

上海家化联合股份有限公司

2025 年三季度业绩说明会会议纪要

一、会议召开情况

1、时间：2025 年 10 月 27 日

2、地点：线上

3、公司参会人员：

董事长兼首席执行官 林小海

首席财务官兼董事会秘书 罗永涛

4、主要参会机构：

详细参会机构清单请参见“附件：参会机构清单”

二、会议纪要

（一）经营情况讨论与分析

财务数据：

2025 年 1~9 月公司实现营业收入 49.61 亿元，较去年同期增长 10.8%，归属于上市公司股东净利润为 4.05 亿元，较去年同期增长 149.1%，其中扣非净利润 2.31 亿元，较去年同期增长 92.4%

应收账款、存货、经营性现金流等指标均呈现持续优化的趋势，报告期内经营性现金流同比增长 172.8%

Q3 单季度，公司营收同比增长 28.3%，归属于上市公司股东净利润为 1.39 亿元，其中公司投资资产的公允价值变动对本期利润带来较大影响。扣非净利润在第三季度实现扭亏为盈，达到 960 万元。

公司贯彻执行“四个聚焦”的战略方向，美妆业务全渠道同比增长 272.3%，国内业务线上渠道同比增长 173.3%。需要特别说明的是，美妆品类和线上业务去年同期受公司战略调整的影响较大，主营业务收入的基数较低。剔除上述战略调整因素后，公司业务呈现稳步、健康发展。

本季度，公司加强线上投流种草，线上业务销售增长、产品结构优化以及主要原材料采购价格下降使得毛利率提升 7.0 个百分点，同时销售费率和管理费率分别下降 0.1 个百分点和 1.0 个百分点，经营质量进一步优化。

海外业务受到关税等因素影响阶段性承压，仍处于逐步恢复期。结合主要市场竞争格局及品牌自身优势，海外业务管理层正积极推进“聚焦核心品类、聚焦线上”等策略，提升经营效率，力争尽快实现业务反转。

业务表现：

公司继续聚焦核心品牌，重视细分品类、细分渠道的突破，着力打造亿元单品，截至报告期末，六神二代驱蚊蛋、玉泽面霜（包括干敏霜+油敏霜），以及佰草集大白泥产品，GMV均已实现破亿目标，带动品牌整体业绩增长。

第三季度公司加码品牌投放，六神、玉泽、佰草集等主要品牌获得更多资源倾斜。六神签约明星代言人后，进一步增加梯媒曝光，重点推广香氛沐浴露系列产品，助力品牌突破季节性限制。三季度各品牌相继推出品牌代言人，其中玉泽重磅官宣乒乓运动员樊振东为品牌身体护理代言人，增加玉泽的知名度和曝光率，持续强化玉泽在医学护肤领域的公信力及口碑，引爆全网声量过亿。佰草集在推出新品“仙草油”之际，在豫园举行新品发布会，正式官宣刘涛再次担任品牌代言人，回归中医中草药养肤的品牌定位。高夫官宣品牌代言人付航，进一步强化年轻消费者认知，启初官宣张柏芝为品牌代言人，品牌热度显著提升。

新品方面，第三季度佰草集推出的“仙草油”是行业首个60%高浓、0合成酯的精华油产品，在包装设计中融入中式汝瓷的元素，延续“美自根源，养有方”的东方养护理念。自上市以来，“仙草油”在全渠道势能持续攀升，接连登上天猫精华油新品榜首位、淘宝直播间美容护肤榜TOP1以及抖音舒缓精油好物榜第一名，具备强劲的市场爆发力。

美加净以面护级科学功效及愉悦的香氛体验全新推出蜂胶香氛手霜，精选99%高纯度秦岭蜂胶，主打10分钟快速修护，8秒瞬吸收，搭配中式三段调香。上市即登抖音护手霜礼盒超值爆款榜与人气榜榜首、天猫护手霜新品榜热销榜单TOP3。

第四季度，公司将继续坚持“四个聚焦”的战略方针，持续加大品牌投资、沉淀品牌资产；提升运营效率、加大品牌声量、深挖用户价值，打好“双十一”战役，全面实现2025年各项经营目标。同时，努力加强团队自身能力建设，做好产品、渠道的业务规划，为新一年的持续发展打好基础。

（二）回答投资者问题

1、第三季度及今年公司收入、利润增长的原因和分析？明年玉泽、佰草集和六神品牌的打法和目标是什么？

答：业绩增长主要来自三方面：

- ① 新品驱动：玉泽屏障修护面霜系列、六神第二代驱蚊蛋等大单品贡献增量，高夫控油祛痘系列、启初婴童修护面霜也实现增长；
- ② 品牌营销投放提升：品牌费用和曝光量同步提升，小红书、抖音等平台种草金额同比增长；
- ③ 电商运营能力增强：以品牌为作战单元的组织设计提升渠道及协同效率，电商物流每单节省 1 元，供应链成本、效率优化。

