

公司代码：605136

公司简称：丽人丽妆

上海丽人丽妆化妆品股份有限公司
2021 年年度报告摘要

第一节 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 www.sse.com.cn 网站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性、准确性、完整性，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 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

2021年度公司拟以总股本402,030,000股扣除由于不符合2021年限制性股票激励计划首次授予部分及预留部分相关解锁条件而拟回购注销部分限制性股票145,000股，即以401,885,000股为基数，向全体股东每10股派现金红利2.10元（含税），共计派现金红利人民币84,395,850.00元（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）。

第二节 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	丽人丽妆	605136	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	杜红谱	王壹
办公地址	上海市徐汇区番禺路876号	上海市徐汇区番禺路876号
电话	021-64663911	021-64663911
电子信箱	shlrlz@lrlz.com	shlrlz@lrlz.com

2 报告期公司主要业务简介

新常态下的优质跑道选择

我国经济发展进入新常态，人民追求美好生活，使得化妆品景气度总体高于其他消费品。分渠道看，线上零售增速总体高于线下，线上渗透率持续提升。

据中国互联网络信息中心（CNNIC）报告，当前，以数字化转型驱动生产方式、生活方式和治理方式变革，正在成为引领中国未来经济发展的重要方向。截至 2021 年 6 月，我国网民规模达 10.11 亿，我国网络购物用户规模达 8.12 亿。2021 年上半年，全国网上零售额 61,133 亿元，其中，实物商品网上零售额 50,263 亿元。

此外，短视频与直播、电商的相互加成，快手、抖音等平台成为重要的电商流量阵地。其中抖音通过生动、真实、多元的视频内容，特别是通过算法推送技术的快速迭代，让用户在看内容的同时，发现优价好物、激发消费兴趣，从而达成“兴趣推荐+转化”的营销模式。2021 年抖音护肤、彩妆 TOP300 品牌合计销售额分别为 294 亿元、88 亿元。

横向及纵向的组合拳战略战术，最大化建立、维持和发挥公司资源效率

报告期内，公司主要完成和重点开展了以下工作：

1、巩固化妆品电商零售业行业龙头地位

2021 年，公司继续依托天猫、抖音等电商平台开展化妆品电商零售业务及品牌营销服务，实现收入 41.55 亿元，归母净利润 4.11 亿元。截至 2021 年 12 月 31 日，持续与雪花秀、后、施华蔻、芙丽芳丝等 60 多个品牌进行合作，合作品牌数量保持稳定。合作的品牌覆盖美妆各细分品类，服务高中低端多个用户群体，规模优势进一步提升。

2021 年，公司荣获“上海市品牌电商优秀企业”、“天猫六星服务商”、“抖音电商年度品牌服务商”“阿里妈妈六星服务商”、“阿里妈妈金牌全域生态伙伴”等多项奖项。

2021 年公司与科蒂集团达成战略合作，为 Burberry、Mac Jacobs 和 Philosophy 等奢侈品美妆品牌提供精细化运营服务。此外，公司与花王化妆品事业部就苏菲娜品牌天猫旗舰店、抖音及小红书等渠道的合作达成意向。

2、开拓以抖音为代表的新兴平台，寻找新的增长点

2021 年，公司对以抖音平台为代表的新兴电商营销平台持续投入，通过短视频、内容种草、店铺自播及达人合作等多种营销方式实现经营品牌用户群扩大以及品牌资产增长。

2021 年，公司先后与包括汉高集团、花王集团、皮尔法伯集团、LG 集团、科蒂集团等美妆知名集团进行合作，为施华蔻、芙丽芳丝、Kate、皑丽、雅漾、馥绿德雅等品牌运营其抖音小店。此外，公司在抖音平台上开拓了以趣多多（食品）为代表的非化妆品赛道，拓展了经营范围，丰富了品牌矩阵。截至 2021 年 12 月 31 日，公司运营的抖音小店为 33 家。

2021 年，公司子公司上海妆雅化妆品有限公司荣获“抖音电商年度品牌服务商”，代表着抖音平台对于公司抖音运营能力的认可。

3、布局自主品牌孵化

伴随消费者对国产品牌的信任度及喜好度的增加，以及细分市场不断涌现的消费新需求，市场不断出现新的机会与增长点。当合作品牌无法满足消费者的新需求时，公司通过孵化自有品牌来填补空白。过去一年中已先后推出了美壹堂、玉容初等自有品牌。其中，美壹堂主打保湿科技及修复，强调温和安全；玉容初主打植物养肤成分，针对敏感肌人群。公司的孵化品牌在抖音、快手、小红书和 B 站等电商营销平台上广受追捧，并得到美妆达人的主动推荐。

和市场上常见的巨额烧钱买流量买销量的做法不同，公司孵化品牌的营销打法，同样立足于公司的核心竞争力，围绕品牌资产长期发展布局费用预算，不追求短期的声量和销量。上市至今，已经成功做到了拉新成本持续下降，老客复购不断提升。

