



证券代码：300132

证券简称：青松股份

上市地：深圳证券交易所



福建青松股份有限公司

FuJian Green Pine Co., Ltd

（住所：福建省建阳市回瑶工业园区）

**2022 年度创业板向特定对象发行 A 股股票
募集资金使用可行性分析报告**

二〇二二年十月



一、本次募集资金的使用计划

本次向特定对象发行股票募集的资金总额为不低于人民币 32,000 万元（含本数）且不超过人民币 45,000 万元（含本数），扣除发行费用后全部用于补充流动资金和偿还银行贷款。

如本次向特定对象发行募集资金到账时间与公司实际偿还相应借款进度不一致，公司可以使用自有资金先行偿还，待本次向特定对象发行募集资金到账后予以置换，或对相关借款进行续借，待募集资金到账后再归还。在相关法律法规允许及公司股东大会决议授权范围内，公司董事会有权对募集资金偿还的每笔借款及金额等具体使用安排进行确定或调整。

二、本次向特定对象发行股票的背景

（一）化妆品行业市场空间广阔，市场容量和消费能力持续增长

经过 20 多年的迅猛发展，我国化妆品总体消费水平已超越欧盟、日本，仅次于美国，成为世界上化妆品第二消费大国。基于我国人口众多，人均消费水平还较低，还存在相当大的市场消费潜力，给化妆品企业带来很多发展机会。

中国化妆品市场是全球最大的新兴市场，中国化妆品行业从小到大，由弱到强，从简单粗放到科技领先、集团化经营，全行业形成了初具规模、极富生机活力的产业大军。

中国化妆品行业天花板较高，市场规模仍有较大提升空间。对比美国、日本、韩国，中国化妆品的人均消费额较低，提升空间大。根据信息咨询机构 Euromonitor（欧睿国际）的研究数据显示，2021 年中国化妆品人均消费额为 62.9 美元，而美国/英国/日本/韩国的化妆品人均消费额约为 260-300 美元。

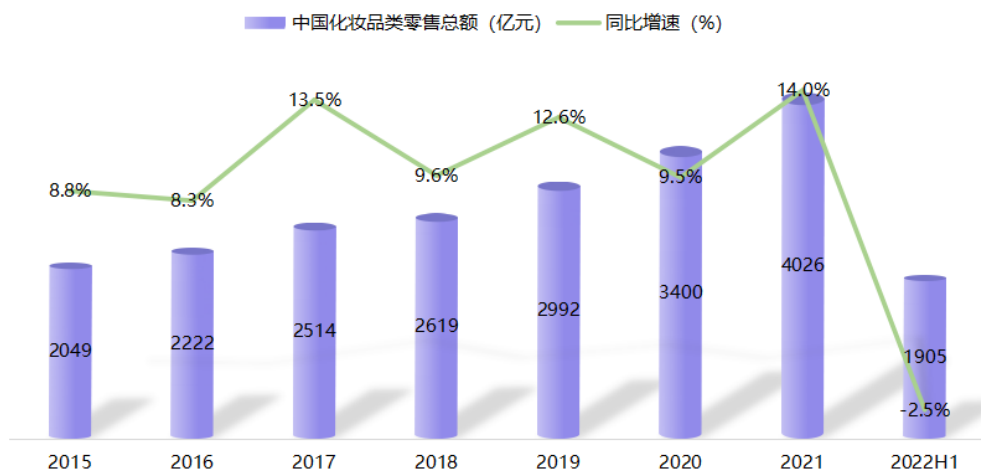
2015-2021 年，我国化妆品的消费规模从 2,049 亿元增长到 4,026 亿元，复合增长率达到 11.92%。受疫情及地缘政治危机影响，2022 年以来国内经济复苏节奏显著放缓，并伴随结构分化，其中消费市场影响较为严重。2022 年上半年，



国内社会消费品零售总额 210,432 亿元，同比下降 0.7%。其中，化妆品零售总额为 1,905 亿元，同比下滑 2.5%。

2015-2022 上半年化妆品类零售总额数据对比如下图表：

2015年-2022上半年中国化妆品类零售总额及同比



注：此图同比增速均为未扣除价格因素的名义增速，2022H1增速是与2021H1比较

数据来源：国家统计局

随着疫苗广泛应用以及治疗药品的面市应用，疫情有望得到有效控制，国内年轻消费者占比提升、电商持续高增并渗透、高端品牌消费升级、短视频直播/网红带货火爆等有利因素将继续作用，推动化妆品高速增长的长期趋势不变。

根据 Euromonitor（欧睿国际）预计，2022-2026 年中国化妆品行业的 CAGR（复合年均增长率）为 7.8%，2026 年市场空间可达 8,443 亿元。

