

公司代码：603630

公司简称：拉芳家化

公告编号：2019 - 048



拉芳家化股份有限公司

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  
无

## 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	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
电话	0754-89833339	0754-89833339
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
电子信箱	laf@vip.126.com	laf@vip.126.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	1,914,738,265.31	1,994,883,600.81	-4.02
归属于上市公司股东的净资产	1,724,974,331.47	1,785,027,238.89	-3.36
	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	32,489,161.41	-3,075,980.92	
营业收入	457,706,726.56	441,501,094.60	3.67
归属于上市公司股东的净利润	47,439,682.13	83,446,377.11	-43.15

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	41,068,346.40	73,431,575.88	-44.07
加权平均净资产收益率(%)	2.64	4.79	减少2.15个百分点
基本每股收益(元/股)	0.21	0.37	-43.24
稀释每股收益(元/股)	0.21	0.37	-43.24

### 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)		19,304				
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	
吴桂谦	境内自然人	30.66	69,503,831	68,483,610	质押	43,030,000
澳洲萬達國際有限公司	境外法人	21.14	47,938,527	47,938,527	无	0
吴滨华	境内自然人	9.06	20,545,083	20,545,083	质押	15,408,000
深圳市盛浩开源投资企业(有限合伙)	其他	3.36	7,609,290	7,609,290	无	0
深圳市创润投资合伙企业(有限合伙)	其他	1.48	3,357,490	0	无	0
拉芳家化股份有限公司回购专用证券账户	其他	1.27	2,868,840	0	无	0
高进华	境内自然人	0.66	1,500,000	0	无	0
吴禹雄	境内自然人	0.57	1,302,220	0	无	0
广东佰乐投资有限公司	境内非国有法人	0.38	850,200	850,200	质押	850,200
全国社保基金四零七组合	其他	0.34	781,460	0	无	0
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及其实际控制人 Laurena Wu 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				

### 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

报告期内，公司实现营业收入 457,706,726.56 元，同比上涨 3.67%；归属于母公司所有者的净利润为 47,439,682.13 元，同比下降 43.15%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 41,068,346.40 元，同比下降 44.07%。从品牌收入构成来看，“拉芳”、“美多丝”品牌仍是公司支柱品牌，实现营业收入 34,606.53 万元，占营业收入的比重为 75.61%；另外新培育的品牌，如“曼丝娜”、“娇草堂”和“陶然”等取得了较佳的渠道传播口碑，分别同比增长 201.04%、138.28%和 404.18%；代理进口品牌实现营业收入 2,589.30 万元，同比增长 446.30%，其中“黛尔珀”和“瑞铂希”分别实现营业收入 1,642.91 万元和 596.03 万元，分别同比增长 2,432.72%和 117.36%。从渠道收入构成来看，公司渠道战略调整获得一定的成果，其中电商及零售渠道实现营业收入 5,548.60 万元，占营业收入的比重为 12.12%，同比增长 42.14%；经销渠道保持平稳，同比增长 0.98%；商超渠道受宏观经济影响，同比下降 2.18%。

报告期内，公司进一步提升包括品牌孵化、品牌传播、营销推广、供应链管理在内的全方位的品牌运营管理能力，加强产品研发和人才培养力度，深化渠道建设的广度及深度。

### 1、品牌运营管理

#### (1) 自主品牌

公司自主品牌包括拉芳、美多丝、曼丝娜、雨洁、缤纯、圣峰等。报告期内，公司以趣味性的产品属性和差异化的品牌定位提升产品体验和品牌调性，进一步完善品牌矩阵。

为迎合年轻人的个性化、消费多元化及消费升级的特点，公司对“拉芳”、“雨洁”、“美多丝”及“圣峰”等系列产品进行全面升级，主要升级产品有拉芳“玻尿酸水光嘭嘭瓶系列”、雨洁“双微米去屑”系列及圣峰“能量型牙膏”系列；同时推出全新产品美多丝 5 色魔力安瓶精油“密集修护精油五重奏礼盒”、“曼丝娜头皮清衡至爱 520 洗发露、沐浴露、水润素系列”以及美白不磨损牙齿的全新专业美白产品系列“白小齐”品牌。公司通过线上线下互动，拉近与消费者的距离，有效提升消费体验和销售转化，

实现自主品牌向年轻化、多样化及高端化的转变。

报告期内，美多丝品牌签约新代言人宋佳，公司借力宋佳的微博、《小姐姐的花店》赞助场景演绎等形式营销，同时运用抖音、爱奇艺等媒体平台进行品牌宣传，加深代言人和品牌的强关联性，增加美多丝品牌和产品的曝光。