4、适度投资促进未来业务协同

2021年，公司投资了怪力浴室、Exacting等新兴品牌。怪力浴室以领先的益生菌成分、皮肤微生态为核心诉求，定位为Z世代、90后、00后用户的身体护理品牌；Exacting为专柜级的高端彩妆及皮肤护理品牌，在全国线下有多个专柜。两个品牌的加入丰富了公司在美妆细分品类的品牌产品阵容。通过投资，公司加强了与新兴品牌之间的紧密合作关系。

同时，公司还参与了苏州元创进取创业投资中心（有限合伙）、苏州宝捷会山启创业投资合伙企业（有限合伙）、上海景如投资中心（有限合伙）等基金的投资。这些基金均聚焦于大消费领域创业企业的孵化与投资。通过参与投资基金，公司可以实现与现有业务的协同效应，有利于及时把握大消费行业的动态，开拓新的合作品牌及拓宽新的合作品类。

5、持续提升组织能力

公司注重组织能力建设，不断提升专业的HRBP体系，优化组织结构和审批流程。新成立抖音事业部、自有品牌事业部等创新业务部门，在稳健发展现有业务的同时，激发创新能力。公司通过管理技能、业务技能的培训，设立限制性股票计划等激励机制，不断提升员工的能力水平和工作积极性，为业务可持续增长提供坚实的组织保障。

6、进一步强化社会责任

公司董事会及管理层坚信，只有积极履行企业社会责任，追求全行业上下游共同盈利，才能创造可持续发展的业务模式。2021年，公司累计捐款捐物400.00万元，积极合规尽责，做好企业公民，回馈社会，为消费者、品牌、行业和社会创造更多价值。

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

	2021年	2020年	本年比上年 增减(%)	2019年
总资产	3,433,561,670.29	3,115,114,216.34	10.22	2,224,904,402.99
归属于上市公司 股东的净资产	2,691,035,906.54	2,339,032,219.46	15.05	1,584,104,919.16
营业收入	4,154,853,839.36	4,599,796,342.82	-9.67	3,874,467,701.99
归属于上市公司 股东的净利润	410,736,812.77	339,480,526.51	20.99	285,993,647.66
归属于上市公司 股东的扣除非经 常性损益的净利 润	362,541,250.03	309,022,623.53	17.32	218,046,575.70
经营活动产生的 现金流量净额	-133,866,227.54	175,242,103.17	-176.39	220,479,007.03
加权平均净资产 收益率(%)	16.40	18.27	减少1.87个百分点	19.86
基本每股收益(元 /股)	1.03	0.92	11.96	0.79
稀释每股收益(元 /股)	1.03	0.92	11.96	0.79

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	755,267,015.73	1,100,382,869.37	645,050,415.81	1,654,153,538.45
归属于上市公司股东的净利润	44,497,525.67	160,829,019.53	56,139,827.92	149,270,439.65
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	43,584,317.58	117,486,768.82	41,325,799.98	160,144,363.65
经营活动产生的现金流量净额	-277,389,675.20	409,757,977.45	-544,179,822.90	277,945,293.11

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）	22,323						
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）	20,805						
截至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、标记或冻结 情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
黄韬	0	133,980,304	33.33	133,980,304	冻结	1,120,000	境内 自然 人
阿里巴巴(中国)网络 技术有限公司	0	70,376,745	17.51	70,376,745	无		境内 非国 有法 人
Crescent Lily Singapore Pte. Ltd.	-205,400	34,671,026	8.62	0	无		境外 法人

上海丽仁创业投资合伙企业（有限合伙）	0	31,367,739	7.80	0	无		境内非国有法人
Asia-Pacific E-Commerce Opportunities Pte. Ltd.	-1,200,000	19,937,228	4.96	0	无		境外法人
Milestone Ecom I(HK) Limited	-1,200,000	19,937,228	4.96	0	无		境外法人
深圳市领誉基石股权投资合伙企业（有限合伙）	0	16,094,193	4.00	0	无		境内非国有法人
上海丽秀创业投资合伙企业（有限合伙）	0	13,185,984	3.28	0	质押	3,890,000	境内非国有法人
广发乾和投资有限公司	-1,514,700	1,758,027	0.44	0	无		境内非国有法人
上海汉理前泰创业投资合伙企业（有限合伙）	-429,800	1,234,025	0.31	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	1、上述前 10 名股东中，上海丽仁创业投资合伙企业（有限合伙）和上海丽秀创业投资合伙企业（有限合伙）系一致行动人。2、上述前 10 名无限售条件股东中，上海汉理前泰创业投资合伙企业（有限合伙）、上海汉理前隆创业投资合伙企业（有限合伙）及杭州汉理前秀创业投资合伙企业（有限合伙）系一致行动人。其他股东未知是否存在关联关系或一致行动。						
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

第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

截止 2021 年 12 月 31 日，公司经审计的总资产 34.34 亿元，归属于母公司所有者的净资产 26.91 亿元；2021 年全年公司实现营业收入 41.55 亿元，归属于母公司所有者的净利润 4.11 亿元，加权平均净资产收益率 16.40%。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用