

募集资金具体运用情况

一、智能制造升级建设项目

（一）项目概况

本项目总投资额为 22,390.76 万元，拟利用现有的生产厂房及相关配套设施，通过购置行业领先的制膏生产设备、自动化牙膏灌装机和薄膜热收缩包装机、灌装车间后段设备及产品扫码追溯系统、DIY 生产线、数字化多媒体设备等装备，搭建智能制造信息化管理系统，同时新建智能立体仓库以提高物流周转能力和供应链运行效率。

（二）项目实施的背景及必要性

2018 年 12 月 24 日，重庆市政府发布《重庆市发展智能制造实施方案（2019-2022 年）》，推动我市 5,000 家企业实施智能化改造。重庆市人民政府关于印发重庆市发展智能制造实施方案（2019-2022 年）的通知，其中两处提及登康口腔：一是关于普及数字化装备年度计划，2021 年，累计推动 1,500 家企业开展数字化装备改造升级，重点引导重庆登康口腔护理用品股份有限公司等 15 家消费品企业开展数字化装备升级改造；二是关于培育智能制造新模式年度计划，重点引导重庆登康口腔护理用品股份有限公司等 20 家企业开展大规模个性化定制。

同时，面对新技术、新零售、新渠道的蓬勃发展，登康口腔正面临着更加激烈的市场竞争。新形势下多品种、小批量、个性化需求持续加剧，生产装备的数字化、智能化升级迫在眉睫。以大数据、云计算、人工智能为代表的新一代数字技术日新月异，催生了数字经济这一新的经济发展形态。消费互联网的充分发展为我国数字技术的创新、数字企业的成长以及数字产业的蓬勃发展提供了重要机遇。

项目实施后，公司在产能、效率、装备自动化和智能化水平等方面的综合实力将得到显著提升，公司生产管理能力和下游市场快速变化的需求，为公司可持续发展提供必要保障。依托智能仓储管理体系，公司

的仓储运转效率将明显提升,将进一步提高生产与物流协同效率,实现产品存储、调配智能化,在减少劳动力费用支出的同时,降低外包库房仓储费用,有利于公司盈利能力的进一步提升。

本项目的建设将实现生产制造及仓储物流的智能化升级,将进一步提高公司供应链运营能力、市场反应速度、成本控制能力和客户满意度等,在激烈的市场竞争中,实现企业更高质量地发展。

(三) 项目投资概算

本项目总投资 22,390.76 万元,具体明细如下:

单位:万元

序号	项目	投资金额	占比
1	建设投资	19,390.76	86.60%
1.1	建筑工程费	1,800.00	8.04%
1.2	设备购置费	15,693.00	70.09%
1.3	安装工程费	784.65	3.50%
1.4	工程建设其他费用	548.33	2.45%
1.5	预备费	564.78	2.52%
2	铺底流动资金	3,000.00	13.40%
合计	项目总投资	22,390.76	100.00%

其中设备购置情况如下:

单位:万元

序号	项目	设备类型	规格	数量	设备单价	金额
1	智能制造改造项目	制膏设备新购及改造	2000L	4	125.00	500.00
2		牙膏灌装机	150支/分钟	4	229.00	916.00
3		薄膜热收缩包装机	150支/分钟	4	81.00	324.00
4		灌装车间后段设备及产品扫码追溯系统项目	/	1	3,222.00	3,222.00
5		零星设备设施升级改造更新	/	1	530.00	530.00
6		信息化建设(包含MES系统、生产控制及信息系统集成实施、批次管理 Batch SCADA 集	/	1	800.00	800.00

序号	项目	设备类型	规格	数量	设备单价	金额
		成)				
7		包装材料及成品自动转运输送	/	1	520.00	520.00
8		空调机组	/	1	501.00	501.00
小计				-	-	7,313.00
1	智能制造改造项目(二期)	牙膏灌装机(二期)	200支/分钟	4	340.00	1,360.00
2		薄膜热收缩包装机(二期)	200支/分钟	4	180.00	720.00
3		智能制造DIY生产线	/	1	1,000.00	1,000.00
4		智能立体仓库系统	/	1	4,000.00	4,000.00
5		中央能源管控系统	/	1	300.00	300.00
6		数字化多媒体硬件设备及软件系统	/	1	1,000.00	1,000.00
小计				-	-	8,380.00
合计						15,693.00

