

公司代码：600315

公司简称：上海家化

上海家化联合股份有限公司
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 普华永道中天会计师事务所（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

以公告实施利润分配的股权登记日当天的总股本为基数，向股权登记日在册全体股东每 10 股派发 2.50 元现金红利（含税）

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	上海家化	600315	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	韩敏	陆地
办公地址	上海市江湾城路99号5幢	上海市江湾城路99号5幢
电话	021-35907000	021-35907666
电子信箱	contacts@jahwa.com.cn	contacts@jahwa.com.cn

2 报告期公司主要业务简介

公司主要从事护肤类、洗护类、家居护理类、婴幼儿喂哺类产品的研发、生产和销售，主要品牌包括六神、佰草集、高夫、美加净、启初、家安、玉泽、双妹、汤美星等。公司以差异化的品牌定位覆盖不同年龄和消费层次的消费需求，采用线上与线下相结合的销售模式，借助持续不断的产品创新，成为国内拥有一定影响力的本土品牌公司。

公司所处的行业为日用化学产品行业，根据证监会《上市公司行业分类指引》，公司归属于“日用化学产品制造业”（C4370）。根据国家统计局统计，2018 年社会消费品零售总额同比增长 9.0%，化妆品同比增长 9.6%（限额以上单位商品零售）。

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	
		调整后	调整前		调整后	调整前
总资产	10,160,072,259.23	9,603,959,103.00	9,603,959,103.00	5.79	10,736,328,316.51	7,632,447,445.47
营业收入	7,137,947,377.14	6,488,246,212.14	6,488,246,212.14	10.01	5,962,270,929.26	5,321,198,258.49
归属于上市公司股东的净利润	540,379,997.40	389,801,890.38	389,801,890.38	38.63	200,980,658.86	216,016,693.93
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	456,760,277.01	331,428,864.65	331,428,864.65	37.82	204,975,068.94	204,975,068.94
归属于上市公司股东的净资产	5,813,061,293.81	5,376,551,846.61	5,376,551,846.61	8.12	5,261,503,257.49	5,264,125,997.23
经营活动产生的现金流量净额	894,674,627.73	893,076,418.96	861,766,418.96	0.18	111,882,567.24	53,997,559.14
基本每股收益(元/股)	0.81	0.58	0.58	39.66	0.30	0.32
稀释每股收益(元/股)	0.81	0.58	0.58	39.66	0.30	0.32
加权平均净资产收益率 (%)	9.68	7.16	7.16	增加 2.52 个百分点	3.61	3.88

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	1,860,297,290.99	1,804,891,991.52	1,755,002,958.37	1,717,755,136.26
归属于上市公司股东的净利润	150,679,439.32	166,143,593.54	136,973,409.97	86,583,554.57
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	150,515,950.88	87,531,598.21	134,426,092.62	84,286,635.30
经营活动产生的现金流量净额	271,745,917.26	232,882,875.28	212,808,691.75	177,237,143.44

