

上海家化联合股份有限公司

2013 年半年度报告摘要

一、重要提示

1.1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于上海证券交易所网站等中国证监会指定网站上的半年度报告全文。

1.2 公司简介

股票简称	上海家化	股票代码	600315
股票上市交易所	上海证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	冯珺	曾巍	
电话	021-25016000	021-25016051	
传真	021-65129748	021-65129748	
电子信箱	fengjun@jahwa.com.cn	zengwei@jahwa.com.cn	

二、主要财务数据和股东变化

2.1 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	4,186,733,250.59	3,646,870,607.39	14.80
归属于上市公司股东的净资产	3,011,991,372.15	2,710,056,138.53	11.14
	本报告期	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	584,247,462.17	377,148,563.23	54.91
营业收入	2,746,693,074.41	2,339,090,706.93	17.43
归属于上市公司股东的净利润	489,877,436.44	360,399,644.01	35.93
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	488,030,125.86	310,413,033.45	57.22
加权平均净资产收益率(%)	16.70	18.59	减少 1.89 个百分点
基本每股收益(元/股)	1.01	0.74	36.49
稀释每股收益(元/股)	1.01	0.74	36.49

2.2 前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末股东总数				14,359	
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
上海家化（集团）有限公司	境内非国有法人	26.78	180,090,282	0	无
易方达价值成长混合型证券投资基金	其他	2.66	17,891,351	0	无
全国社保基金一一七组合	其他	2.47	16,610,788	0	无
上海久事公司	国有法人	2.39	16,055,507	0	无
汇添富成长焦点股票型证券投资基金	其他	2.30	15,474,791	0	无
中银持续增长股票型证券投资基金	其他	2.03	13,649,864	0	无
华商盛世成长股票型证券投资基金	其他	1.97	13,261,923	0	无
嘉实研究精选股票型证券投资基金	其他	1.92	12,900,119	0	无
华商领先企业混合型证券投资基金	其他	1.80	12,080,576	0	无
嘉实策略增长混合型证券投资基金	其他	1.79	12,026,720	0	无
上述股东关联关系或一致行动的说明	华商盛世成长股票型证券投资基金、华商领先企业混合型证券投资基金的管理人均均为华商基金管理有限公司；嘉实研究精选股票型证券投资基金和嘉实策略增长混合型证券投资基金的管理人均均为嘉实基金管理有限公司。公司未知其他关联关系或一致行动关系。				

2.3 控股股东或实际控制人变更情况

□适用 √不适用

三、 管理层讨论与分析

2013 年上半年，公司实现营业总收入 27.5 亿元，同比增长 17.4%，营业利润为 6 亿元，同比增长 28.7%，归属母公司所有者的净利润为 4.9 亿元，同比增长 35.9%。

报告期内，公司产品销售收入同比增长 20.9%，公司着力推广的七个品牌（六神、佰草集、美加净、高夫、双妹、玉泽和家安）的产品销售收入均实现了两位数增长，其中电子商务增长势头强劲，代理品牌花王也有显著增长。

面对上半年中国零售规模增长持续放缓，化妆品行业增长明显放缓，竞争进一步加剧等困难环境，公司管理层依然积极努力，通过开发和推广强势品牌、强势品类以及新产品，提高数字媒体的投放比例，加强传播方式和传播内容创新等措施，有效地提高了营销投入产出效果；通过进一步巩固已有渠道，大力拓展电商和专营店等新渠道，促成了主要品牌销售收入保持良好增长态势；通过各种主动的成本降低措施，进一步拓展了毛利空间；同时，由于高毛利率产品的销售占比继续提高，使得公司的毛利率提升了 3 个百分点，为公司净利润的增长奠定了扎实的基础。

本报告期公司应收账款同比上升了 15.8%，低于销售增长幅度；存货同比下降了 3.1%，经营活动产生的现金流量净额达到 5.8 亿元。公司经营质量继续保持良好状态，总体财务状况良好。

(一) 主营业务分析**1、财务报表相关科目变动分析表**

单位：元 币种：人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例 (%)
营业收入	2,746,693,074.41	2,339,090,706.93	17.43
营业成本	1,170,805,288.22	1,067,581,427.03	9.67
销售费用	727,343,712.22	705,415,262.30	3.11
管理费用	290,064,445.02	187,904,064.43	54.37
财务费用	-8,077,285.25	-6,802,301.15	18.74
经营活动产生的现金流量净额	584,247,462.17	377,148,563.23	54.91
投资活动产生的现金流量净额	-256,072,315.02	-84,043,049.75	204.69
筹资活动产生的现金流量净额	-306,590,947.77	412,079,590.46	-174.40
研发支出	47,348,599.28	39,926,166.11	18.59