(四) 主要原材料、辅助材料以及燃料的供应情况

本项目的实施不会导致公司原辅料及能源供应方式发生重大变化,原辅料及能源供应均采用原有方式供应,市场供应充足。

(五) 环保措施

本项目系在现有厂房内对原有生产线的改造升级,项目建成后,公司将在现有环保处理设施的基础上,进行适当调整后对生产过程中产生的固废、废水、废气及噪声污染物进行合规处置,具体处理措施如下:

- 1、废气:经脉冲袋式收尘器收集处理后达标排放。
- 2、废水:经现有污水处理站处理达标后,经市政管网排入市政污水处理厂。
- 3、固体废弃物:委托有处置资质的单位外运处置或回收处置。
- 4、噪音:采用设备减震,设置消音器,厂房墙体隔声等措施进行处置。

项目在设计中已充分考虑了相应的治理措施,因此项目的建设对环境无重大影响,具有较好的环境效益。该项目计划新增环保投入 35 万元,主要为粉料站

除尘系统改造，将使用募集资金进行投入。在本次发行募集资金到位之前，如发生相关支出，公司将先行使用自筹资金进行投入，待募集资金到位后再利用募集资金置换已投入的资金。

（六）项目用地情况

本项目在公司现有土地范围内进行，不涉及新增用地的情况。

（七）项目实施主体及进度计划

本项目以登康口腔为投资和实施主体，项目实施周期为 30 个月。具体进度计划如下：

序号	内容	T+1 年				T+2 年				T+3 年	
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
1	项目规划										
2	设备采购及安装										
3	智能立库建设										
4	人员招聘及培训										
5	试运营										
6	正式投产运营										

（八）项目投资收益测算

本项目为产能置换升级项目，根据项目可行性研究报告测算，本项目达产年份可产生销售收入 83,881.67 万元，项目的税后静态投资回收期为 6.72 年。项目具有投资盈利前景，达产后将给公司带来良好的投资回报。针对新增产能、产量，公司将通过科学生产方式，积极开拓外部市场，加强销售人员培训，不断扩大经、分销网络等多种途径消化新增产能、产量。

公司目前销售区域主要为全国范围内的经销为主，直供区域主要以西南地区大型卖场、超市为主，本募投项目达产后，牙膏设计年产能预计将达到 25,920.00 万支，预计最终实现产量 23,328.00 万支。

口腔清洁护理用品行业在欧美等发达国家的发展较为成熟，受到的重视程度更高，相较于欧美国家，我国对口腔清洁护理的重视程度则较低。随着我国经济

的发展,我国国民对口腔健康的重视度在不断提升,行业需求预计会有较大空间,并带动口腔清洁护理用品行业市场规模相应增长。除此之外,发行人主要竞争对手近几年在口腔清洁护理用品行业进一步延伸产业链,开拓细分市场,本募投项目达产后将有力增强公司外部竞争实力。

二、全渠道营销网络升级及品牌推广建设项目

(一) 项目概况

本项目总投资额为 37,658.80 万元,主要用于全渠道营销网络升级及品牌推广建设。全渠道营销网络升级包括线下和线上渠道升级,其中线下渠道升级包括新渠道的拓展和已有渠道的升级,线上渠道升级包括电商渠道和新零售渠道的拓展。品牌推广建设内容主要为强触点户外媒体、新媒体整合营销、形象广告及市场研究等方面的投入。本项目建成后,将提高公司在全域全渠的市场竞争能力,提升公司品牌知名度和影响力,从而扩大市场份额,推动公司长期持续健康发展。

(二) 项目实施的背景及必要性

1、项目实施背景

(1) 国家口腔产业政策支持。为进一步加强国民口腔健康工作,近年来,我国先后推出多项国家口腔产业政策,覆盖体系建设、行业标准、口腔服务机构监管、患者教育及口腔防治等多个方面,为口腔清洁护理用品行业的长期稳定发展,为本项目的实施创造了良好的政策环境。