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

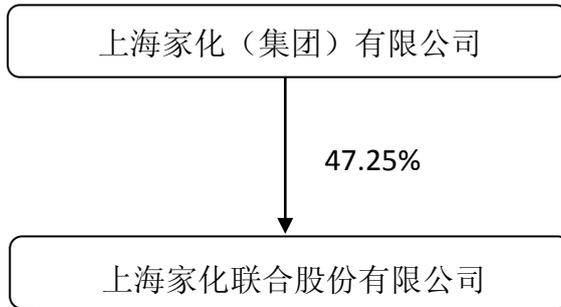
截止报告期末普通股股东总数（户）					23,216		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					22,507		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内 增减	期末持股数 量	比例 （%）	持有有 限售条 件的股 份数量	质押或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
上海家化（集团）有限公司	0	317,132,527	47.25	0	无		境内非 国有法 人
上海久事（集团）有限公司	2,124,167	30,892,898	4.60	0	无		国有法 人
上海重阳战略投资有限公司—重阳战略聚智基金	0	18,971,234	2.83	0	无		其他
中国平安人寿保险股份有限公司—传统—普通保险产品	0	17,567,886	2.62	0	无		境内非 国有法 人
香港中央结算有限公司	2,209,983	12,360,202	1.84	0	无		境外法 人
上海重阳战略投资有限公司—重阳战略同智基金	0	10,600,066	1.58	0	无		其他
上海太富祥尔股权投资基金合伙企业(有限合伙)	0	10,226,588	1.52	0	无		境内非 国有法 人
上海重阳战略投资有限公司—重阳战略才智基金	2,550,121	7,764,451	1.16	0	无		其他
重阳集团有限公司	0	5,534,687	0.82	0	无		其他
上海惠盛实业有限公司	0	5,416,577	0.81	0	无		境内非 国有法 人
上述股东关联关系或一致行动的说明	上海家化（集团）有限公司、中国平安人寿保险股份有限公司—传统—普通保险产品、上海太富祥尔股权投资基金合伙企业(有限合伙)、上海惠盛实业有限公司同受中国平安保险（集团）股份有限公司控制；上海重阳战略投资有限公司—重阳战略聚智基金、上海重阳战略投资有限公司—重阳战略同智基金、上海重阳战略投资有限公司—重阳战略才智基金、重阳集团有限公司为一致行动人，公司未知其他关联关系或一致行动关系。						

表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明

不适用

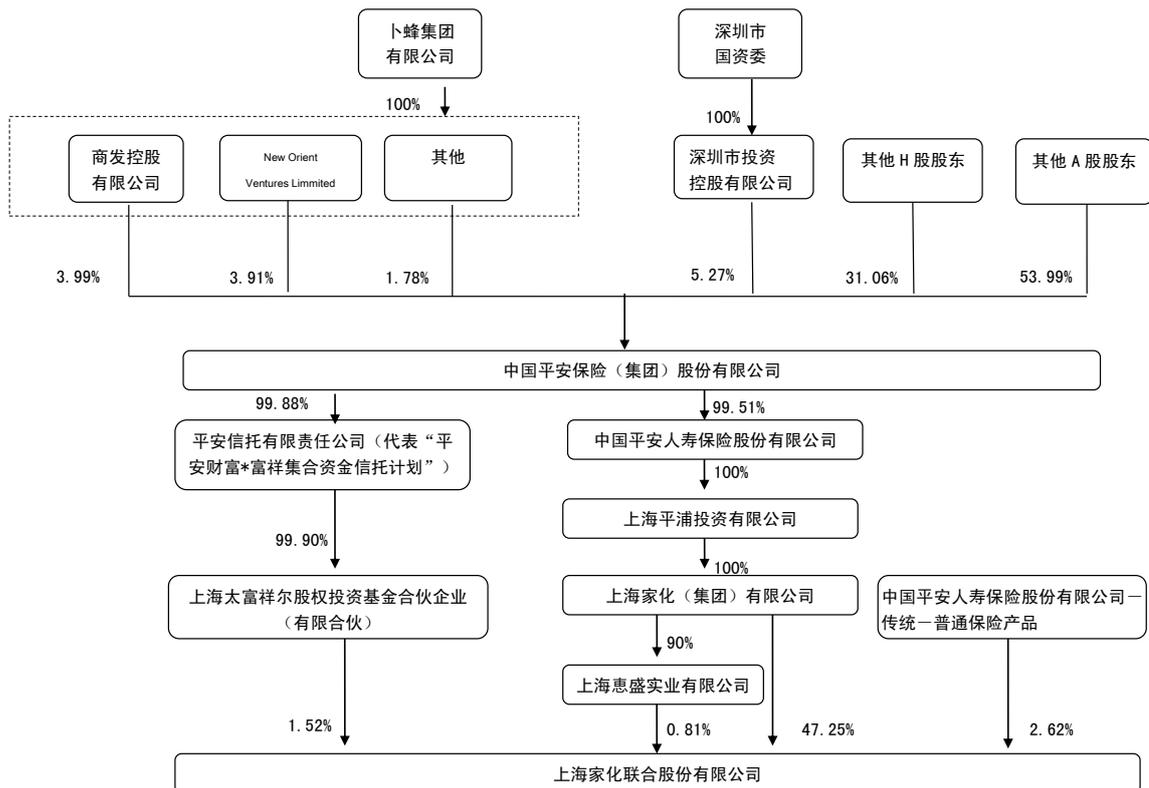
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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