明年规划聚焦三大方向：

- ① 核心品牌、细分赛道及大单品；
- ② 加大品牌营销投放，力度与业绩增长比例匹配；
- ③ 线上渠道，毛利率提升及降本增效。

2、公司在双十一大促的打法如何？

双十一主要增长动力来自上半年开发的所有新品及九月份推出的两个新品，以及品牌建设投放。玉泽和佰草集在达播上表现好，接下来将加大腰部达人的布局。

3、从明后年角度看，公司在渠道上的增长驱动力及渠道资源投放、倾斜度是如何考虑的？

未来渠道策略仍聚焦线上：

抖音方面，提高内容制作能力、加大直播团队建设，今年佰草集在达播上有突破，计划让其他品牌陆续在达播上发力；天猫方面，提升产品的视觉设计以提高转化效率，并加强小红书和抖音种草团队建设；京东和拼多多走向 to C 的精细化运营。

线下渠道：

KA 渠道：通过撤场不盈利产品、组织重构，实现成本下降和销售费率下降。

经销商渠道：前三季度单位数增长，来自零食店、便利店、闪电仓、**B2B** 平台等新渠道拓展，以老产品铺货为主，未来为新渠道定制小包装、差旅装。

百货渠道：精细化运营提升、模式迭代及产品结构优化，未来将继续调整结

构、探索进入购物中心的模式。

4、佰草集和美加净品牌调整后，Q3 新品的销售情况是否符合预期？

佰草集 Q3 推出的修源五行淡纹精华油，目前收入达成预期，社媒增量、互动量及天猫搜索、关注、评论表现良好，该产品具有纯植物提取、无合成油成分、配料精简、应用水油膜发酵技术、使用南唐降真香、包装设计以汝瓷和中药罐器型为灵感等优势。

美加净蜂胶香氛护手霜达成预期，抖音表现好，天猫仍需时间种草。该产品添加秦岭高纯度蜂胶，主打修护、香氛概念。

5、公司在选取代言人时的考虑因素是什么？代言人落地后在拉新及品牌客群画像上带来了哪些变化？

选取代言人主要基于品牌焕新理念、产品特性及品牌调性契合度。

佰草集邀请刘涛代言，品牌“回归初心”，重拾中草药养肤定位，具有故事性和传播性，延续“美自根源，养有方”的古方养肤理念。

玉泽邀请樊振东代言，其“稳王”特质与品牌“红退了就稳了”的理念高度契合，作为专业运动员背书品牌专业度；同时借助其势能推广身体乳单品，助力品牌知名度提升和第二梯队单品增长。

高夫邀请付航代言，聚焦青少年控油祛痘赛道，主打学生人群，通过校园活动与年轻人建立链接，提升新客率，实现品牌年轻化。

启初邀请张柏芝代言，其辣妈形象具有亲和力、知名度，跟老爸测评、马琳教授协同背书。

6、如何看待精华油当前的市场机会？油品类是否会成为佰草集的强势心智？对仙草油在今年双十一或年内的表现有何预期？

佰草集“仙草油”前期曝光、互动、搜索、加速点评等指标优秀，GMV 达成预算，但目前尚未大爆量，价格策略稳健，品牌希望花更多时间积蓄势能，目前进展符合计划。佰草集油的基因，从“啵啵水”（水油结合）到五行修源系列“仙草油”，未来油品类将与大白泥面膜“两条腿走路”，成为佰草集最主打的两个品类。围绕油品类，目前先落在五行修源线，未来在金御线、紫御线还有挖掘空间。

7、公司在组织调整上有什么心得？如何延续团队斗志和战斗力？后续是否会有进一步调整？

战略需通过组织落地，去年建设以品牌为作战单元、事业部为指挥中心、前中后台协同的组织设计在顶层设计上表现高效，各品牌与电商的小闭环使组织敏捷、效率提升。目前组织基本稳定，人员匹配需求。后续将提升视觉设计能力，核心品牌已外聘总监级视觉设计师，同时提升内容运营能力，未来拓展至其他核心品牌。