(2) 口腔清洁护理用品行业市场前景良好。随着国民口腔健康意识不断提升和国民收入水平的不断提高,口腔清洁护理用品行业的市场规模将会不断增长,这也为本项目的实施提供了广阔的市场发展前景。

2、项目实施的必要性分析

口腔清洁护理用品行业受众广泛,其品牌价值及渠道价值是行业企业快速发展的核心,而口腔清洁护理用品直接应用于消费者口腔,其产品品质及功能受到消费者的高度关注。因此,品牌、渠道及产品的综合竞争成为市场竞争的主流。口腔清洁护理用品企业需要通过广泛、多样、立体的品牌推广、有效的渠道运营

和良好的产品品质和快速的产品开发与迭代，方能赢得消费者的青睐。

（1）全渠道营销网络建设是提升市场占有率的需要

口腔护理产品属于日常消费必需品，具有全域全渠的市场特征。口腔护理用品的市场推广必须依靠强大的营销网络才能触达更广大的消费者，因此，营销网络建设是口腔护理企业赢得市场竞争的关键要素之一。传统“经销+直销”的线下销售模式支撑了行业过往数十年的发展，但随着我国信息基础设施建设步伐的加快、互联网电商平台的崛起、网上支付安全水平的提升和快递物流行业的快速发展，电商渠道已发展成为重要的销售渠道，同时衍生出了社区团购、O2O 到家零售、抖音等新零售渠道。为更好的满足消费者需求，应对市场竞争，口腔护理企业均纷纷加强多元化销售渠道建设，在巩固原有销售渠道的同时，布局 and 开发新销售渠道，实现“线上+线下”的全域全渠经营模式。

公司自成立以来，即深耕销售渠道的建立和营销网络的完善，通过几十年的开发、维护与运营，公司建立了经销模式、直供模式与电商模式并重的销售渠道体系，实现全国市场的有效覆盖，助推公司持续发展。但是由于渠道多元化、碎片化加剧以及电商和新零售业务的快速发展，公司的营销网络覆盖仍不够全面，仍存在大量潜在市场有待开发。

本项目将进一步建设和完善公司营销渠道，除对分销渠道、KA 渠道等线下渠道进行升级、巩固现有渠道优势之外，更是加大了各类电商平台的投入以加快线上电商渠道的发展，同时通过 O2O 到家平台与社区团购平台的拓展以实现新零售业务的快速突破，从而加强公司在渠道营销网络上的全面布局，提升公司全域全渠的市场竞争能力，有利于公司提高市场占有率和扩大销售规模。

（2）加强品牌推广建设是提升公司长期市场竞争能力的需要

品牌知名度和影响力是企业品牌定位、营销推广、研发技术、产品质量、市场网络和口碑等多方面因素的综合体现。随着居民生活水平的提高和消费理念、消费方式的转变，品牌知名度和影响力已经成为消费者选择口腔护理用品的重要依据。但同时品牌知名度和影响力的提升需要企业长期、持续的投入。

公司坚持以专业化为品牌核心价值，以国民化为品牌内核基因，以年轻化为

活化品牌形象的举措，持续塑造专业而富有活力的民族口腔品牌“冷酸灵”。公司通过构建品牌代言人矩阵、创新开发火锅牙膏等社交类网红产品、建立私域会员体系等品牌创新举措，同时通过微信、微博、抖音、小红书、B站、知乎等数字化内容运营平台的深耕运营，不断刷新品牌年轻化的全域认知，提升品牌知名度和影响力。

通过本项目的实施加大品牌建设投入，将持续扩大“冷酸灵”品牌触达的深度（专业化）和广度（国民化），提升品牌活性（年轻化）。一方面，深化与专业机构和专业渠道的合作，深挖冷酸灵品牌专业化价值；另一方面，紧跟年轻消费者触媒趋势，构建消费者数字化内容运营平台矩阵，扩大品牌声量、提升年轻用户黏性。通过品牌持续建设，进一步提升品牌知名度、忠诚度和美誉度，升级品牌形象和品牌价值，从而提升公司长期市场竞争能力，推动公司持续健康发展。

