

公司代码：603605

公司简称：珀莱雅



**珀莱雅化妆品股份有限公司
2018 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 20,128.58 万股（已扣除拟回购注销的 7.65 万股）为基数（实际股数以股权登记日当日股份数为准），向股权登记日在册全体股东每 10 股派发 4.30 元现金红利（含税），合计派发现金股利 86,552,894.00 元（含税），不以公积金转增股本，不送红股。

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”、“悦芙媄”、“韩雅”、“悠雅”、“猫语玫瑰”、“TZZ”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、悦芙媿品牌，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、悠雅品牌，以“轻彩妆、会呼吸”为理念，打造“清透感”的时尚彩妆。
- 6、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。
- 7、TZZ 品牌，以“天然作美，创想青春”为理念，打造时尚创意的纯植物化妆产品。

（二）经营模式

1、销售模式

主要为线上和线下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。渠道主要有商超、化妆品专营店、单品牌店等。

线上渠道主要通过直营、经销、代销模式进行运营。渠道主要有天猫、淘宝、唯品会、京东、苏宁易购、聚美优品、云集、拼多多等。

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，2018年1-12月，社会消费品零售总额380,987亿元，同比增长9.0%，其中化妆品类总额2,619亿元，同比增长9.6%（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

	2018年	2017年	本年比上年 增减(%)	2016年
总资产	2,860,042,557.71	2,303,827,477.37	24.14	1,502,340,998.40
营业收入	2,361,248,766.72	1,783,028,737.20	32.43	1,623,373,886.96
归属于上市公司股东的净利润	287,188,727.12	200,785,787.88	43.03	153,622,962.80
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	277,682,743.63	185,088,598.57	50.03	133,449,682.45

归属于上市公司股东的净资产	1,694,310,463.85	1,458,687,546.64	16.15	560,622,214.55
经营活动产生的现金流量净额	512,918,568.86	334,212,090.47	53.47	132,940,535.01
基本每股收益(元/股)	1.44	1.30	10.77	1.02
稀释每股收益(元/股)	1.43	1.30	10.00	1.02
加权平均净资产收益率(%)	18.28	27.93	减少9.65个百分点	31.76

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	503,122,369.42	538,415,151.03	518,311,931.78	801,399,314.49
归属于上市公司股东的净利润	69,920,926.50	59,004,503.02	52,852,660.19	105,410,637.41
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	67,284,757.34	55,130,461.61	45,761,289.42	109,506,235.26
经营活动产生的现金流量净额	146,461,525.87	75,169,202.83	-35,258,111.92	326,545,952.08

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、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

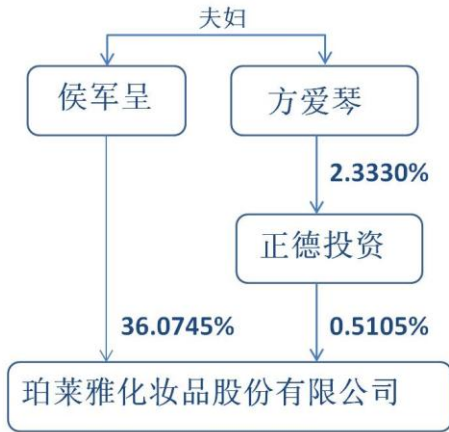
单位：股

截止报告期末普通股股东总数(户)	9,495					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	9,446					
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)						
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)						
前10名股东持股情况						
股东名称	报告期内	期末持股数	比例	持有有限售	质押或冻结情况	股东

(全称)	增减	量	(%)	条件的股份数量	股份状态	数量	性质
侯军呈		72,640,500	36.07	72,640,500	无		境内自然人
方玉友		48,858,000	24.26	48,858,000	质押	4,860,000	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	3.68	7,419,900	无		境内自然人
曹良国		7,258,350	3.60	0	无		境内自然人
中国建设银行股份有限公司—华安核心优选混合型证券投资基金	1,936,152	1,936,152	0.96	0	未知		其他
国泰基金—工商银行—国泰基金格物1号资产管理计划	1,460,600	1,460,600	0.73	0	未知		其他
中国国际金融香港资产管理有限公司—客户资金	1,378,423	1,378,423	0.68	0	未知		其他
全国社保基金一一一组合	1,330,520	1,330,520	0.66	0	未知		其他
交通银行股份有限公司—农银汇理行业领先混合型证券投资基金	1,088,614	1,088,614	0.54	0	未知		其他
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。股东曹良国系正德投资的普通合伙人、执行事务合伙人，故股东曹良国及正德投资存在关联关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