上海家化联合股份有限公司

2025 年 10 月 29 日

附件：参会机构清单（按拼音字母排序，排名不分先后）

AceCamp International Limited	东亚前海证券有限责任公司
acuity knowledge partners	方正证券股份有限公司
Atebin Capital	富国基金管理有限公司
Auspice Capital Advisors	富瑞金融集团香港有限公司
BroadPeakInvestmentAdvisors	高盛(亚洲)有限责任公司
Citigroup Global Markets Asia Limited	高盛资产管理(香港)有限公司
Crisil Investment	耕霖(上海)投资管理有限公司
HARVESTFUNDLIMITED	工银瑞信基金管理有限公司
MILLENNIUM CAPITAL MANAGEMENT (HONG KONG) LIMITED	共青城润卿私募基金管理合伙企业(有限合伙)
NORTH ROCK CAPITAL, LLC	光大证券股份有限公司
Point72 Hong Kong Limited	广发基金管理有限公司
Polymer	广发证券股份有限公司
Sigmoid Management LP	国都证券股份有限公司
SUMMIT	国海证券股份有限公司
安联环球投资有限公司	国联基金管理有限公司
安信基金管理有限责任公司	国联民生证券股份有限公司
百嘉基金管理有限公司	国盛证券有限责任公司
北京诚盛投资管理有限公司	国泰海通证券股份有限公司
北京沣沛投资管理有限公司	国信证券股份有限公司
北京高信百诺投资管理有限公司	国元证券股份有限公司
北京国际信托有限公司	海南羊角私募基金管理合伙企业(有限合伙)
北京合正普惠私募基金投资管理有限公司	海通国际研究有限公司
北京久阳润泉资本管理中心(有限合伙)	海通国际资产管理(香港)有限公司
北京鑫翰资本管理有限公司	杭州丰熙投资管理有限公司
北京星允投资管理有限公司	恒越基金管理有限公司
彬元资本有限公司	鸿运私募基金管理(海南)有限公司
博道基金管理有限公司	华创证券有限责任公司
布洛德峰投资顾问有限公司	华福证券有限责任公司
财通证券股份有限公司	华富基金管理有限公司
财通证券资产管理有限公司	华泰证券(上海)资产管理有限公司
淳厚基金管理有限公司	华泰证券股份有限公司
大家保险集团有限责任公司	华西证券股份有限公司
第一创业证券股份有限公司	华鑫证券有限责任公司
东北证券股份有限公司	汇丰晋信基金管理有限公司
东方财富证券股份有限公司	汇丰前海证券有限责任公司
东方证券股份有限公司	汇添富基金管理股份有限公司
东吴证券股份有限公司	建信基金管理有限责任公司
江海证券有限公司	上海万纳私募基金管理有限公司

金鹰基金管理有限公司	上海希瓦私募基金管理中心(有限合伙)
君康人寿保险股份有限公司	上海雪石资产管理有限公司
麦格理资本股份有限公司	上海于翼资产管理合伙企业(有限合伙)
民生证券股份有限公司	上海原点资产管理有限公司
摩根大通公司	上海原泽私募基金管理有限公司
摩根士丹利亚洲有限公司	上海臻宜投资管理有限公司
摩根资产管理(中国)有限公司	深圳大道至诚投资管理合伙企业(有限合伙)
南京璟恒投资管理有限公司	深圳宏鼎财富管理有限公司
宁波三登投资管理合伙企业(有限合伙)	深圳嘉谟资本管理有限公司
农银汇理基金管理有限公司	深圳金泊投资管理有限公司
诺德基金管理有限公司	深圳茂源财富管理有限公司
磐厚动量(上海)资本管理有限公司	深圳市麦星投资管理有限公司
鹏扬基金管理有限公司	深圳市尚诚资产管理有限责任公司
平安理财有限责任公司	深圳市新高投资管理有限公司
平安证券股份有限公司	深圳市轩瑞私募证券投资基金管理有限公司
浦银安盛基金管理有限公司	深圳中天汇富基金管理有限公司
浦银国际控股有限公司	深圳中胤信弘投资有限公司
泉果基金管理有限公司	天风证券股份有限公司
融通基金管理有限公司	西安瀑布资产管理有限公司
瑞银证券有限责任公司	西部证券股份有限公司
三元玖运(西安)创业投资有限公司	新华基金管理股份有限公司
上海递归资产管理有限公司	信达澳亚基金管理有限公司
上海顶天投资有限公司	兴业证券股份有限公司
上海度势投资有限公司	兴证全球基金管理有限公司
上海方物私募基金管理有限公司	兴证证券资产管理有限公司
上海高毅资产管理合伙企业(有限合伙)	玄卜投资(上海)有限公司
上海国际信托有限公司	银华基金管理股份有限公司
上海合远私募基金管理有限公司	永赢基金管理有限公司
上海和谐汇一资产管理有限公司	粤港澳大湾区科技创新产业投资基金(有限合伙)
上海嘉世私募基金管理有限公司	云富投资集团有限公司
上海聚劲投资有限公司	长江证券(上海)资产管理有限公司
上海聚鸣投资管理有限公司	招商证券股份有限公司
上海君和立成投资管理中心(有限合伙)	浙商证券股份有限公司
上海联视投资管理有限公司	中财招商投资集团有限公司
上海朴信投资管理有限公司	中广云投资
上海睿扬投资管理有限公司	中国国际金融股份有限公司
上海申银万国证券研究所有限公司	中国人保资产管理有限公司
上海世诚投资管理有限公司	中国银河国际金融控股有限公司
上海彤源投资发展有限公司	中航信托股份有限公司
中欧基金管理有限公司	中信期货有限公司

中泰证券(上海)资产管理有限公司	中信证券股份有限公司
中泰证券股份有限公司	中银国际证券股份有限公司
中天国富证券有限公司	紫金矿业投资(上海)有限公司
中信建投证券股份有限公司	紫金信托有限责任公司
中信里昂证券有限公司	