（三）项目投资概算

项目预计投资总额 37,658.80 万元，其中渠道升级建设费用 14,898.80 万元，占总金额的 39.56%，品牌推广费用 22,760.00 万元，占总金额的 60.44%，具体明细如下：

单位：万元

序号	项目		投资金额	占比
1	渠道升级	线下渠道	5,778.80	15.35%
		线上渠道	9,120.00	24.22%
2	品牌推广		22,760.00	60.44%
项目总投资			37,658.80	100.00%

具体构成情况如下：

项目	类别		投资内容	投资金额 (万元)
渠道升级	线下渠道	新渠道拓展	拓展 711、罗森、全家等终端系统，用于进店条码费、店内陈列、推广、促销及上刊支出等	2,368.80
		已有渠道升级	形象店面打造、潜力店面挖掘及场外活动推广	3,410.00
	线上渠道	电商渠道	渠道投资：中心电商平台、兴趣电商平台以及其他电商平台的广告投放、促销商务合作、内容运营相关服务采购支出等	6,720.00
			消费者投资：赠品采购，网红达人合作支出及品	750.00

项目	类别	投资内容	投资金额 (万元)
		牌曝光及客户引流支出	
	新零售渠道	O2O 到家平台营销活动开展及运营服务费用	750.00
		社区团购平台营销活动开展及运营服务费用	900.00
小计			14,898.80
品牌推广	强触点户外媒体	社区媒体、院线媒体、交通枢纽、商圈、卖场等终端广告宣传投放	4,000.00
	新媒体整合营销	线上电视 (OTV)、数字电视 (OTT) 等数字媒介品牌曝光、社交内容媒体的运营及推广, 私域平台建设及运营	9,900.00
	形象广告	明星代言人、IP 等、传播的广告视频素材、展会、路演等	7,310.00
	市场研究	咨询、调研等市场研究支出	1,550.00
小计			22,760.00
合计			37,658.80

(四) 主要原材料、辅助材料以及燃料的供应情况

本项目的实施不会导致公司原辅料及能源供应方式发生重大变化,原辅料及能源供应均采用原有方式供应,市场供应充足。

(五) 环保措施

本项目属于非生产性项目,无废气、废水、噪音、固废产生,对环境无重大影响,不涉及新增环保投入。

(六) 项目用地情况

本项目不涉及工程建设和固定资产投资,不涉及新增用地。

(七) 项目实施主体及进度计划

本项目以登康口腔为投资和实施主体,项目计划建设期为 36 个月。具体进度计划如下:

序号	内容	T+1 年				T+2 年				T+3 年			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	项目计划												
2	人员招聘												

3	线下渠道												
4	线上渠道												
5	品牌建设												

（八）项目对发行人未来经营成果的影响

本项目为费用性项目，不直接产生投资效益。项目建成后，有利于进一步巩固并加强公司的渠道营销网络，扩大销售规模 and 市场份额，提升品牌的影响力与认知度，巩固公司在该领域市场竞争力，推动公司持续、快速发展。

三、口腔健康研究中心建设项目

（一）项目概况

本项目总投资额为 3,638.66 万元，用以提升公司口腔健康研究装备水平，持续增强口腔护理产品研究能力。通过购置先进的研发设备、招聘研发创新人才，并深入进行牙齿硬组织影响因素及生物活性抗敏技术研究、基于生物材料的口腔组织修复技术研究及数字化智能口腔产品研发与口腔数据平台建设。随着项目的顺利实施，可以持续直接提高公司研发创新能力、工艺设计能力和实验研发检测水平，为公司未来的发展提供技术支撑。项目建成后将进一步加强公司研发体系的软硬件实力，提升公司的研发水平。

（二）项目实施的背景及必要性

口腔健康是全身健康的重要组成部分，通过口腔疾病的防治，可以明显提高整体健康水平，国家先后推出多项政策，提升居民口腔健康意识和行为能力，为口腔清洁护理用品行业的发展提供了大力支持。同时，随着经济的快速发展，居民可支配收入增加及消费观念转变，消费者对口腔清洁护理用品的功效要求越来越高，市场需求快速多变。