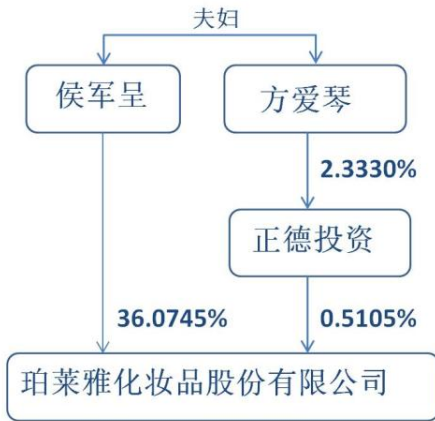
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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

报告期内，公司持续以“三驾马车”战略为中心，推动研发、供应、人力等职能平台化建设，建立平台化协作机制。

（一）“三驾马车”齐头并进

（1）主品牌珀莱雅稳步发展

珀莱雅品牌营收占比 88.77%，同比增长 32.38%。

①品牌升级

报告期内，与法国海洋开发研究所(IFREMER)、法国国家海藻研究机构(CEVA)建立中法联合实验室，整合全球海洋资源，共同开发独家功效型专利科技产品。“海洋珀莱雅”战略升级，品牌年轻化升级，品牌视觉形象升级。

②新品上市

报告期内推出5大新品系列：极境海御白光塑护肤系列；海洋安瓶修护系列；印彩巴哈 insbaha 彩妆系列；水光安瓶面膜、泡泡 SPA 面膜等面膜新品系列；中高端洗护系列。涵盖了护肤、彩妆、面膜、洗护等品类。

③整合营销

报告期内，公司乔迁新大楼之际召开“珀耀十五、美 fan 未来”周年庆典。冠名优酷《疯狂的衣橱》、音乐综艺《异口同声》、偶像养成类综艺《最优的我们》。合作青春篮球竞技《这就是灌篮》、音乐真人秀《梦想的声音》、腾讯亲子类节目《不可思议的妈妈》。

新签代言人李易峰、罗云熙、刘颖伦，深度植入代言人唐嫣主演剧《归去来》，借势代言人营销，将品牌、代言人、粉丝三者紧密联合。与微博、微信、抖音、美拍、KOL 等深度合作，线上线下整合互动营销。

(2) 电商平台快速提升

2018年电商平台营收占比43.57%，同比增长59.91%，其中直营占比45.77%，同比增长90.19%；经销占比54.23%，同比增长40.97%。

报告期内，公司与各电商平台紧密配合，根据各电商平台特征精准策略，精细化运营。比如针对天猫等直营平台，重点加强新品开发、内容营销、社群营销、粉丝营销、爆款打造等；针对京东、唯品等分销平台，加强产品结构优化、推专供产品、内容运营、流量运营、打造类目爆款等；针对云集等社交平台，开展内容营销、推广开店礼包、梳理产品线、打造周期性爆款和长期爆款、升级培训体系等。

进一步加强会员的精细化运作、加强人群分析，整合媒介资源，构建更加健全完整的内容营销体系。

(3) 优资莱单品牌店持续重推

2018年优资莱品牌实现营收1.33亿，占公司营收5.63%。公司继续发展单品牌店运营模式，打造健与美智慧门店模式，推出近300SKU新品，涵盖护肤、彩妆、大健康等品类。包括：参茶系列、黑茶男士系列、身体护理系列、面膜系列、眼部护理系列、精油护理系列、优萌母婴系列、茶树精油祛痘系列、洗护系列、冻干粉系列、悠雅彩妆全系列等。

2、平台化组织“保驾护航”

（1）科研创新

报告期内，公司持续完善以消费者需求为导向、产学研相结合的专业研发体系，在研发创新方面取得以下成就：

①作为“浙江省专利示范企业”，2018年公司新获得6项国家授权发明专利，同时新提交23项发明专利申请。截止至2018年12月31日，公司拥有国家授权专利43项，并获批“2018年度国家知识产权优势企业”。

