

珀莱雅化妆品股份有限公司

投资者交流会会议纪要

一、会议召开情况

1、会议时间：2026年9月1日-9月4日

2、会议方式：现场会议方式

3、参会人员：董事会秘书薛霞女士

4、参会机构：

详细参会机构清单请参见“附件 1：参会机构清单”。

二、会议纪要

1、公司如何评价 2026 年上半年的整体经营表现？下半年最重要的经营重点是什么？

答：2026 年上半年，公司实现营业收入 53.75 亿元，同比增长 0.24%，整体收入保持基本稳定。当前公司仍处于品牌结构、渠道结构和资源配置持续调整的阶段，多品牌、多品类布局也在进一步完善。

下半年，公司会继续推动珀莱雅主品牌恢复增长，同时做好多品牌培育、营销效率提升、产品创新以及组织和数字化能力建设，持续提升经营质量。

2、珀莱雅主品牌上半年承受一定压力，公司怎么看主品牌后续增长？

答：珀莱雅品牌仍然是公司的核心品牌，也是公司长期最重要的基本盘。当前公司正围绕消费者洞察、产品创新、核心系列升级、品类拓展和营销效率等方面持续推进调整。

公司对中国护肤市场以及珀莱雅品牌的长期发展空间仍然有信心。后续会更加关注品牌资产、核心产品竞争力和经营效率，推动主品牌恢复健康增长。

3、公司近年来持续推进多品牌战略，目前怎么看多品牌发展的阶段？

答：公司多品牌战略已经从早期孵化逐步进入更加系统化的发展阶段。目前护肤、彩妆、个护等主要品类均已有相应品牌布局，各品牌的定位、发展阶段和承担的战略角色有所不同。

公司会更加关注每个品牌的定位是否清晰、消费者需求是否真实、团队和组织能力是否匹配，以及品牌能否逐步形成可持续的收入和盈利能力。

4、Off&Relax、原色波塔和惊时增长较快，什么时候能够形成更稳定的利润贡献？

答：公司旗下各品牌目前处于不同的发展阶段。2026 年上半年，Off&Relax 实现收入 4.77 亿元，同比增长 70.81%，已经进入一定规模化发展阶段；原色波塔实现收入 3.13 亿元，同比增长 222.23%，目前仍处于快速成长阶段；惊时也保持较好的增长趋势。

现阶段公司会优先做好品牌建设、产品结构和规模基础。随着品牌体量扩大和经营效率提升，公司希望这些品牌逐步形成更加稳定的收入和利润贡献。

5、公司如何看彩妆板块的发展？未来会不会进一步加大资源投入？

答：彩妆是公司多品类战略的重要组成部分。目前公司已经形成彩棠、原色波塔、花知晓等不同定位的品牌组合，覆盖不同消费人群、审美风格和价格带。

公司会根据各品牌的发展阶段合理配置资源，重点做好产品创新、品牌差异化、消费者运营和经营效率，持续提升彩妆板块的整体竞争力。

6、收购花知晓以后，公司准备如何进行整合？花知晓什么时候开始并表？

答：公司通过分步交易完成对花知晓的收购，于 2026 年 6 月取得深圳花知晓电子商务有限公司 51.00%股权，并将其纳入合并范围。

在整合方面，公司会尊重花知晓现有的品牌定位、团队和经营特点，同时在研发、供应链、数字化、组织管理以及海外业务等方面提供集团资源和能力支持，逐步释放双方的协同空间。

7、加入珀莱雅公司以后，花知晓原有团队如何保证品牌继续保持原有的创新能力和品牌特色？

答：花知晓已经形成了比较鲜明的品牌审美、产品表达和消费者认知，这些都是品牌长期积累的重要资产，也是公司看好花知晓的重要原因。

收购完成后，公司会充分尊重花知晓原有团队和品牌经营逻辑，在创意、产品设计、品牌表达等方面保持相对独立性，品牌创始人与核心团队仍持有深圳花知晓电子商务有限公司 49% 股权，现有团队保持稳定。珀莱雅公司层面主要提供研发、供应链、数字化、组织人才等多方面的支持，让团队能够把更多精力放在品牌和产品本身，在保持其品牌特色、消费者共鸣的基础上，进一步提升经营基础和长期发展能力。