1、有利于持续进行技术创新，保持行业竞争优势

公司通过对方法开发、基础研究、产品开发、平台建设、工艺研究、质量检测等课题的研究，已具有无水牙膏、微胶囊等业内创新的生产工艺体系，为了持续满足市场差异化、工艺标准化和产品品质化的需求，需加大创新工艺技术的研

发力度，丰富产品结构，提高市场占有率。本项目的顺利实施，有利于公司提升核心竞争力，持续保持行业竞争优势。

2、有利于进一步提升研发实力，增强公司产品竞争力

公司现具有较完整的口腔护理产品体系，现有产品可以满足不同群体对于口腔清洁护理的需求，但伴随着我国居民对口腔健康意识的不断增强，公司“十四五”期间将实施以口腔护理为主线，以口腔医疗与美容为辅线的发展战略，因此公司必须不断提升研发能力，加大对核心抗敏感技术迭代升级和儿童、老年口腔创新技术的研发，全面、深入地满足市场多样化需求，实现“提供口腔健康与美丽整体解决方案”的目标。本项目实施后，将有利于增强公司新技术的储备，提升公司自主创新能力，满足公司新产品的开发需求，进而丰富公司产品种类，增强公司产品竞争力。

3、有利于改善现有研发条件，助推公司战略目标实现

随着口腔清洁护理用品行业的快速发展，行业竞争格局逐渐加剧，产品种类也在不断增加，产品研发能力直接关系到口腔清洁护理企业能否长期保持竞争优势，是企业长期发展中不可或缺的基础，改善研发条件也是公司长期发展的必然要求，因此，公司迫切需要对研发场地、设备、人才等进行有效配置和升级，以满足公司在基础研究、产品创新研究、产品质量检测及数字化管理等方面的发展需求，从而持续增强公司竞争优势，助推公司战略目标实现。

（三）项目投资概算

本项目总投资额为 3,638.66 万元，具体明细如下：

单位：万元

序号	项目	合计	占比
1	建设投资	2,794.70	76.81%
1.1	设备购置费	2,584.10	71.02%
1.2	安装工程费	129.20	3.55%
1.3	预备费	81.40	2.24%
2	研发费用	843.97	23.19%
总投资金额		3,638.66	100.00%

其中设备及软件购置情况如下：

单位：万元

序号	设备名称	型号	数量	单价	总计
1	电感耦合等离子光谱发生仪（ICP）	Avio200	1	120.00	120.00
2	超声波清洗机	KQ-AS1500TDE	1	12.00	12.00
3	卡氏水分仪	870KF	1	15.00	15.00
4	气相色谱仪	7890	1	80.00	80.00
5	流式细胞仪	/	1	110.00	110.00
6	质谱仪	安捷伦	1	180.00	180.00
7	离子色谱仪	DionexICS-5000	1	60.00	60.00
8	超低温冰箱	/	1	20.00	20.00
9	微生物快速检测系统	/	1	120.00	120.00
10	高温炉	2000*800*800	2	25.00	50.00
11	坩埚或装料盘	5-10L	80	0.75	60.00
12	反应釜	PP 或玻璃钢 5000L	2	15.00	30.00
13	干燥烘箱	温度范围 0-150℃	2	7.50	15.00
14	流化床	20-50 公斤/小时	1	50.00	50.00
15	变频出料泵及控制系统	/	1	30.00	30.00
16	变频下膏泵及控制系统	/	1	30.00	30.00
17	100L 外循环制膏机及控制系统	100L	1	50.00	50.00
18	多色牙膏灌装机	60 支/min	1	120.00	120.00
19	同心圆牙膏灌装机	60 支/min	1	120.00	120.00
20	压力输送储罐	1500L	3	5.00	15.00
21	硬组织生物切片机	EXAKT302	1	20.00	20.00
22	外循环试验制膏机	RW15CD	1	90.00	90.00
23	中试真空反应釜（50L）	VME-50L	1	20.00	20.00
24	紫外分光光度计	Evolution201	1	15.00	15.00
25	全自动电位滴定仪	T7	1	15.00	15.00
26	密度折光仪	DM/RX40	1	25.00	25.00
27	示差检测器	1260Infinity	1	25.00	25.00
28	实时荧光 PCR 系统	QuantStudio-7	1	65.00	65.00
29	核磁共振比表面仪	AcornArea	1	70.00	70.00

