
公司代码：600315

公司简称：上海家化

上海家化联合股份有限公司

2024 年年度报告摘要

第一节 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 www.sse.com.cn 网站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性、准确性、完整性，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、普华永道中天会计师事务所（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、董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
经审计，公司 2024 年度合并财务报表中归属于上市公司股东的净利润为-833,092,522.20 元。根据相关法律法规及《公司章程》的有关规定，2024 年度拟不进行利润分配或公积金转增股本。

第二节 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	上海家化	600315	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	罗永涛	陆地
联系地址	上海市虹口区东长治路399号双狮汇A座11F	上海市虹口区东长治路399号双狮汇A座11F
电话	021-35907000	021-35907666
传真	021-65129748	021-65129748
电子信箱	ir@jahwa.com.cn	ir@jahwa.com.cn

2、报告期公司主要业务简介

根据国家统计局《国民经济行业分类》，公司所属行业为化学原料和化学制品制造业（分类代

码：C26)。

根据国家统计局统计，2024 年社会消费品零售总额同比增长 3.5%，化妆品类同比下降 1.1%（限额以上单位商品零售）。

公司主要从事日化产品的研发、生产和销售，主要品牌包括六神、玉泽、佰草集、美加净等。公司具有差异化的品牌资产、采用线上与线下相结合的销售模式，持续不断地为消费者带来更好的产品与服务。

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

	2024年	2023年	本年比上年 增减(%)	2022年
总资产	9,944,442,518.04	11,729,795,966.33	-15.22	12,269,485,812.97
归属于上市公司股东的净资产	6,691,750,870.12	7,690,117,575.41	-12.98	7,249,484,579.10
营业收入	5,678,512,025.49	6,597,599,900.71	-13.93	7,106,312,871.72
扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后的营业收入	5,674,625,019.51	6,587,080,264.28	-13.85	7,099,235,731.73
归属于上市公司股东的净利润	-833,092,522.20	500,049,003.38	-266.60	472,039,277.83
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-837,987,352.23	314,545,578.53	-366.41	540,687,790.98
经营活动产生的现金流量净额	273,196,710.98	103,147,826.31	164.86	664,892,976.22
加权平均净资产收益率(%)	-11.58	6.67	减少18.25个百分点	6.64
基本每股收益(元/股)	-1.24	0.75	-265.33	0.70
稀释每股收益(元/股)	-1.24	0.75	-265.33	0.70

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	1,905,398,114.42	1,415,315,171.59	1,155,801,471.21	1,201,997,268.27
归属于上市公司股东的净利润	256,207,190.53	-18,204,719.82	-75,299,685.21	-995,795,307.70
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	293,382,590.79	-58,199,057.53	-115,138,055.25	-958,032,830.24
经营活动产生的现金流量净额	570,208,886.78	-81,973,250.81	-219,199,863.28	4,160,938.29

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用 √不适用

4、 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

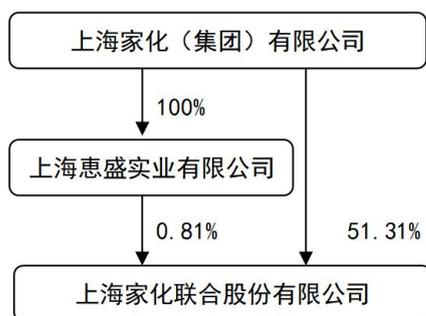
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）							44,270
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）							34,276
截至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
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
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、标记或冻 结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
上海家化（集团）有限公司	0	344,927,001	51.31	0	无		境内非国 有法人
上海久事（集团）有限公司	1,148,100	26,887,500	4.00	0	无		国有法人
彭奕	589,469	7,000,000	1.04	0	无		境内 自然人
香港中央结算有限公司	1,092,813	6,472,165	0.96	0	无		其他
上海惠盛实业有限公司	0	5,416,577	0.81	0	无		境内非国 有法人
解勇	3,699,028	3,699,028	0.55	0	无		境内 自然人

樊继波	3,387,900	3,387,900	0.50	0	无		境内自然人
浙江安诚数盈投资管理有限公司—安诚数盈阿思达一号私募证券投资基金	831,000	3,186,700	0.47	0	无		其他
周敏	482,100	2,977,500	0.44	0	无		境内自然人
招商银行股份有限公司—南方中证1000交易型开放式指数证券投资基金	2,766,152	2,766,152	0.41	0	无		其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	上海家化（集团）有限公司、上海惠盛实业有限公司同受中国平安保险（集团）股份有限公司控制。公司未知其他关联关系或一致行动关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

