

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 年半年度报告摘要

一 重要提示

- 1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半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 本半年度报告未经审计。
- 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
本报告期无利润分配或公积金转增股本预案。

二 公司基本情况

2.1 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
电话	0571-87352850	0571-87352850
办公地址	杭州市西湖区教工路18号世贸丽晶城欧美中心A座D区16楼	杭州市西湖区教工路18号世贸丽晶城欧美中心A座D区16楼
电子信箱	proyazq@proya.com	proyazq@proya.com

2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	2,578,514,095.67	2,303,827,477.37	11.92
归属于上市公司股东的净资产	1,526,364,992.62	1,458,687,546.64	4.64
	本报告期(1-6月)	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	221,630,728.70	155,163,963.54	42.84

营业收入	1,041,537,520.45	833,791,097.99	24.92
归属于上市公司股东的净利润	128,925,429.52	88,987,695.89	44.88
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	122,415,218.95	77,718,271.66	57.51
加权平均净资产收益率(%)	8.52	14.71	减少6.19个百分点
基本每股收益(元/股)	0.64	0.59	8.47
稀释每股收益(元/股)	0.64	0.59	8.47

2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)		10,696				
截止报告期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	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结的股份数量	
侯军呈	境内自然人	36.32	72,640,500	72,640,500	无	
方玉友	境内自然人	24.43	48,858,000	48,858,000	质押	2,110,000
李小林	境内自然人	3.79	7,589,400	7,589,400	无	
徐君清	境内自然人	3.71	7,419,900	7,419,900	无	
曹良国	境内自然人	3.63	7,258,350	7,258,350	无	
中国国际金融香港资产管理有限公司—客户资金	未知	1.79	3,572,624	0	未知	
杭州正德投资合伙企业(有限合伙)	其他	1.50	3,000,000	3,000,000	无	
全国社保基金一一一组合	未知	1.31	2,612,980	0	未知	
中国工商银行股份有限公司—泓德泓富灵活配置混合型证券投资基金	未知	1.03	2,064,703	0	未知	
南方基金—中国银行—中银国际证券有限责任公司	未知	0.63	1,269,300	0	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。股东曹良国系正德投资的普通合伙人、执行					

	事务合伙人，并持有正德投资 65.9470%的合伙份额，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

2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

适用 不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

3.1 经营情况的讨论与分析

（一）概述

报告期内公司实现了 10.42 亿元营业收入，同比增长 24.92%，其中主营业务收入 10.40 亿元。归属于上市公司股东的净利润为 1.29 亿元，同比增长 44.88%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润较上一年增长 57.51%。

2018 年上半年，公司持续优化产品结构、稳定线下销售，积极拓展线上渠道，提升线上销售。同时严控成本、合理费用支出，实现营收、利润稳步增长。

1、营业收入同比增长的主要原因

（1）线下渠道

2018 年 1-6 月公司日化专营店、商超、单品牌店等线下渠道实现营业收入 6.30 亿元，较去年同期增长 9.60%，公司通过产品升级、形象升级、渠道优化，业绩保持平稳增长。

（2）线上渠道

2018 年 1-6 月公司线上渠道完成营业收入 4.12 亿元，较去年同期增长 58.46%。本年度线上积极开拓新渠道，如云集渠道，通过店铺精细化运营来提高日销等措施，保持业绩高速增长态势。

2、2018 年 1-6 月归属于上市公司股东的净利润，及扣除非经常性损益后的净利润同比增加原因

总体来看，线上渠道营收与上年相比增长 58.46%，营收占比上升到 39.59%，由于线上渠道的盈利能力高于线下渠道，因此线上渠道的营收占比的提高整体提升了公司利润。

从各个报表项目来看，情况如下：

1、公司 2018 年 1-6 月营业收入 10.42 亿元，增幅 24.92%；销售成本 3.94 亿元，增幅 26.23%，销售毛利增加 1.26 亿元，增幅 24.17%。

2、2018 年 1-6 月管理费用 8,314.44 万元，较上年同期减少 1,657.37 万元，降幅 16.62%，主要系公司强化平台化管理需要，对新孵化品牌项目的财务、行政、人力、设计等职能实行统一管理，导致管理费用降低。管理费用率由 2017 年 1-6 月的 11.96%降低到 2018 年 1-6 月的 7.98%。

（二）报告期内主要经营情况

1、科研创新

报告期内，公司持续完善以消费者需求为导向、产学研相结合的技术创新体系，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”，截至报告期末，公司拥有国家授权专利 267 项，包括 38 项发明专利，28 项实用新型专利及 199 项外观设计专利。其中，2018 年上半年新获得 3 项发明专利，同时新提交 11 项发明专利申请。

(2) 作为浙江省化妆品标准化技术委员会主任委员单位，2018 年珀莱雅先后参与制定了以下国家标准：GB/T 35827-2018 《化妆品通用检验方法乳化类型（W/O 或 O/W）的鉴别》、GB/T 35914-2018 《卸妆油（液、乳、膏、霜）》、GB/T 35889-2018 《眼线液（膏）》、GB/T 13531.6-2018 《化妆品通用检验方法 颗粒度（细度）的测定》、GB/T 13531.7-2018 《化妆品通用检验方法 折光指数的测定》。

(3) 珀莱雅作为牵头单位制定的《化妆品美白祛斑功效测试方法》、《化妆品控油功效测试方法》、《化妆品影响皮肤表面酸碱度测试方法》等 11 项浙江省保健品化妆品行业协会团体标准已经立项，部分标准现已进入实验验证阶段。