8、目前线上流量成本仍然较高，公司如何改善营销效率？

答：流量成本上升是近年来行业普遍面临的问题。公司正在持续优化营销方式，更加关注消费者洞察、内容质量、产品转化效率以及不同平台之间的资源配置。

同时，公司也在加强数据和 AI 在消费者分析、内容、运营和投放等环节的应用，希望通过更精细化的经营持续改善营销效率和投入产出。

9、公司怎么看天猫、抖音等不同线上渠道的发展？渠道结构还会继续变化吗？

答：不同平台的用户结构、内容生态和经营逻辑存在明显差异，公司会根据不同品牌、产品和消费者特点进行差异化运营。

未来渠道结构仍会随着消费者行为和平台生态变化持续调整。公司会重点关注各渠道的投入产出、品牌建设价值和长期经营能力，并动态优化资源配置。

10、公司怎么看线下渠道？未来线下占比是否会提升？

答：目前线上仍然是公司的主要销售渠道，线下在消费者体验、品牌展示以及部分品类和高端化发展中也具有重要价值。

公司会根据品牌定位和消费者需求推进线下布局，并持续优化线上线下之间的协同。线下业务的拓展节奏也会结合单店效率、品牌发展阶段以及整体经营回报综合判断。

11、公司海外业务目前处于什么阶段？未来国际化的重点方向是什么？

答：公司海外业务增长较快，海外业务规模占公司收入比例较低。国际化目前处于能力建设和逐步扩张阶段，现阶段重点包括品牌、产品、组织、供应链以及本地化经营能力的搭建。

不同市场会结合品牌特点和当地消费者需求选择适合的进入方式。长期来看，国际化仍然是公司战略的重要组成部分，公司会保持审慎、稳步的推进节奏。

12、公司与 Ulta Beauty 的合作目前进展如何？公司如何看待这一合作对海外业务的意义？

答：公司正在稳步推进与 Ulta Beauty 的合作，相关工作涉及产品、供应链、合规、渠道运营以及本地化营销等多个环节。

这一合作有助于公司进一步了解国际主流美妆零售体系和当地消费者需求，也为公司验证品牌、产品和本地化运营能力提供了新的场景。现阶段公司会重点关注合作落地质量和消费者反馈，并结合实际经营表现持续评估后续拓展机会。

13、公司如何看研发投入？未来是否会继续提高研发费用？

答：研发一直是公司长期能力建设的重要方向。公司目前正在基础研究、原料开发、功效验证、产品开发以及科研成果转化等方面持续投入。

未来公司会结合业务发展需要保持研发投入，同时进一步提升科研成果在不同品牌和产品中的转化效率，让技术能力更好地支持产品创新和品牌发展。

14、公司目前在 AI 和数字化方面有哪些实际应用？

答：公司正在逐步把 AI 和数字化应用到消费者洞察、研发、运营、客服、内容以及内部管理等多个场景。

目前公司更加关注 AI 在具体业务中的实际效果，包括提升信息处理效率、辅助消费者分析、优化内容和运营流程等。后续还会继续推进数据治理和相关工具在业务端的深入应用。

15、公司如何平衡短期利润和多品牌长期投入？

答：不同品牌的发展阶段不同，对资源投入和盈利水平的要求也会有所差异。成熟品牌需要更加关注经营效率和盈利质量，成长阶段的品牌则需要在产品、品牌和消费者建设方面进行适当投入。

公司会持续评估各品牌的增长质量、发展潜力和投入产出，动态调整资源配置，在品牌长期发展和集团整体盈利之间保持合理平衡。

16、完成花知晓收购后，公司未来在投资并购方面还有哪些考虑？会重点关注哪些方向？

答：投资并购是公司完善多品牌、多品类布局的方式之一。未来公司仍会关注与长期战略具有协同性、品牌定位清晰、产品和团队具备差异化能力，同时具有长期成长潜力的消费品牌及相关机会。

在具体项目判断上，公司会综合考虑品牌资产、团队能力、财务质量、估值水平以及投后协同空间，保持审慎投资。公司也会重点评估现有的研发、供应链、数字化、渠道和组织能力能否为被投公司带来长期价值。

17、公司如何看待股东回报？未来分红、回购等政策会有什么考虑？

答：公司一直重视股东回报，同时也需要兼顾长期发展、并购投资、研发投入以及日常经营所需资金。近年来，公司持续通过现金分红、股份回购等方式回馈股东。近期公司也推出了以产品回馈股东的安排，欢迎各位股东报名参加，进一步体验公司产品、了解公司品牌。

未来公司会结合经营情况、现金流和长期资金需求统筹考虑股东回报安排，在保障公司持续健康发展的基础上，保持合理、稳定的股东回报。

珀莱雅化妆品股份有限公司

二〇二六年九月八日

附件 1：参会机构清单（按拼音字母排序，排名不分先后）

渤海证券	富国基金	平安基金	高信百诺	兴银理财
冈三证券	巨曦基金	泉果基金	工银安盛资产	阳光资产
广发证券	工银瑞信	融通基金	光证资管	英睿投资
国泰海通	国联基金	泰康基金	国源信达	渊泓投资
国信证券	国寿安保基金	天治基金	瀚伦投资	源乐晟资产
华泰证券	国泰基金	西部利得	杭银理财	招银理财
摩根士丹利	海鹏基金	湘财基金	汇丰晋信	臻宜投资
申万宏源	汉鸿基金	兴银基金	汇利资产	智诚海威
首创证券	恒越基金	衍盛基金	金得资产	中财集团
西部证券	泓德基金	银万基金	聚鸣投资	中国外贸信托
兴业证券	华商基金	英大基金	宽远资产	中信保诚资产
长江证券	华夏基金	源峰基金	名禹资产	中邮保险资产
中金公司	嘉实基金	长安基金	宁泉资产	中再资产
中信证券	景顺长城	长承基金	青银理财	弘康人寿
中原证券	聚力财富基金	浙商基金	仁桥资产	农银人寿
保德信基金	六禾致谦基金	中邮基金	上海信托	前海人寿
博道基金	路博迈基金	朱雀基金	双安资产	友邦人寿
博时基金	明世伙伴基金	岙夏投资	天木槿资本	中汇人寿
德邦基金	纳轩基金	宝源胜知	彤源投资	中英人寿
东方基金	鹏华基金	重阳投资	新华资产	人保养老
东兴基金	鹏扬基金	沅沛投资	星石投资	Dymon Asia Capital
农银汇理	汇添富	巴克莱银行		