品牌驱动

2018年，护肤及个人护理品类高端化明显，年轻消费者继续成为市场消费的主力军，美妆市场细分化需求日益显现，专业性、功能性化妆品和彩妆市场快速增长，家化以新零售时代的消费者趋势为核心，不断优化品牌布局，佰草集、汤美星、双妹顺应高端化趋势，美加净、六神持续年轻化，高夫、启初、玉泽、家安满足细分化需求。

产品方面：通过深入洞察消费者需求，佰草集以新技术、新品类为核心，取得突破，佰草集固态精华面膜上市10个月，零售突破300万片，借力产品进行品牌招新工作，并试水彩妆品类上市了佰草集悦·溢彩系列彩妆。主力品牌六神、美加净和启初均成功跨界，完成经典产品年轻化重塑，六神推出与RIO合作的花露水风味鸡尾酒，并加速品牌年轻化进程；美加净联合大白兔推出的奶糖味唇膏在9月20日发售当日两秒售空；启初联合国货品牌光明集团莫斯利安品牌，支持国家探月工程。

营销方面：借助“粉丝经济”，各品牌引爆话题热点，扩大曝光。六神借助明星效应在抖音上进行品牌定制的UGC（User Generated Content，指用户原创内容）传播，获点赞数1600万；启初销售突破新高，并借助胡可实现品牌知名度与产品口碑的双丰收；佰草集借助李易峰推动彩妆新品的销售，微博传播覆盖人次1.58亿；美加净借力罗云熙推广护手霜和唇膏，定制礼盒2万套在一天内售罄。同时，公司在营销上谨慎推进新媒体应用，注重口碑营销，EPR（Electronic Public Relation，指网络公关推广）投入占比逐年提升。品牌根据微博、微信、小红书、抖音、知乎的不同特性针对性地推进话题曝光、借力KOL、与消费者进行深度互动、深耕口碑种草平台、借力短视频社交平台吸引流量、借助知识分享平台打造专业形象，2018年品牌在口碑营销的带动下全网总曝光近70亿次。

“华美家”力争建成以消费者为中心的、一体化的、价值生态体系。目前已上线华美家会员中心小程序、兑换商城、会员充值、会员礼品卡功能。截止报告期末，华美家已注册新会员超51万、会员活跃度74%、引导超1.8万会员靠柜、产生靠柜零售超1000万元、跨品牌购买超1100人、跨品牌兑换超6000人。

通过全域营销，六神、美加净、高夫、启初的品牌知名度显著上升。

2019年，品牌将围绕“数字赋能、品质营销”开展工作，具体体现在四方面：定位“准”、产品“热”、营销“优”、渠道“专”。

研发先行

上海家化永远把产品安全摆在第一位，在原料把控、配方开发、产品生产与储运的各个环节，公司都会最大程度地保证产品的安全性。公司已具备国内一流的体外功效评估平台，涉及生物化学、分子生物学、细胞生物学以及组织工程等多个方面的技术手段，并长期致力于化妆品相关的皮肤生理和检测方法的深入研究，现已建立保湿、美白、抗衰老、祛痘、皮肤屏障修复等多种化妆品功效测试方法。

报告期内，公司不断提升产品品质。公司首次将微生态概念应用到皮肤健康领域，通过对比佰草集固态面膜使用前及该面膜与其他品牌（竞品）面膜使用后的面部皮肤上微生物（主要是细菌）多样性差异，深入了解了有无防腐剂对皮肤微生物（主要是细菌）组成的影响，为优化使用防腐剂打下了基础；创新开发了皮肤益生元屏障保湿技术，应用于玉泽臻安润泽修护系列产品；建立了“抑制刺激+屏障修复”的机理，在此基础上开发了玉泽舒缓修复系列产品，为敏感肌肤提供了适用的产品；针对宝宝的柔嫩肌肤，对表面活性剂的安全性进行了深入系统的研究，建立了完全适用于宝宝肌肤的表面活性剂组合科技，该科技已经全线应用于启初洗浴类产品；佰草集新恒美、新七白、新玉润系列做了全新配方升级，增加了产品中中草药复方的用量，新使用了现代科技，大大提升了产品的功效。佰草集御·五行焕肌精华液荣获“上海品牌”认证证书。

