

公司代码：603605

公司简称：珀莱雅



**珀莱雅化妆品股份有限公司**  
**2019 年年度报告摘要**

## 一 重要提示

- 1 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 天健会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

以分红派息股权登记日的总股本为基数，向股权登记日在册全体股东每 10 股派发 5.90 元现金红利（含税），合计派发现金股利 118,749,040.40 元（含税），不以公积金转增股本，不送红股。在实施权益分派的股权登记日前公司总股本发生变动的，拟维持每股分配比例不变，相应调整分配总额，并将另行公告具体调整情况。

## 二 公司基本情况

### 1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	珀莱雅	603605	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	张叶峰	王小燕
办公地址	浙江省杭州市西湖区西溪路588号珀莱雅大厦9楼	浙江省杭州市西湖区西溪路588号珀莱雅大厦9楼
电话	0571-87352850	0571-87352850
电子信箱	proyazq@proya.com	proyazq@proya.com

### 2 报告期公司主要业务简介

#### （一）主要业务

公司主要从事化妆品类产品的研发、生产和销售，目前旗下拥有“珀莱雅”、“优资莱”、“悦

芙媞”、“韩雅”、“猫语玫瑰”、“YNM”、“彩棠”等品牌。

- 1、珀莱雅品牌，定位于海洋科技护肤，专注于海洋护肤研究。
- 2、优资莱品牌，定位于茶养护肤，提供有效能的茶元素护肤产品。
- 3、悦芙媞品牌，专为年轻肌肤定制，带来轻松快乐的美妆方式。
- 4、韩雅品牌，定位于高功能护肤，提供针对性的肌肤解决方案。
- 5、猫语玫瑰品牌，以天然玫瑰花精华为基底，打造甜美恋爱系自然彩妆。
- 6、YNM 品牌，韩系新锐平价美妆。
- 7、彩棠品牌：专注于东方色彩美学，打造兼具东方韵味与当代时尚的专业彩妆。

## （二）经营模式

### 1、销售模式

主要为线下、线上渠道相结合的销售模式。

线下渠道主要通过经销商的模式运营。渠道主要有化妆品专营店、商超、单品牌店等。

线上渠道主要通过直营、分销模式进行运营。渠道主要有天猫、淘宝、唯品会、京东、拼多多、云集等。

### 2、生产模式

以自主研发、自主生产为主，OEM 生产为辅的生产模式。

## （三）行业情况说明

根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》，公司所属行业为化学原料和化学制品制造业（分类代码：C26）；根据《国民经济行业分类与代码》（GB/T 4754-2011），公司所属行业为日用化学产品制造（C268），细分行业为化妆品制造（C2682）。

根据国家统计局统计，2019 年，社会消费品零售总额 411,649 亿元，同比增长 8.0%，其中化妆品类总额 2,992 亿元，同比增长 12.6%（限额以上单位消费品零售额）。

## 3 公司主要会计数据和财务指标

### 3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2019年	2018年	本年比上年 增减(%)	2017年
总资产	2,979,365,076.82	2,860,042,557.71	4.17	2,303,827,477.37
营业收入	3,123,520,211.77	2,361,248,766.72	32.28	1,783,028,737.20
归属于上市公司股东的净利	392,681,976.58	287,188,727.12	36.73	200,785,787.88

润				
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	386,170,257.02	277,682,743.63	39.07	185,088,598.57
归属于上市公司股东的净资产	2,029,687,883.68	1,694,310,463.85	19.79	1,458,687,546.64
经营活动产生的现金流量净额	235,961,328.34	512,918,568.86	-54.00	334,212,090.47
基本每股收益(元/股)	1.96	1.44	36.11	1.30
稀释每股收益(元/股)	1.96	1.43	37.06	1.30
加权平均净资产收益率(%)	21.24	18.28	增加2.96个百分点	27.93