(4) 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获得“化妆品行业优秀研发团队”。

2、供应、生产、质量保障

报告期内，公司持续优化供应链体系，进一步提高上下游之间的响应速度和服务质量，为市场销售提供准确高效的保障。

(1) SRM 系统（供应商协同系统）上半年一期与二期相继完成上线，打通公司 SAP、SOA/BPM 预算及费用管控系统。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公司采购供应链，提高采购效率，降本扩源，优化库存管理，支撑集团采购管控。从而实现对供应商的管理精细化、效率精细化、成本精细化。

(2) 面膜生产车间引进了套并联机器人和码垛机器人，实施面膜智能制造，自动检测、自动装箱、自动码垛。通过机器换人，面膜生产效率得到大幅提升。

(3) 公司持续聚焦智能制造技术和高度自动化设备的投入，报告期内购置了套盒自动折盒设备、自动折面膜设备，新增全自动水乳灌装线，有利于提高产能。

(4) 公司坚持对每一款新开发的产品进行全过程质量控制，报告期内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。公司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。

(5) 公司安环部门和政府部门联动，向员工宣传安全生产知识、安全法律法规知识、劳动保障、安全自救知识。在安全生产月活动中，公司组织全体员工实施消防培训，火灾逃生演练，旨在提高全体员工初期火灾扑救，逃生自救，以及突发事件中的应变能力，为公司长治久安保驾护航。

3、渠道建设方面

报告期内，公司继续推行“三驾马车”战略，主品牌珀莱雅稳步发展，电商平台强势发力，优资菜单品牌店持续重推，多渠道协同发展。

(1) 主品牌珀莱雅稳步发展

作为公司主品牌，报告期内珀莱雅品牌营收占比 89.42%，营收同比增长 27.52%。截至报告期末，主品牌珀莱雅的线下经销商数量为 120 余家，线下日化专营店销售终端网点达 13000 余家。

(2) 电商平台强势发力

公司与主要电商平台如天猫、淘宝、唯品会、京东、聚美优品、云集等深入合作，截至报告

期末，公司电商销售占比 39.59%，销售占比上升到同比增长 58.46%。

（3）优资莱单品牌持续重推

报告期内，公司继续发展单品牌店运营模式。优资莱单品牌店定位于涵盖美妆和大健康品类的“健与美的智慧门店”。涵盖护肤、彩妆、面膜、洗护、身体、男士、工具、日用品、问题肌肤修复、大健康等 11 大品类 400 余单品。

4、品牌营销方面

品牌是公司发展的核心竞争力，公司进一步深入“品牌年轻化战略”，将品牌文化年轻化、消费者年轻化、产品年轻化、营销年轻化全方位融入到品牌建设之中，为品牌和渠道注入新活力。

（1）珀莱雅品牌

作为公司的主品牌，珀莱雅品牌持续深化“海洋护肤”的品牌文化内核，品牌年轻化升级。

①新品上市

报告期内推出 3 大新品系列涵盖护肤、彩妆、面膜，包括：极境海御白光塑系列，直击淡斑，使肌肤质感更白皙通透；印彩巴哈 insbaha 彩妆系列，从巴哈马色彩汲取灵感，涵盖眼部、面部、唇部彩妆产品；面膜新品系列，包括水光安瓶面膜、泡泡 SPA 面膜等。全方位满足消费者对于护肤的多元化需求，品牌的产品年轻化竞争力进一步升级。

②新代言人营销

新签代言人李易峰，借势代言人营销，从官宣“土味海报”与粉丝互撩；到为“呵护肌肤”定制的“李易峰呵呵舞”魔性视频；到李易峰主演的电影《动物世界》全国包场，打造“海洋呵护影院”和粉丝一起为偶像实力打 call；再到承包深圳、长沙的两辆“海洋男神主题地铁”，将品牌、代言人偶像、粉丝三者紧密结合，让品牌深入粉丝心中，成功将代言人的流量转换成品牌流量，进一步吸粉年轻消费者。

③综艺冠名与影视植入

报告期内，独家冠名浙江卫视音乐类综艺《异口同声》、联合特约《梦想的声音》，主推明星产品“水漾芯肌系列”和“靓白芯肌系列”；独家冠名偶像养成类综艺《最优的我们》，微博话题阅读量突破 18.1 亿；合作腾讯亲子类节目《不可思议的妈妈》，圈粉年轻辣妈新受众；作为代言人唐嫣主演的电视剧《归去来》广告植入的深度合作方，通过剧情与场景的深度植入、二次传播、粉丝互动等进行 IP 捆绑营销。

（2）其它品牌

①优资莱品牌

报告期内，优资莱品牌推出新品：精油护理系列、面膜系列（黑面膜、流行趣味面膜、眼膜、鼻膜等）、手工皂系列、黑茶男士系列、茶树精油祛斑系列等，并召开新品发布会。

②悦芙媞品牌

报告期内，悦芙媞品牌推出新品：悦颜净透美白系列、可撕拉水性甲油系列、乳酸菌面膜系列等新产品系列，满足更多年轻消费者需求，并联合台湾知名艺人尹嘉萱开展产品宣传活动。

③韩雅品牌

报告期内，韩雅品牌推出新品：韩雅明星防晒修颜霜、韩雅 VC 舒安透白系列等，并在全多地开展“VC·白天下”王者归来美白产品推广活动。

5、人力资源管理

（1）为充分调动公司任职的高管、中层及核心骨干的积极性，报告期内制定了 2018 年限制性股票激励计划，截至本报告发布日，公司已完成向激励对象首次授予限制性股票。

（2）公司引进具有零售经验的人才、加大对原有人员的零售能力训练，制定了创新、创意及新零售人才发展计划。

3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

适用 不适用

3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

适用 不适用