上海家化在产品安全和功效研究领域始终与外部的科研院所、医院和政府机构也保持着密切的联系，包括复旦大学附属华山医院、上海交通大学附属瑞金医院、上海市皮肤病医院、北京儿童医院顺义妇儿医院、中国食品药品检定研究院、中国检验检疫科学研究院、上海海关技术中心、上海香料所、上海大学、华东理工大学、北京工商大学、东南大学、成都中医药大学等，致力于为消费者带来更好的产品。于2019年初与复旦大学附属华山医院共同（挂牌）成立上海家化-复旦大学附属华山医院皮肤科学联合实验室，实验室将运用先进的皮肤科学技术、设备等对护肤品的研发和应用展开研究。

渠道创新

上海家化的渠道战略是全渠道、全覆盖，线上与线下相融合，渠道与品牌相匹配共同发展。公司八大渠道包括：线下销售为经销商分销、直营KA、母婴、化妆品专营店、百货、海外；线上销售为电商、特殊渠道。

报告期内，公司持续推进门店拓展。截至本报告期末，公司有组织分销的可控门店：商超门店20万家、农村直销车覆盖的乡村网点有近9万家店、百货约1500家、化妆品专营店约1.3万

家、母婴店超 5000 家。

报告期内，线下渠道：在经销商分销和 KA 系统，新品牌、新品类销售取得较好增长，缓冲了人流下降的压力，取得高于市场的增速，并通过跨品牌联合促销互相引流带来单产提高；百货渠道进行了终端形象优化，并开始逐步尝试推广养美空间单品牌店模式，力争实现门店单产提高和应收有效控制；化妆品专营店在加强门店拓展的同时重点关注单产，并有更多品牌和品类进入屈臣氏；母婴渠道通过跨品牌跨品类的互相引流取得了更好增长；海外渠道在加大美洲、非洲推广力度的同时，积极拓展柬埔寨和香港市场，欧洲通过进入化妆品店来扩大佰草集推广区域和国家，并且入驻亚马逊。线上渠道：电商通过与优秀的第三方合作运营，同时提升自身团队能力实现了旗舰店的运营能力提升和单产提高，并通过智慧零售门店尝试线上线下融合，并将在明确盈利模式后进一步推进门店数；特殊渠道在上半年销售未达预期的情况下，下半年开发了新的服务场景，逐步建立可持续的业务模式，并将尝试通过引入会员流量打造家化自有的商城平台。

供应保障

报告期内，公司完成了新工厂的设备调试与试生产工作，并按计划顺利完成了老工厂的搬迁和部分项目的投产，做到了新老工厂的无缝、不停工的顺利衔接。新工厂的建设投产不但满足了公司自身发展需要以及供应链生产布局优化的需求，而且项目投产后工厂的生产能力、供应保障能力及智能制造水平均实现全面提升。整个工厂实现了运营管理的数字化、精准化、信息化、自动化。同时公司秉承环保理念，充分利用太阳能、热能等绿色资源，有效降低污水、温室气体和固体废物的排放。先进、智能化的工厂确保公司能够持续为消费者提供高品质的产品。在原材料采购方面，在上游原材料供应压力较大的情况下通过关键材料供应商的二元化、提前备货及与供应商的战略合作等手段保障供应。

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

2018 年 6 月 15 日，财政部发布了《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》

(财会[2018]15号,以下简称“财会15号文件”),要求执行企业会计准则的非金融企业应当按照企业会计准则和通知要求编制财务报表。

公司根据财政部的上述修订要求,经公司六届二十四次董事会、七届二次董事会审议通过,对财务报表相关科目进行列报调整,并对可比会计期间的比较数据进行了调整。有关详情请参阅公司临时公告“临2018-050”、“临2019-008”。

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

本年度纳入合并范围的主要子公司详见附注九(1)。