序号	设备名称	型号	数量	单价	总计
30	比表面积及孔径测定仪	JW-BK200B	1	15.00	15.00
31	激光扫描共聚焦显微镜	A1RSi	1	80.00	80.00
32	X 射线衍射仪	XRD-7000S/L	1	150.00	150.00
33	透射雾影仪	BYKA-4725	1	70.00	70.00
34	自动研磨抛光机	EcoMet30	1	20.00	20.00
35	电子舌	AlphaMOS	2	50.00	100.00
36	其他研发检测设备	/	1	150.00	150.00
37	其他	/	-	-	107.10
小计			-	-	2,324.10
1	实验室信息管理系统	LIMS	1	150.00	150.00
2	专利、文献数据库购买	/	1	20.00	20.00
3	国际/国家/行业标准购买	/	1500	0.04	60.00
4	设计类正版软件购买	/	3	10.00	30.00
小计			-	-	260.00
合计			-	-	2,584.10

（四）主要原材料、辅助材料以及燃料的供应情况

本项目的实施不会导致公司原辅料及能源供应方式发生重大变化，原辅料及能源供应均采用原有方式供应，市场供应充足。

（五）环保措施

本项目建成后，在研发活动开展过程中会产生少量的固废、废水及噪声污染物产生，具体处理措施如下：

- 1、固体废弃物：委托有处置资质的单位外运处置或回收处置。
- 2、废水：实验活动及办公活动产生的少量废水经现有污水处理站处理达标后，经市政管网排入市政污水处理厂。
- 3、噪音：研发设备运行噪声采用设备减震，设置消音器，研发区域墙体隔声等措施进行处置。

项目的污染治理主要依托于现有环保措施进行合规处置，不涉及新增环保投入。

（六）项目用地情况

本项目在公司现有土地范围内进行，不涉及新增用地的情况。

（七）项目实施主体及进度计划

本项目以登康口腔为投资和实施主体，项目实施周期为 30 个月。具体进度计划如下：

序号	内容	T+1 年				T+2 年				T+3 年	
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
1	项目规划										
2	设备采购及安装										
3	人员招聘及培训										
4	研发中心运行										

（八）项目对发行人未来经营成果的影响

本项目为口腔健康研究中心建设项目，有助于公司未来经营战略的实现，不会直接产生经济效益。但项目的顺利实施将有利于公司利用已有技术成果进一步提升公司自主创新能力，并产生更多的创新方案，从而助力公司具备一定的市场先发优势，保护公司的知识产权，增强公司的核心竞争力。

四、数字化管理平台建设项目

（一）项目概况

本项目总投资额为 3,631.30 万元，拟通过互联网、大数据、人工智能等新一代信息技术的深入应用，驱动企业进行业务模式、组织流程、商业模式的重构和创新。本项目的主要建设内容包括：优化升级 SAP 企业资源计划系统、CRM 客户关系管理系统、SFA 销售自动化系统等，新建业务中台、数据中台、商业智能决策系统、CDP 客户数据平台、全域全渠数字化用户运营平台、云资源及 IT 基础设施等。项目建成后将进一步提升公司的数字化运营管理能力，加快企业对市场的反应速度，优化公司资源配置，建立科学决策体系，实现企业内部的纵向集成，企业间的横向集成，以及围绕客户价值的端到端集成。从而有效提升公司在敏捷运营、智能决策、风险控制、组织协同、业务创新、产品研发、客户体验、