（二）销售渠道多元化健康发展助力化妆品行业发展

化妆品销售渠道主要包括电商平台、专营店、超市、商场、百货、药妆店、便利店、美容院等。近年来在网红经济、直播平台等带动下，居民化妆品消费意识增强，电商渠道交易规模迅速提升。根据 Euromonitor（欧睿国际）统计，化妆品电商渠道份额从 2010 年开始迅速提升，至 2020 年达 38%，已成为第一大销售渠道。电商等渠道催生的新兴化妆品品牌，其轻资产的运营方式及快速推出产品的需求，在供应链环节将更加依赖于有较强研发实力、稳定生产能力的制造商企业。下游终端流通市场的多元化健康发展有利于化妆品行业的发展并为其提供必要的渠道支撑。



（三）国内化妆品企业逐渐崛起

目前国内获得化妆品生产许可证的企业已经有 5,700 多家，国产化妆品种类接近 50 万种。欧美及日韩等跨国企业在国内化妆品市场仍处于优势地位，以化妆品市场份额最大的护肤品为例，Euromonitor 的统计数据显示，2020 年国内市场销售排名前 20 的企业市占率 43.7%，其中跨国企业的市占率达 30.5%。

与此同时，随着经济增长、国内消费者理念逐步成熟和本土审美元素的兴起，以及近年来电商渠道的快速发展，注重品牌策划、技术研发及市场营销的国内化妆品企业加大投入，依靠本土优势，逐步抢占跨国企业的市场份额。包括百雀羚、珀莱雅、薇诺娜、御泥坊、上海家化等本土化妆品品牌出现在化妆品国内市场占有率排名前 20 的名单中，且大都呈现上升趋势。国内本土化妆品企业通过更好地贴近国内消费者需求，了解国内消费者的消费偏好，精准的品牌定位，灵活的供应链管理，以及与日化专营店、电商等渠道的默契配合，提升品牌知名度和信任度，本土化妆品品牌有望保持持续稳定增长。

三、本次募集资金投资项目的可行性分析

（一）本次向特定对象发行募集资金用途符合法律法规的规定

本次向特定对象发行募集资金用于补充流动资金和偿还银行贷款符合相关法律法规的规定，具备可行性。本次募集资金有利于提高公司资金实力和抗风险能力，降低资产负债率和财务风险。有利于公司进一步巩固主营业务的竞争地位，增强公司核心竞争力和盈利能力，促进公司的长期持续稳定发展，为公司战略发展提供有力的资金支撑。

（二）公司具有完善的公司治理结构和内控体系

公司已经根据《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》等法律、法规和规范性文件的要求，建立了规范的公司治理体系，建立健全了各项规章制度和相关内控制度。公司已根据监管要求制定了《募集资金使用管理办法》，对募集资金的存储、使用、投向及监督等进行了明确规定。本次发行募集资金到位后，募集资金将按照制度要求存放于董事会指定的专项账户中，专户专储、



专款专用，以保证募集资金合理规范使用，防范募集资金使用风险。

四、本次募集资金投资投向涉及的报批事项

本次募集资金用于补充流动资金和偿还银行借款，未进行固定资产等项目投资，资金用途符合国家产业政策，无需办理审批、核准、备案手续。

五、本次向特定对象发行对公司经营管理和财务状况的影响

（一）对公司经营管理的影响

本次发行募集资金到位，扣除发行费用后全部用于补充流动资金和偿还银行贷款，能够进一步提高公司资产总额和资产净额，显著提升公司的资金实力，有利于公司进一步巩固主营业务的竞争地位，增强公司核心竞争力和盈利能力，促进公司的长期持续稳定发展。

（二）对公司财务状况的影响

本次发行募集资金到位后，公司股东权益进一步增加，资产负债结构得到优化，财务费用进一步降低，财务风险进一步降低。发行对象以现金认购本次发行股份使得本次发行后，公司筹资活动现金流入大幅增加，有利于缓解公司日益增长的营运资金压力。财务状况的进一步改善将为公司战略发展提供有力的资金支撑。

虽然短期内公司净资产收益率、每股收益指标可能出现一定程度的摊薄。但中长期来看，公司财务费用的降低，资金实力和抗风险能力的增强，主营业务竞争地位的巩固，都将对公司未来的持续发展和盈利水平的提高起到良好的促进作用。

六、募集资金投资项目可行性结论

综上所述，本次募集资金有利于提高公司资金实力和抗风险能力，降低资产负债率和财务风险，有利于公司进一步巩固主营业务的竞争地位，增强公司



核心竞争力和盈利能力，促进公司的长期持续稳定发展，为公司战略发展提供有力的资金支撑。本次募集资金投资项目合理、可行，符合公司及公司全体股东的利益。

特此公告。

（以下无正文）



（本页无正文，为《福建青松股份有限公司 2022 年度创业板向特定对象发行 A 股股票募集资金使用可行性分析报告》的盖章页）

福建青松股份有限公司

董事会

二〇二二年十月十一日