### 3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3月份)	第二季度 (4-6月份)	第三季度 (7-9月份)	第四季度 (10-12月份)
营业收入	641,915,746.67	685,873,828.14	752,310,545.06	1,043,420,091.90
归属于上市公司股东的净利润	91,149,334.41	82,243,766.27	66,631,354.41	152,657,521.49
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	91,088,028.91	79,559,118.63	67,318,366.85	148,204,742.63
经营活动产生的现金流量净额	-41,461,461.76	-17,670,921.84	131,782,874.91	163,310,837.03

注：营业收入及归属于上市公司股东的净利润季度之间波动的主要原因：化妆品行业易受季节性因素和节假日活动影响，各季度销售情况呈现波动变化，如第四季度集中了国庆节、“双十一”、双十二等销售高峰期，因此第四季度营业收入和净利润均高于其他季度。

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

## 4 股本及股东情况

### 4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末普通股股东总数(户)	10,725
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	9,417
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0

前 10 名股东持股情况							
股东名称 (全称)	报告期内增 减	期末持股数 量	比例 (%)	持有有限售 条件的股份 数量	质押或冻结情况		股东 性质
					股 份 状 态	数 量	
侯军呈		72,640,500	36.09	72,640,500	无		境内 自然人
方玉友		48,858,000	24.27	48,858,000	质 押	15,160,000	境内 自然人
李小林		7,589,400	3.77	7,589,400	无		境内 自然人
徐君清		7,419,900	3.69	7,419,900	质 押	2,700,000	境内 自然人
曹良国	-1,759,500	5,498,850	2.73	0	无		境内 自然人
中国建设银行股份 有限公司—银华富 裕主题混合型证券 投资基金	2,439,856	2,439,856	1.21	0	未 知		其他
阿布达比投资局	1,139,909	1,139,909	0.57	0	未 知		其他
全国社保基金一一 七组合	1,099,876	1,099,876	0.55	0	未 知		其他
韩国银行—自有资 金	981,849	981,849	0.49	0	未 知		其他
曹荣杰	890,000	890,000	0.44	0	未 知		未知
上述股东关联关系或一致行动的 说明	方玉友系侯军呈配偶方爱琴的弟弟，故侯军呈、方玉友存在 关联关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股 数量的说明	无						

#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



#### 4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



#### 4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

□适用 √不适用

### 5 公司债券情况

□适用 √不适用

## 三 经营情况讨论与分析

### 1、报告期内主要经营情况

#### （一）主品牌珀莱雅重点发展

##### （1）品牌升级

基于品牌“海洋”的 DNA，与法国国家海藻研究机构（CEVA）、法国海洋生物科技研究机构（CODIF）在法国布列塔尼联合发布全新精华家族；与《美国国家地理》杂志合作，共同溯源珀莱雅天然安全的全球海洋原料，呼吁保护海洋；联合代言人李易峰、黄明昊、罗云熙、知名 KOL 等表达“趁年轻，去发现”的品牌精神；发起“99 分人生”微电影项目，表达品牌极致探索精神。

## （2）整合营销

通过《航海王》、《山海经》等 IP 跨界营销；冠名浙江卫视《遇见你真好》；独家特约《青春环游记》；通过品牌、代言人、粉丝进行联合营销。

## （3）爆品打造

打造爆品黑海盐泡泡面膜，天猫旗舰店冲月销 100 万盒+，破天猫美妆历史，获“抖音美容护肤榜”第 1 名；打造小爆品印彩巴哈 insbaha 彩妆粉底液。

## （4）新品推出

推出烟酰胺美白精华、胶原蛋白线雕精华、深海保湿酵母原液、深海胶原·立体轮廓霜、极境专效修护面膜等新品。

## 2、电商渠道快速发展

报告期内，公司继续精细化运营各电商平台。

天猫：对品牌会员深度运营；携手“天猫全明星计划”，开展全网营销，与粉丝们共同探索“闪光”之旅。

京东：与京东共创“一日一大牌”活动；联动代言人粉丝，助力超级品牌日活动。

唯品会：匹配“亿飞冲天”、“快抢”等营销方式，精细化运营产品及人群。

分销渠道：区分各分销平台主推产品、品类、价位，店铺奖惩差异化。

社交渠道：分析社交人群喜好，抓住各平台的拉新节点，推广爆品品类和机会品类。

## 3、持续科研创新

报告期内，科研创新以企业为主体、市场为导向、产学研相结合。

（1）全球合作：珀莱雅和西班牙 LIPOTRUE S.L. 公司签署技术合作协议；和法国 CODIF 公司签署战略合作协议；委托法国海藻研究机构 CEVA 研发化妆品功效成分；委托日本美研创新株式会社开发洗护用品产品。

