

证券代码：603630

证券简称：拉芳家化

公告编号：2021 - 029



拉芳家化股份有限公司

2020 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 华兴会计师事务所（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

经华兴会计师事务所（特殊普通合伙）审计，截至 2020 年 12 月 31 日，公司 2020 年度实现归属于母公司股东的净利润 116,985,353.05 元。截至报告期末，可供股东分配的利润为人民币 697,675,212.65 元。公司 2020 年度拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本扣除公司回购专用账户中的回购股份为基数分配利润，本次利润分配方案如下：

公司拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本扣除公司回购专用账户中的回购股份为基数，向全体股东每股派发现金红利 0.09 元（含税）。截至 2020 年 12 月 31 日，公司总股本为 226,720,000 股，扣除公司回购专户的股份 595,840 股。经测算，在不考虑自 2021 年 1 月 1 日及之后因“股权激励授予股份回购注销”等事项导致的股本变动情况下，公司拟派发的现金红利总额为 20,351,174.40 元（含税），占 2020 年度归属于上市公司股东的净利润的比例为 17.40%。剩余未分配利润滚存至下一年度，此外本年度不实施送红股和资本公积转增股本。

如在本报告披露之日起至实施权益分派股权登记日期间，因股权激励授予股份回购注销等事项致使公司总股本发生变动的，公司拟维持分配总额不变，相应调整每股分配比例，并将另行公告具体调整情况。

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	拉芳家化	603630	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	张晨	罗金沙
办公地址	汕头市龙湖区万吉工业区龙江路拉芳大厦	汕头市龙湖区万吉工业区龙江路拉芳大厦
电话	0754-89833339	0754-89833339
电子信箱	laf@vip.126.com	laf@vip.126.com

2 报告期公司主要业务简介

（一）主要业务

公司主要从事洗护类、护肤类、彩妆类产品的研发、生产和销售，报告期内公司不断的进行产品创新、品牌品类矩阵建设、营销渠道网络的更新升级。目前旗下拥有的自主洗护品牌主要有“拉芳”、“美多丝”、“雨洁”等，独家代理的海外优质护肤品牌有“黛尔珀”、“瑞铂希”等，打造新国货品牌 T8，功能性护肤品牌肌安特，整合彩妆品牌 VNK。

1、自主品牌

（1）拉芳品牌：为万千中国消费者提供全方位的柔顺洗护方案，品牌历史积淀深厚。

（2）美多丝品牌：追求“美&生命力”的高端精油护理品牌，推出 HEAD SPA 精油美发理念，旨在为消费者提供专业美护发解决方案。

（3）雨洁品牌：专业去屑护理品牌。

2、代理品牌

（1）黛尔珀品牌：用食物级珍贵植物精华，唤醒美丽肌肤，打造安全护肤理念品牌。

（2）瑞铂希品牌：德国殿堂级品牌，重启年轻肌肤。

3、新国货品牌

（1）肌安特品牌：专注于敏感肌的专业护肤品牌，秉承你的肌肤健康大于一切的理念，带给消费者任性快乐的终极消费体验。

（2）T8 品牌：针对 18~24 岁 Z 时代女性研发的年轻个护品牌，让消费者在家也能尊享专业护理体验。

4、整合品牌

（1）VNK 品牌：提供价低质优的产品，意在回归妆容的本质，倡导真实、自然、裸妆的妆容方式。

公司致力于在产品研发、品牌运营管理、营销及渠道升级方面持续发力，以满足消费者追求高质量与服务，不断提升公司的知名度及市场份额。

（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开展运营，包括商超、化妆品专营店、精品店等，并通过一系列活动提升传统优势渠道的效能；同时，公司大力发展线上渠道，主要通过直营、经销、代销模式进行运营，包括天猫、淘宝、京东、抖音等主流平台；通过优质美妆时尚达人和意见领袖，以直播、短视频、图文等传播方式和产品展示方式，向消费者精准传达品牌价值、提升产品销量。

2、生产模式

采用以自主研发、自主生产为主，委外生产（OEM）为辅的生产模式。

（三）行业情况说明

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）。

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

	2020年	2019年	本年比上年 增减(%)	2018年
总资产	2,040,093,123.91	1,928,734,760.67	5.77	1,994,883,600.81
营业收入	983,826,313.19	964,849,667.93	1.97	964,139,443.76
归属于上市公司股东的净利润	116,985,353.05	49,628,701.22	135.72	127,170,297.94
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	103,471,817.43	32,170,257.49	221.64	108,250,427.66
归属于上市公司股东的净资产	1,823,383,202.30	1,724,549,791.23	5.73	1,785,027,238.89
经营活动产生的现金流量净额	108,652,782.80	137,282,153.78	-20.85	24,181,388.48
基本每股收益（元/股）	0.52	0.22	136.36	0.56
稀释每股收益（元/股）	0.52	0.22	136.36	0.56
加权平均净资产收益率（%）	6.61	2.81	增加3.80个百分点	7.26

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	167,221,490.38	236,520,803.22	249,078,447.10	331,005,572.49
归属于上市公司股东的净利润	16,121,490.53	31,650,323.75	34,390,896.20	34,822,642.57
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	16,459,763.70	31,495,202.05	33,796,229.73	21,720,621.95