②作为浙江省化妆品标准化技术委员会主任委员单位，公司2018年参与制定的5项国家标准已正式实施。公司牵头制定的《化妆品控油功效测试方法》等4项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1月1日起施行。该4项团体标准的发布填补了国内化妆品功效评价标准的空白，有利于完善化妆品行业标准体系，保证化妆品功效宣称有科学、真实、客观的评价方法。

③作为“高新技术企业”，公司2018年共完成14项高新项目研究。此外，3个工业新产品和4项新技术通过了省经信委的验收，其中“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”项目被专家认定为具国际先进水平。

④公司产学研合作项目《功能营养物包埋载体设计技术及其健康产品应用》，荣获“2018年度中国商业联合会科技进步一等奖”。

⑤珀莱雅研发创新中心在中国香精香料化妆品行业科技大会暨第十二届学术研讨会上荣获“化妆品行业优秀研发团队”、“中国化妆品年度科技创新奖”。

（2）供应链保障

报告期内，公司持续优化供应链体系，持续推行精细化管理，进一步提高上下游之间的响应速度和服务质量，为市场需求提供准确高效的保障。

①报告期内，公司SRM系统（供应商协同系统）上线完成。SRM系统从采购管控、数据支撑、流程支撑、可视化运作、响应体系、业务模式六大方面改善供应链体系，通过电子化、透明化的单据流转，提高采购效率，降本扩源；通过在线监控供应商库存，优化库存管理，促进库存周转率提升。

②面膜智能制造车间机器换人项目，被评为湖州市2018年两化融合重点项目：面膜生产车间引进码垛机器人（串联机器人）、分拣机器人（并联机器人）、抓取机器人（桌面机器人）等智能设备，大幅提升面膜生产效率。

③公司被评为 2018 年湖州市上云标杆企业：持续聚焦自动化设备投入和智能化、信息化管理。购置 4 吨乳化锅、全自动装盒机、自动折面膜机、自动三位裹包机等自动化设备，新增全自动水乳灌包装线、面膜生产线等，扩充了产能。仓储、物流系统的智能化、信息化，正式启用 RFID 智能托盘项目，实现自动盘库；新启用物流信息跟踪手机 APP 项目，随时随地登录 APP 看到货物的运输状态；仓储管理 WM 系统持续优化；引入全自动组套机，化妆品搭配套盒实现自动组装。

④获得 2018 年湖州市政府质量奖：对每一款新开发的产品进行全过程质量控制和追溯，建立了系统全面的安全、功效、质量评价体系。新增多台全球前沿的研发和质量检测设备，如美国安捷伦的原子吸收光谱仪、德国 BINDER 的各种培养箱等。确保实验室采用先进的设备和仪器、严格的品控流程，评价原材料、成品，持续提供满足或者超越消费者质量要求的产品。

(3) 人力资源管理

①组织方面：为构建多品牌多品类全渠道的美妆大平台，公司以“三驾马车”战略为牵引，推动“小集团、大事业部”组织变革，总部以创新、人才、孵化为核心定位，推动供应链、管理服务各模块服务集约化、建立产品研发、设计、采购、市场、销售协同作业机制，以更高的效率快速响应各事业单元的业务需求，达到了降低管理费用、内部运营效率提升的目标；

②人才方面：人才选拔遵循年轻化、多元化原则，公司管理层大量启用 80 后、85 后年轻人，同时引进跨行业人才：如服装行业、淘宝内容运营公司、策略公司背景的人才；

③机制方面：改变以往“一元化”的激励机制，杜绝一刀切，根据不同事业单元、不同层级、不同职系的人才设计多元化的激励机制，如中高管股权激励、各业务模块超额分享、内部创业合伙人，内部各部门市场化等各种机制，充分调动了公司各级员工的积极性、主动性，为完成业绩提供坚实的保障。

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

参见公司 2018 年年度报告全文之“第十一节 财务报告”之“五 重要会计政策和会计估计变更”之“33 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（杭州）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、湖州悦芙媞贸易有限公司、上海媞语化妆品有限公司、丹阳悦芙媞化妆品贸易有限公司、湖州缇芝化妆品有限公司等 16 家子公司纳入报告期合并财务报表范围，情况详见公司 2018 年年度报告之财务报表附注“合并范围的变更”和“在其他主体中的权益”之说明。