## **(2) 代理品牌**

报告期，公司已构建成熟的进口化妆品品牌管理体系，并继续通过运营海外优质化妆品品牌代理业务，实现在化妆品细分市场的市场开拓。公司代理“黛尔珀”、“瑞铂希”等品牌借助 KOL、小红书及淘宝直播等平台工具，在品牌培育及消费者定位、品牌表达传播方式、营销网络建设、供应链管理优化、服务水平提升等方面已取得一定的口碑和知名度。同时公司代理品牌“黛尔珀”通过黄明昊代言的契机，举办“Just For U”38 节全渠道推广及品牌发布会，短时间内快速变现粉丝流量，继续打造爆品；也通过新增代理品牌“瑞士 SURPUR”填补公司在中高端精华类品牌的空白。

## **2、研发创新**

报告期内公司继续以科技为依托，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，并成为化学与精细化工广东省实验室第一届理事单位，实现公司与院士、博士进行创新驱动发展战略。报告期内，公司荣获首届“汕头市潮南区政府质量创新奖”、“责任消费产品创新奖”及“2019 中国日化百强企业”；2019 年公司通过国家标准 GB/T29490 企业知识产权管理体系贯标认证。截止到 2019 年 6 月 30 日公司新增授权专利共 2 项，其中发明专利 1 项，外观专利 1 项；截至报告期末，公司及子公司现有的授权专利共 113 项，其中发明专利 54 项，外观专利 55 项，实用新型专利 4 项；公司及子公司的商标总共 599 项，其中国内商标 541 项，国际商标 58 项。

针对消费者对个护产品优质、绿色、健康的消费需求，公司持续与德之馨、巴斯夫、瓦克及中科院微生物研究所等机构合作研发新技术、新配方、新产品来满足消费者的高品质需求。2019 年公司《一种含高效防脱复合剂的香波组合物》专利申请中国第二十一届专利奖。

## **3、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。

(1) 2019 年公司继续依托“拉芳博士后科研工作站”引进科研人才，通过产学研深度融合的技术创新体系，充分发挥博士后工作站的引领作用，强化公司科研创新成果的对接与研发能力，不断增强公司的核心竞争力；同时还结合汕头市潮南区 1+8 人才政策引进柔性人才进行多个项目研究。

(2) 产学研基地建设：公司与厦门大学化学化工学院达成战略合作，实现化学与精细化工广东省实验室平台科研技术创新驱动的发展。公司继续与汕头大学创业学院共建大学生创新创业实践基地，围绕“管理+实践”、“品牌+营销”等方面开展合作。公司与广东以色列理工学院签订实习基地合作协议、公司与韩山师范学院签订学习实践基地协议，进一步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。

#### **4、全渠道建设**

报告期内，随着日化产品消费场景和传播媒介变化，消费者由主要在线下商超、化妆品专营店、单品牌店等门店消费逐步向线上淘宝、天猫、微博、直播、KOL 等全渠道融合方向发展，为顺应日化行业全渠道融合的发展趋势，公司在线下经销商体系继续沉淀渗透，同时拓展线上分销业务，通过线上线下各大渠道协同发展，继续构建全渠道覆盖的销售网络。

截至报告期末，公司品牌覆盖全国 4 个直辖市、293 个地级市（含省会城市）、368 个县级市，重点打造拉芳“万店工程”将产品和服务覆盖目标约 3 万家大卖场和大小超市，重点开发和建设达标门店 1,100 家；大中超门店 2,518 家，销售终端网点 25,000 余家。

通过从代理品牌方获得分销业务授权，公司面向在天猫和淘宝的店铺卖家分销代理化妆品产品，通过黛尔珀、瑞铂希等品牌的分销发展，公司已积累 500 多家优质线上分销客户。

#### **5、持续完善质量控制体系**

公司持续推进并优化 ISO9001-2015《质量管理体系要求》，对生产的各个环节的品质管理，确保 2019 年度产品完整的品质链处于受控状态。公司 2019 年成立“拉芳管理学院”，健全质量培训体系的建设，并组织生产、品控等部门人员进行质量培训，并对培训结果考核。同时公司继续与国家轻工业香料化妆品洗涤用品质量监督检测广州站、上海医药工业研究院、中国广州分析测试中心、粤东产品质量监督检验中心建立协作关系对公司原料、产品进行适时监测，确保投放市场产品质量安全。

### **3.1 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

中华人民共和国财政部于近年颁布以下企业会计准则修订：

1、《企业会计准则第 22 号--金融工具确认和计量（修订）》、《企业会计准则第 23 号--金融资产转移（修订）》、《企业会计准则第 24 号--套期会计（修订）》及《企业会计准则第 37 号--金融工具列报（修订）》（统称“新金融工具准则”）

2、《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号）

本公司根据上述准则及通知规定的起始日开始执行，详细内容请参见财务报表附注中“重要会计政策和会计估计的变更”说明。

### 3.2 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

拉芳家化股份有限公司

2019 年 8 月 29 日