

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	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	2,528,051,852.57	2,860,042,557.71	-11.61
归属于上市公司股东的净资产	1,792,766,547.43	1,694,310,463.85	5.81
	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	-59,132,383.60	221,630,728.70	-126.68
营业收入	1,327,789,574.81	1,041,537,520.45	27.48
归属于上市公司股东的净利润	173,393,100.68	128,925,429.52	34.49
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	170,647,147.54	122,415,218.95	39.40
加权平均净资产收益率(%)	9.78	8.52	增加1.26个百分点

基本每股收益（元/股）	0.87	0.64	35.94
稀释每股收益（元/股）	0.86	0.64	34.38

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）		9,847				
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	36.07	72,640,500	72,640,500	无	
方玉友	境内自然人	24.26	48,858,000	48,858,000	质押	8,350,000
李小林	境内自然人	3.77	7,589,400	7,589,400	无	
徐君清	境内自然人	3.68	7,419,900	7,419,900	质押	2,700,000
曹良国	境外自然人	3.60	7,258,350	0	无	
全国社保基金一一一组合	未知	0.78	1,569,448	0	未知	
全国社保基金一一七组合	未知	0.55	1,099,876	0	未知	
中信银行股份有限公司—农银汇理策略精选混合型证券投资基金	未知	0.51	1,025,945	0	未知	
中国工商银行股份有限公司—汇添富美丽 30 混合型证券投资基金	未知	0.45	900,000	0	未知	
中国对外经济贸易信托有限公司—外贸信托·锐进 16 期中欧瑞博证券投资集合资金信托计划	未知	0.42	849,000	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。					
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）、财务分析

报告期内公司实现营业收入 13.28 亿元，同比增长 27.48%，其中主营业务收入 13.27 亿元。归属于上市公司股东的净利润为 1.73 亿元，同比增长 34.49 %。

1、主营业务收入变化原因

（1）按渠道拆分

电商渠道营收 6.11 亿元，占比 46.01%，同比增长 48.08%；
日化专营店渠道营收 5.25 亿元，占比 39.57%，同比增长 11.70%；
商超渠道营收 0.95 亿元，占比 7.17%，同比增长 13.10%；
单品牌店渠道营收 0.74 亿元，占比 5.59%，同比增长 10.45%。
其他渠道营收 0.22 亿元，占比 1.66%。

（2）按品牌拆分

珀莱雅品牌营收 11.74 亿元，占比 88.50%，同比增长 26.28%
优资莱品牌营收 0.53 亿元，占比 3.99%，同比增长 10.42%
其他品牌营收 1 亿元，占比 7.51%，同比增长 53.85%

（3）按品类拆分

护肤营收 12.05 亿元，占比 90.83%，同比增长 27.81%
美容类营收 0.39 亿元，占比 2.94%，同比增长 209.78%
洁肤类营收 0.83 亿元，占比 6.23%，同比下降 2.09%

2、净利润变化原因

- （1）归母净利润率由 2018 年半年度的 12.38% 同比上升至 13.06%。
- （2）毛利率由 2018 年半年度的 62.18% 同比上升至 65.78%。
- （3）销售费用率由 2018 年半年度的 37.63% 同比上升至 39.40%（形象宣传推广费用率由 2018 年的 20.70% 同比上升至 24.35%）。
- （4）管理费用率由 2018 年半年度的 5.99% 同比上升至 6.72%（不含研发费用）。

（二）经营情况分析

1、主品牌珀莱雅重点发展

珀莱雅品牌营收占比 88.50%，同比增长 26.28%。

（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，主打科技、品质、功效；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；联合代言人黄明昊、罗云熙、知名 KOL 等表达“趁年轻，去发现”的品牌精神。

（2）新品上市

推出 4 大新品系列：精华家族，包括烟酰胺美白精华以及胶原蛋白线雕精华；深海保湿酵母

原液；极境专效修护面膜；印彩巴哈 insbaha 彩妆粉底液和眼影盘。

（3）整合营销

通过《山海经》、《美国国家地理》等跨界营销。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；对爆品针对性营销。

2、电商渠道快速发展

2019 年上半年电商平台营收占比 46.01%，同期增长 48.08%，其中直营占比 47.30%，经销占比 52.70%。

报告期内，公司继续精细化运营各电商平台。

天猫：深度合作站外 KOL 及站内头部直播红人，对新客开展内容营销，对品牌会员深度运营，开展线上线下新零售等。

京东：提前布局爆款单品如防晒、气垫 CC 的引爆工作，618 期间与京东共创“一日一大牌”活动，结合代言人李易峰做明星粉丝引流，与抖音、快手等平台的大网红开展带货直播。

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，公司持续健全以企业为主体、市场为导向、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，公司新获得 8 项国家授权发明专利，同时新提交 7 项发明专利申请。拥有发明专利 51 项。

（2）作为浙江省化妆品标准化技术委员会主任委员单位，珀莱雅主要参与制定的《美白润肤膏霜》浙江制造团体标准已正式出版发行，并于 2019 年 3 月 31 日起施行。

（3）珀莱雅通过中国轻工业联合会评定，被授牌为“中国轻工业化妆品功效研究工程技术研究中心”，突显了公司在化妆品人体功效评价方面的能力。

（4）经专家评审和公示，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”；《槲皮素羟丙基 β -环糊精包合物脂质体的制备技术研究》获得浙江省重点高新技术产品；《曲霉发酵酱油过程中同步制备糖基神经酰胺的技术研究》获得浙江省重点技术创新专项。

（5）公司荣获“中国轻工业科技百强企业”。该奖项是中国轻工业联合会基于珀莱雅 2018 年度研发投入、研发投入占营业收入比重、重点实验室和研发中心数量、科技成果数量、科技奖项数量、发明专利数量等六项指标进行综合评分后的结果，是对珀莱雅科技创新能力的充分肯定。同时，公司还荣获浙江省保健品化妆品行业协会颁发的“标准创新贡献”和“科技创新企业”两项殊荣。

4、供应链保障

供应链以信息集成、应用集成，基础平台整合为基础，遵循精益制造，资源共享、价值增值的先进性理念，为快速变化的市场提供柔性的、短交期的、经济性的材料采购、生产制造和物流配送等供应链管理。

（1）采购部门定期与彩妆供应商、原料供应商、包材供应商交流新品趋势，为市场和销售部门输出前沿的新技术、行业新知识和最新流行趋势，实现供应链对市场的服务前置。

（2）供应商管理平台 SRM 系统，为市场部门提供新品寻源、协助产品开发，实现原辅材料系统竞价，利用 SRM 信息化管理手段，提升了供应链协同效率，提高成本控制能力和风险管控能力。

（3）湖州生产基地不断扩充产能，为高速发展的市场提供生产制造保障，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，通过新设备的投入使用，提高了生产效率。

5、人力资源推动

(1) 组织方面：推动平台型组织搭建，顺应外部市场变化，以产品端、品牌端为起点变革，围绕爆品策略、新营销的业务模式推进组织变革；

(2) 人才方面：人才选拔遵循年轻化、多元化、国际化的原则，公司大量启用 85 后、90 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，积极引进符合公司人才标准的国际人才，建立开放、复合的人才运营机制；

(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复合激励机制，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。

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

参见本报告书之“第十节 财务报告”之“五、重要会计政策和会计估计变更”之“40. 重要会计政策和会计估计的变更”

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