2、经营计划进展说明

公司在 2012 年报中披露的 2013 年度的经营计划是：2013 年公司管理层力争实现营业收入不低于 49.5 亿元，其中产品销售收入不低于两位数增长，归属母公司的净利润(扣除非经常性收益)增长幅度不低于 20%，确保经营业绩持续增长。截至报告期末，公司经营情况符合计划的要求。

(二) 行业、产品或地区经营情况分析**1、主营业务分行业、分产品情况**

单位：元 币种：人民币

主营业务分行业情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减 (%)
1.工业	778,716,468.76	386,292,818.03	50.39	7.25	4.07	增加 1.51 个百分点
2.商业	2,742,680,772.07	1,576,525,928.54	42.52	19.29	14.36	增加 2.47 个百分点
3.旅游饮食服务业	15,798,060.28	529,714.04	96.65	17.91	-32.84	增加 2.53 个百分点
减：公司内行业间相互抵销	-1,069,157,905.89	-1,056,406,413.17				
合计	2,468,037,395.22	906,942,047.44	63.25	18.46	9.30	增加 3.08 个百分点

2、主营业务分地区情况

单位：元 币种：人民币

地区	营业收入	营业收入比上年增减 (%)
东北地区	67,393,853.25	17.91

华北地区	52,341,420.02	10.58
华东地区	3,868,799,648.63	15.70
西北地区	14,433,551.52	2.06
西南地区	167,978,158.89	23.69
华中地区	39,117,754.01	19.11
华南地区	200,910,076.01	0.91
港澳台及海外	7,384,004.14	14.53
减：公司内地区间相互抵销	-1,950,321,071.25	
合计	2,468,037,395.22	18.46

(三) 核心竞争力分析

1、对中国市场和消费者的理解能力

对中国消费者内心需求的洞察和理解是上海家化所有品牌成功的基础。公司所有品牌都重视目标消费者需求的研究和把握，无论其考核指标，还是业务流程，均围绕消费者这一核心要素展开，努力做到“顾客第一、体验至上”。公司每年都拿出数千万的预算来做市场调查，并建有一个专业的市场研究团队，为品牌和营销决策提供数据、信息和智力支持；另外，公司还通过社交媒体和大数据等先进手段来掌握消费者需求和习惯变化，为产品开发和推广确立方向。相对于很多外资企业，公司更容易听得懂中国消费者的声音，这是一种天然的认知优势。

2、研发投入支撑的产品创新能力

公司拥有国家级研发中心，内设配方开发、配方研究、应用基础研究、中医中药研究、包装创意设计和开发、消费者研究、功效测试等五十多个实验室，吸纳了一大批横跨不同学科的高端人才，并与国内外尖端科研机构展开战略合作关系，研发成果和专利申请数量居于国内行业的领先水平，在中草药个人护理领域居于全球领先地位。公司是中国最早通过国际质量认证 ISO9000:1994 的化妆品企业，更是中国化妆品行业诸多国家标准的参与制定者之一。

另外，上海家化也确立了有效利用外部科研、ODM 资源的开放式研发战略。在多个品牌的新产品开发中利用了国内外 ODM 资源，和国内外十多家大学、研发设计机构开展了添加剂研究、基础研究、产品设计和研究储备合作项目，同时尝试在法国和日本建立海外联合研发机构。

3、细分化品牌和超级品牌的建设能力

随着中国消费者收入和生活水平的不断提高，人们对美丽的需求也在不断地深入、扩大。化妆品是一个情感附加值相对较高的产品品类，这意味着消费者对于化妆品的需求呈现出多样化和个性化的特征。公司针对这些特征，实施了细分化、多品牌的发展战略，以品牌和品类多元化的方式去扩大市场份额，增强企业竞争力。多品牌策略的实施，使得现有的不同品牌能够更集中锁定相关的目标市场，以更切合消费者的细分化需求。另外，多品牌策略的实施还为顺应当今市场消费者需求的快速发展变化，从企业机制上预留下了全新品牌的发展空间。同时，多品牌策略的实施，使得公司可以在优化企业内部资源分配的同时去满足不同品牌的发展需要。另外，品牌细分化、多元化还可规避企业在激烈市场竞争中因品牌和渠道单一而产生的经营风险压力。细分化、多品牌战略是公司跨国企业竞争、进一步拉开与其他本土企业之间的差距的重要基础，也是打造超级品牌的基础。