（2）作为“浙江省专利示范企业”，公司新获得 21 项国家授权发明专利，同时新提交 11 项发明专利申请、1 项实用新型专利申请、1 项 PCT 国际专利申请。截至报告期末，公司拥有国家授权发明专利 64 项。

（3）经中国轻工业联合会评定，公司被授牌为“中国轻工业化妆品功效研究工程技术研究中心”；公司牵头制定的《化妆品影响皮肤弹性测试方法》、《化妆品抗皱功效测试方法》2 项功效测试团体标准，经浙江省保健品化妆品行业协会团体标准正式批准发布，并于 2019 年 11 月 1 日起施行。

(4) 公司通过中国轻工业联合会评定, 荣获“中国轻工业科技百强企业”称号; 研发创新中心荣获“中国香精香料化妆品行业优秀研发团队”称号; 公司高新项目《玉米醇溶蛋白制备萝卜硫素皮克林抗污染微乳的技术研究》荣获“浙江省优秀工业新产品新技术三等奖”; 公司高新项目《巨藻发酵物中提取促生发成分的技术研究》被列为“2019年浙江省重点技术创新项目”; 获得8项浙江省科学技术成果。

#### 4、供应链保障

报告期内, 公司将信息化技术与工业化生产深度融合, 推广智能制造, 数字化信息系统覆盖研发、设计、采购、生产、物流等各环节, 为公司爆款打造和销售增量提供了坚实保障。

(1) 湖州生产基地将化妆品智能制造与5G信息技术融合, 降本增效, 获得2019年湖州市智能工厂标杆和浙江省5G智能工厂信息化创新项目奖。

(2) 建设信息物流、智慧物流, 实现物流信息在线监督, 实时跟踪反馈, 自定义期间数据分析。公司物流部获中国物流行业金蚂蚁明星奖。

(3) 不断扩充产能, 升级生产制造保障, 新购入全自动玻璃瓶清洗烘干线、全自动洗护类灌装线、全自动水乳灌装线等。

#### 5、人力资源推动

(1) 组织方面: 继续推动平台型组织搭建, 顺应外部市场变化, 以数据为依托, 以产品端、品牌端为起点变革, 深入爆品策略、新营销的业务模式推进组织变革, 使得组织更有活力、创造性;

(2) 人才方面: 人才选拔引进遵循年轻化、多元化、国际化的原则, 同时加入新营销方面的人才, 积极配合公司从传统组织模式转向矩阵型、灵活组织, 建立高标准选人, 实践竞争育人的人才机制;

(3) 机制方面: 继续推进多元化的激励机制, 深入探索合伙人机制, 业务模块超额激励、项目奖励, 充分赋能管理人员, 调动各级员工的积极性、主动性。

## 2、导致暂停上市的原因

适用 不适用

## 3、面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

**4、公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明**

适用 不适用

参见 2019 年年度报告之“第十一节 财务报告”之“五 重要会计政策和会计估计变更”之“44 重要会计政策和会计估计的变更”。

**5、公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明**

适用 不适用

**6、与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。**

适用 不适用

本公司将杭州珀莱雅贸易有限公司、韩雅(湖州)化妆品有限公司、浙江美丽谷电子商务有限公司、湖州创代电子商务有限公司、乐清莱雅贸易有限公司、悦芙媞(杭州)化妆品有限公司等 28 家子公司纳入报告期合并财务报表范围，情况详见本财务报表附注“合并范围的变更”和“在其他主体中的权益”之说明。