家（品牌）与用户的互动，在用户运营及留存上的优势凸显。

同时，社交电商渠道规模高速增长，大量品牌开始迅速入驻以抖音电商为代表的电商平台，开设官方账号并开始运营，全品类商品在抖音电商高速增长。

公司预计在未来一段时间内，以抖音为代表的社交电商将会有良好的市场前景。

（二）风险提示及应对措施

1、风险提示

公司预计新项目会存在如下主要风险：

（1）新渠道拓展不及预期风险

新项目的主要为社交媒体直播渠道拓展，由于直播电商新业态需要服务商进行部分资源的重新累积和经验试错，潜在消费者对于传统视频网站在向直播平台转型的接收程度还不明确，因此存在转型社交媒体直播电商服务商不理想的风险。

（2）市场竞争风险

公司已经在行业内形成较强的竞争优势。但同时公司的主要竞争对手近年来积极在资本市场拓展，利用资本市场的支持不断做大做强，并进行多渠道的布局，对公司形成了较强的竞争。如果公司不能适应未来直播电商行业的市场变化，不能及时根据市场竞争环境调整发展战略，从而不断保持和增强自身市场竞争力，则可能在未来的竞争中处于不利地位，进而造成其经营业绩波动甚至下滑。

（3）行业人才短缺和流失风险

公司在化妆品电商行业经营多年，凭借良好的企业文化氛围、培训体系和薪酬制度多年来吸引了大量优秀人才加入，形成了一支经验丰富的高素质专业团队，为项目实施提供了坚实的保障。然而，电商直播市场规模高速增长，公司开展业务所需要的专业人才，尤其短视频制作和优秀直播人才可能出现短缺。加之行业市场竞争的加剧，将使得行业内各公司对人才的争夺更加激烈。如果本公司未来无法建立有效的员工激励机制以不断吸引行业优秀人才加入，以及调动现有人员的工作积极性，甚至出现核心人员的流失，将导致本公司未来市场竞争力的下降，进而对其经营业绩造成不利影响。

2、应对措施

公司针对存在的主要风险，提出了如下的积极应对措施：

（1）与品牌商加强互动沟通，建立战略合作关系

公司将积极和品牌商保持沟通，让其更好的了解社交媒体直播平台运营体系，积极建立合作伙伴关系。而就目前实际来看，由于公司运营体系较为成熟，擅于营销策划，并于品牌厂商及代运营平台建立了良好的合作关系，因此在未来可以预见的若干年内，此类风险发生的可能性也较低。

（2）加强核心竞争力的培育应对市场竞争

公司将一方面不断优化内部运营管理，另一方面通过获取更多代理品牌，通过加强营销和推广力度，提升品牌影响力，并拓宽融资渠道，降低融资成本。

（3）优化人力资源管理机制，应对行业人才短缺和流失的风险

一方面，公司将采取相关措施激励核心人员，同时拓展自身业务为核心人员发展搭建更具发展空间的平台，从而维持核心人员团队的稳定性。另一方面，项目法人公司将积极招聘和培养懂擅长移动互联网时代化妆品在线运营的各类人才，增强项目对移动互联网时代的适应能力。

五、本次变更部分募集资金投资项目对公司的影响

公司本次部分募集资金投资项目变更，是公司为了更好地适应当前新兴渠道快速增长的市场环境，适时进行的优化调整，有利于提升公司募集资金使用效率，有利于提高公司的整体效益，有利于实现公司股东利益最大化。

公司将严格遵守《上市公司监管指引第2号-上市公司募集资金管理和使用的监管要求》《上海证券交易所股票上市规则》《上市公司募集资金管理办法》等相关法律、法规和规范性文件规定，科学合理决策，加强募集资金使用的内部和外部监督，确保募集资金使用的合法有效，实现公司与投资者利益最大化，不会对公司的正常经营产生重大不利影响，也不存在其他损害股东利益的情形。

六、本次变更部分募集资金投资项目的审批程序和专项意见

（一）审议程序

公司第二届董事会第二十一次会议和第二届监事会第十九次会议分别审议通过了《关于变更部分募集资金投资项目的议案》。该议案尚需经过股东大会审议批准后方可实施。

（二）独立董事意见

独立董事对上述事项发表了同意的独立意见。独立董事认为：公司此次拟变更数据中心建设及信息系统升级项目和综合服务中心建设项目并将品牌推广与渠道建设项目和补充流动资金项目节余的募集资金一并投入至新项目，是公司根据客观情况做出的谨慎决策，有利于提高募集资金使用效率，不会对公司经营发展产生重大不利影响。公司已履行了必要的审批程序，符合中国证监会、上海证券交易所关于上市公司募集资金管理的有关规定，不存在损害公司和股东尤其是中小股东合法利益的情形。同意该议案并同意将该议案提交股东大会审议。

（三）监事会意见

公司第二届监事会第十九次会议审议通过了《关于变更部分募集资金投资项目的议案》，公司监事会认为：

公司此次拟变更数据中心建设及信息系统升级项目和综合服务中心建设项目并将品牌推广与渠道建设项目和补充流动资金项目节余的募集资金一并投入至新项目是公司根据客观情况做出的谨慎决策，有利于提高募集资金使用效率，不会对公司经营发展产生重大不利影响。公司已履行了必要的审批程序，符合中国证监会、上海证券交易所关于上市公司募集资金管理的有关规定，不存在损害公司和股东尤其是中小股东合法利益的情形。同意将该事项提交股东大会审议。

七、保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构中信证券股份有限公司认为：本次募投项

目变更事项已经公司董事会、监事会审议通过，独立董事、监事会均发表了明确同意意见，履行了必要的程序，符合相关的法律法规及交易所规则的规定，符合《上市公司监管指引第2号上市公司募集资金管理和使用的监管要求》《上海证券交易所上市公司募集资金管理办法（2013年修订）》等法律法规及公司募集资金管理制度。

综上，保荐机构对公司本次变更募集资金投资项目事项不存在异议。

八、备查文件

- 1、第二届董事会第二十一次会议决议；
- 2、第二届监事会第十九次会议决议；
- 3、独立董事独立意见；
- 4、保荐机构核查意见；
- 5、可行性研究报告。

特此公告

上海丽人丽妆化妆品股份有限公司董事会

2021年12月22日