4、与品牌相匹配、平台化的渠道能力

作为最了解中国市场的本土企业之一，公司已全面地覆盖百货、商超、化妆品专营店和电子商务等主流渠道和终端，其中佰草集是唯一一个进入高端百货商场的中国品牌，拥有中国其他本土品牌不可比拟的渠道优势；六神、美加净品牌主要占据商超渠道，与多数中国品牌相比也有明显的渠道优势；启初、恒妍和茶颜品牌的推出还将完善公司在母婴店、化妆品专营店和电子商务渠道的布局，提高品牌与渠道之间的匹配度，为未来发展奠定基础。

(四) 投资状况分析

1、对外股权投资总体分析

(1) 持有金融企业股权情况

所持对象名称	最初投资金额（元）	期初持股比例（%）	期末持股比例（%）	期末账面价值（元）	报告期损益（元）	报告期所有者权益变动（元）	会计核算科目	股份来源
国泰君安证券股份有限公司	64,500,000.00	0.0820	0.0820	64,500,000.00			长期股权投资	上海联合产权交易所电子竞价后摘牌
合计	64,500,000.00	/	/	64,500,000.00			/	/

2、非金融类公司委托理财及衍生品投资的情况

(1) 委托理财情况

本报告期公司无委托理财事项。

(2) 委托贷款情况

本报告期公司无委托贷款事项。

(3) 其他投资理财及衍生品投资情况

单位：元

投资类型	资金来源	签约方	投资份额	投资期限	产品类型	预计收益	投资盈亏	是否涉诉
双喜添富牛 2 号 A	自有资金	汇添富基金管理有限公司	115,000,000	1 年	分级、债券型	5.3%	4,255,000	否
嘉实债券组合	自有资金	嘉实基金管理有限公司	100,000,000	2 年	债券专户	6.5%	3,650,000	否
嘉实阿尔法组合	自有资金	嘉实基金管理有限公司	50,000,000	1 年	权益类	7%	3,355,000	否
易方达债券组合	自有资金	易方达基金管理有限公司	100,000,000	2 年	债券专户	6.5%	5,400,000	否
兴全特定策略 9 号	自有	兴业全球基金	119,000,000	1 年	权益类	3.75%+超过 3.75%	5,260,000	否

	资金	管理有限公司				的 20% 收益分成		
银行理财产品	自有资金	交通银行上海虹口支行	40,000,000	35 天	银行理财产品	6.2%	237,800	否
添富牛 3 号 A	自有资金	汇添富基金管理有限公司	21,500,000	1 年	分级、混合型	6.6%	623,500	否
兴全步步高	自有资金	兴业全球基金管理有限公司	48,000,000	3 年	分级、转债型	4.5%+超过 4.5%的 20% 收益分成	513,600	否
兴全持续增长 6 号	自有资金	兴业全球基金管理有限公司	100,000,000	1 年	分级、混合型	分级收益提取	0	否

根据公司四届二十一次董事会和 2012 年第二次临时股东大会有关决议，鉴于公司现金充裕，为提高公司资金的收益，满足发展的需要，更好地回报股东，在控制风险的基础上，公司可以进行总额不超过 7 亿元人民币的投资理财项目，其中资金主要用于固定收益投资项目包括但不限于国债回购、银行理财产品，以及其他权益类产品，主要是分级产品中的优先类产品或对冲股指的阿尔法产品。

3、募集资金使用情况

报告期内，公司无募集资金或前期募集资金使用到本期的情况。

4、主要子公司、参股公司分析

单位：万元

子公司名称	业务性质	主要产品或服务	注册资本	总资产	净利润	控股或参股
上海家化销售有限公司	化妆品销售	六神美加净家安等	22000	92893	-910	控股
上海家化海南日化有限公司	化妆品生产	六神花露水	3000	57538	1155	控股
上海佰草集化妆品有限公司	化妆品销售	佰草集化妆品	20016	38809	-978	控股
江阴天江药业有限公司	工业	中药配方颗粒	9456	222650	25434	参股
三亚家化旅业有限公司	服务业	酒店服务	24000	46098	3103	参股

参股公司投资收益占净利润 10% 以上的情况

单位：万元

公司名称	营业收入	营业利润	净利润	参股公司贡献的投资收益	占上市公司净利润的比重 (%)
江阴天江药业有限公司	114,107.30	29,023.77	25,434.31	6,062.98	12.38

5、非募集资金项目情况

报告期内，公司无非募集资金投资项目。

董事长：葛文耀

上海家化联合股份有限公司

2013 年 8 月 28 日