营销服务、用户运营等方面能力。

（二）项目实施的背景及必要性

近年来，互联网、大数据、云计算、人工智能、区块链等技术加速创新，日益融入经济社会发展各领域全过程，数字经济已成为我们国家新的经济增长点和发展新动能，也正在成为重组全球要素资源、重塑全球经济结构、改变全球竞争格局的关键力量。党的十九大提出，推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合，建设数字中国、智慧社会。党的十九届五中全会提出，发展数字经济，推进数字产业化和产业数字化，推动数字经济和实体经济深度融合。近年来国家先后出台了《网络强国战略实施纲要》《数字经济发展战略纲要》《关于加快推进国有企业数字化转型工作的通知》等，从国家层面部署推动数字经济发展。

随着人们的生活方式发生了深刻变化，线上线下的新业态崛起、线上线下的加速融合，传统与新势力品牌的百家争鸣，都标志着一个新消费市场的开启。在新技术、新人群、新渠道等多方面推动下，消费品企业唯有及时把握不断变化的消费趋势，洞察新的消费者需求，在变化中快速准确地抓住消费者心理，才是企业实现生存与发展的根本之道。面对中国口腔清洁护理用品行业更为残酷的品牌之争、价格之争、促销之争、终端网络之争、人才之争和线上线下竞争，公司需紧紧抓住消费升级、互联网发展和健康中国这一难得的历史机遇，推动企业与互联网深度融合，在此背景下，企业数字化转型势在必行。

通过本次募投项目的实施，公司将搭建全渠道数字化用户运营平台，建立品牌与用户之间的紧密联系，实现更好的消费者洞察，完成对消费者资产价值的数据量化，建立用户全生命周期价值管理。同时将建成产品研发管理系统，通过对产品研发活动全生命周期管理和产品配方等技术文档数据归集管理，将产品研发需求与全渠道数字化用户运营平台、SAP 企业资源计划系统、供应链协同管理系统等进行深度集成，帮助企业提升产品创新能力、缩短产品研发周期，有效管理研发产品质量、成本及范围等。

通过本次募投项目的实施，公司还将搭建业务中台和数据中台、商业智能决策系统，持续优化升级 SAP 企业资源计划系统及 CRM 客户关系管理系统。项目建成后将进一步提升企业的数字化运营管理能力，加快企业对市场的反应速度，

优化企业资源配置，并帮助企业建立科学决策体系和打造数字化核心竞争力，从而推动企业高质量持续发展。

（三）项目投资概算

本项目预计总投资人民币 3,631.30 万元，具体明细如下：

单位：万元

序号	项目	金额	占比
1	建设投资	3,306.30	91.05%
1.1	硬件购置费	350.00	9.64%
1.2	软件购置费	2,860.00	78.76%
1.3	预备费	96.30	2.65%
2	人员投入	325.00	8.95%
项目总投资		3,631.30	100.00%

（四）主要原材料、辅助材料以及燃料的供应情况

本项目的实施不会导致公司原辅料及能源供应方式发生重大变化，原辅料及能源供应均采用原有方式供应，市场供应充足。

（五）环保措施

本项目属于非生产性项目，无废气、废水、噪音、固废产生，对环境无重大影响，不涉及新增环保投入。

（六）项目用地情况

本项目在公司现有土地范围内进行，不涉及新增用地的情况。

（七）项目实施主体及进度计划

本项目以登康口腔为投资和实施主体，项目实施周期为 30 个月。具体进度计划如下：

序号	阶段/时间	T+1 年				T+2 年				T+3 年	
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
1	项目规划										
2	硬件购置及安装										

序号	阶段/时间	T+1 年				T+2 年				T+3 年	
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
3	软件购置及升级										
4	人员招聘及培训										
5	设备调试及运行										

（八）项目对发行人未来经营成果的影响

本项目为支撑性项目，不单独产生收益，但本项目通过互联网、大数据、人工智能等新一代信息技术的深入应用，将进一步提升公司的数字化运营管理能力，加快企业对市场的反应速度，有效提升公司在敏捷运营、智能决策、风险控制、组织协同、供应链优化、产品研发、客户体验、用户运营等方面能力。并驱动企业进行业务模式、组织流程、商业模式的重构和创新。

（以下无正文）

（本页无正文，为重庆登康口腔护理用品股份有限公司关于《募集资金具体运用情况》之盖章页）

重庆登康口腔护理用品股份有限公司



2023年5月20日