经营活动产生的现金流量净额	25,852,541.09	38,445,721.66	49,970,788.64	-5,616,268.59
---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

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

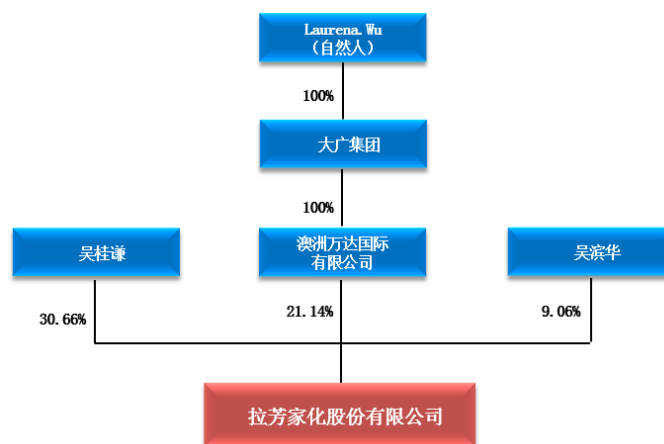
4.1 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末普通股股东总数（户）					20,159		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					19,614		
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	
吴桂谦	0	69,503,831	30.66	0	质押	30,000,000	境内自然人
澳洲萬達國際有限公司	0	47,938,527	21.14	0	无	0	境外法人
吴滨华	0	20,545,083	9.06	0	质押	12,310,000	境内自然人
深圳市盛浩开源投资企业（有限合伙）	-3,028,469	4,580,821	2.02	0	无	0	其他
瞿小刚	1,205,860	1,205,860	0.53	0	无	0	境内自然人
吴禹雄	-65,500	806,600	0.36	0	无	0	境内自然人
UBS AG	799,965	800,665	0.35	0	无	0	其他
广东佰乐投资有限公司	-100,000	750,200	0.33	0	无	0	境内非国有法人
彭红萍	742,030	742,030	0.33	0	无	0	境内自然人
泰康人寿保险有限责任公司—分红—个人分红—019L—FH002 沪	714,080	714,080	0.31	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	<p>1、股东吴桂谦、吴滨华、澳洲万达国际有限公司的实际控制人 Laurena Wu 互为一致行动人；吴滨华、Laurena Wu 为吴桂谦之女。</p> <p>2、深圳市盛浩开源投资企业（有限合伙）的有限合伙人、普通合伙人深圳市盛浩源投资管理有限公司的股东谈清为吴滨华配偶张晨的舅舅。</p> <p>3、广东佰乐投资有限公司的股东为郑凯雄、郑少卿，郑凯雄为吴桂谦配偶郑清英的胞弟，郑少卿为郑凯雄的配偶。</p> <p>4、未知公司其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否存在《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》、《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人的情况。</p>						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

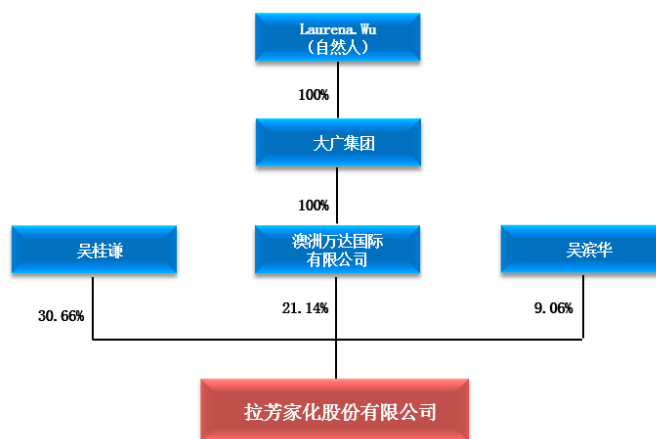
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

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

(1) 品牌运营管理

① 自主品牌

公司自有品牌包括拉芳、美多丝、雨洁等。

报告期内，公司将拉芳、雨洁、美多丝等产品焕然升级，其中电竞之王 Uzi 代言雨洁啄屑王，并在去屑领域引领创新升级。公司雨洁产品通过冠名湖南卫视《青春进行时》和高频次投放《金鹰独播剧场》，浙江卫视《念念桃花源》，《中国蓝剧场》等传统媒体，提高产品的知名度。

② 代理品牌

报告期内，公司代理进口品牌“黛尔珀”和“瑞铂希”的销售收入分别 1,427.87 万元和 2,536.98 万元，分别同比减少 42.93%和增加 39.25%。

报告期内，瑞铂希品牌“丝芙兰”渠道门店数量进一步增加，同时新增“津梁生活”、“马莉娜”等高端连锁销售渠道；黛尔珀品牌在抖音、快手等渠道取得显著成效，为公司产品拓展新兴销售渠道奠定了良好基础。

③ 新国货品牌

报告期内，公司与广东瀚森生物科技有限公司合资成立广州肌安特生物科技有限公司（公司持股 51%），依托肌安特品牌（主要在医美渠道销售）的背景，转为面向线上 C 端消费者的护肤品，秉承“你的肌肤健康>一切”的宗旨，为敏感肌肤专研温和有效的以精华品类为核心的专业功效型护肤产品，并针对线上核心 95 后消费群体进行了全面视觉升级。

2020 年肌安特共推出美白、祛痘、修护 3 条产品线共 13 款新品，其中冻干粉在原有基础上创新采用二合一的专利双腔产品包材结构，使得冻干粉与溶媒合二为一，便捷使用，提升用户体验。储备了虾青素修护肌底液、酵母保湿修护精华水等“抗老抗氧”“微生态”等热门功效的单品。

针对 95 后年轻群体的肌安特通过“丁香医生”、“基础研究”、“黎贝卡的异想世界”等头部公众号快速曝光，与胡可、蒋丽莎等明星合作迅速打开知名度，同时在微博、B 站等社交平台展开推广，展现品牌专业、安全、可靠的品牌形象，快速打开品牌销售渠道，迅速得到了消费者认可。

塑造新国潮品牌 T8，推出“樱花蒸汽发膜”、“控油洗发水”和“磨砂膏”等系列新品。

④ 整合品牌

报告期内，公司通过收购上海诚儒电子商务有限公司 51%股权的方式，获得“VNK”品牌，进一步加大在彩妆领域布局。

新锐彩妆品牌“VNK”根据市场流行趋势推出晶冻唇情丝滑口红（以下简称方糖口红），它主要以植入 water in oil 技术打造固体唇釉的概念推入市场；推出非凡慕斯哑光唇釉，唇泥作为一种新型质

地，它以唇颊两用为重要卖点切入市场。

基于后疫情时代，国内经济逐渐复苏，为更好的稳固市场份额，建立唇部产品强力的护城河，方糖口红与李佳琦合作，并签定首位唇部明星代言人胡春杨，通过在社交平台、小红书、抖音等全矩阵布局，直播全量合作等方式进行推广宣传。

（2）渠道管理

报告期内，公司对销售渠道进行优化调整，在优化渠道布局的同时进一步向县镇市场渗透；截至报告期末，重点开发和建设大中超市 2,407 家，万店工程明星店 13,354 家，销售终端网点 25,000 多家。

报告期内，公司加码新零售，拓展直播带货、社交电商、拼团等多种营销渠道，继续依托 KOL 在抖音、小红书、B 站、快手、视频号等社交平台中以直播、短视频等方式进行多渠道推广销售。目前公司线上渠道已覆盖天猫、京东、小红书等多个主流线上销售渠道。

（3）研发创新

报告期内公司以科技为依托，以消费者需求为导向，采取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：

公司继续依托“拉芳博士后科研工作站”引进科研人才，提高公司研发水平，增强公司研发能力。报告期内，荣获“国家知识产权示范企业”。发明专利在行业领先，2020 年新增授权专利共 29 项，其中发明专利 8 项，外观专利 21 项。截至报告期末，公司及子公司现有的授权专利共 141 项，其中发明专利 68 项，外观专利 73 项。

公司与浙江大学合作研究“家蚕彩色茧功能成分提取及应用”，获得彩色茧功效成分在化妆品配方体系的量化关系，进一步增加配方储备。与汕头广工大协同创新研究院联合共建研究院，以“植物原材料萃取技术与提取物载体添加技术”为主要研发方向，开展相应的技术方案设计与技术研发工作，获得特色植物活性物的高效提取工艺，形成添加技术知识产权和技术储备。完成化妆品安全评估与功效评价平台能力建设，助力公司测试平台的建立，为产品提供强有力支撑，提升公司研发能力。

（4）人才创新

报告期内，公司探索创新管理模式及人才创新体系。

依托“拉芳博士后科研工作站”引进科研人才，柔性人才引进，科研队伍进一步壮大，人才结构逐步向专业化、科研化方向发展，增强了公司研发能力。

产学研基地建设：“汕头大学—拉芳家化”大学生创新创业实践基地进一步拓展，围绕“管理+实践”、“品牌+营销”等方面加强合作，与韩山师范学院合作的实践教育基地持续运行，为大学生创新创业提供支持，形成较为完整的创新创业培育链，为大学生创业提供创业场所、创业咨询、创业辅导、市场开发、人才推荐、项目论证等全方位、多层次的创业服务，也为公司创新和运营提供人才储备，为公司发展注入更专业、更强的活力。

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

详见第十一节财务报告附注五 46 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

本财务报表合并范围包括公司及子公司广东法芭尚化妆品科技有限公司、拉芳家化（滁州）有限公司、拉芳家化（福建）有限公司、德薇（上海）化妆品有限公司、拉芳集团有限公司、深圳思唯市场营销策划有限公司、汕头市宏旭包装制品有限公司、珠海拉芳易简新媒体产业基金（有限合伙）、珠海拉芳品观华熙投资基金合伙企业（有限合伙）、广东德博生物科技研究有限公司、上海诚儒电子商务有限公司、广州肌安特生物科技有限公司和杭州乐可缤化妆品有限公司。

拉芳家化股份有限公司

2021年4月28日