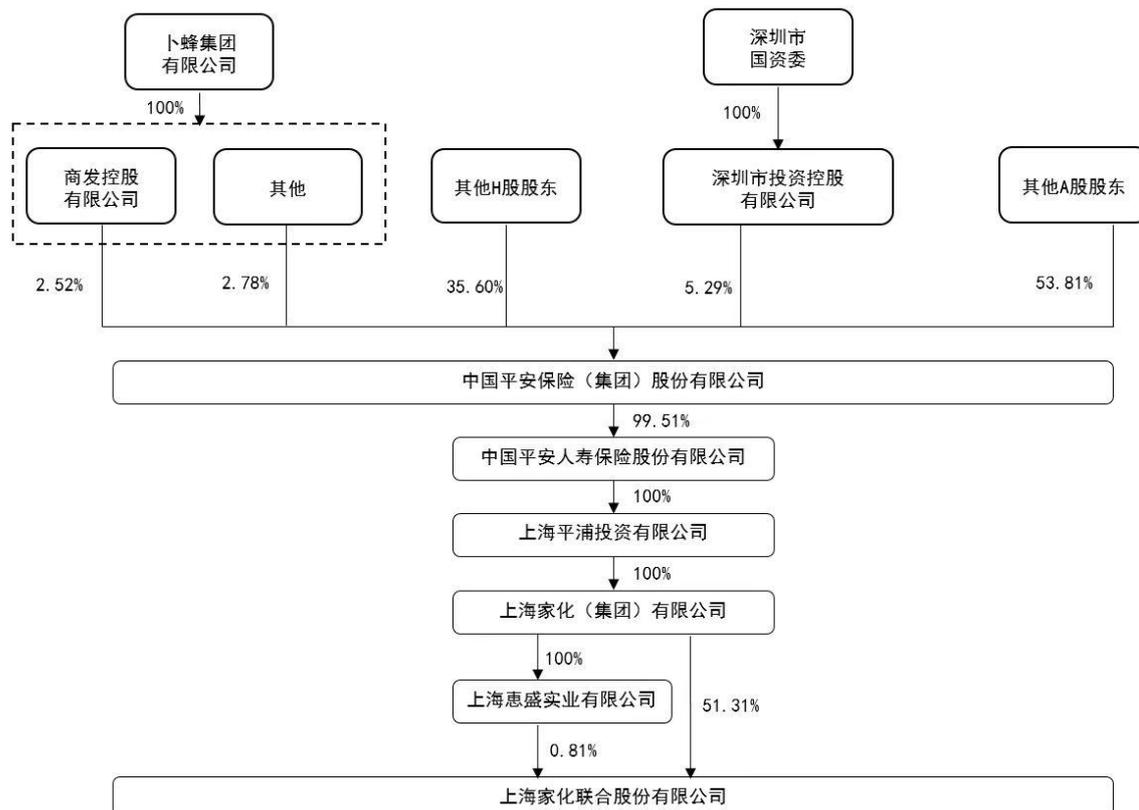
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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

第三节 重要事项

1、公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

报告期内，公司确立了全新的企业愿景：通过经典专业的品牌、高品质的产品为消费者创造美丽和健康的生活，成为立足国内、辐射海外的一流日用化妆品公司。

为更好地匹配公司战略，公司持续深化事业部制改革，以核心品牌为中心进行组织设计，同时吸引外部破局人才加盟，进一步提高组织运行和决策效率，打造更敏捷、扁平、高效的组织。同时，针对核心品牌，公司重新梳理并明确品牌的目标用户、品牌价值，提升品牌投放的精准触达和高效转化，持续沉淀品牌资产。公司不断加强品牌建设，实施品牌梯队式管理，集中资源优先支持核心品牌的发展，具体举措包括：

1. 聚焦核心品牌：公司率先发展第一梯队六神、玉泽品牌，通过精准的品牌定位和创新的营销策略，进一步提升品牌影响力和市场占有率；

2. 聚焦品牌建设：公司注重品牌价值的长期积累，持续提升品牌形象，重视开展产品研发、品牌合作背书、包装焕新，全面升级品牌形象，通过资源投放及种草，打造新的大单品；

3. 聚焦线上：持续突破抖音等直播电商的商业模式，提高内容转化率，优化物流及客服的效

率，进一步拓展线上市场份额，提升品牌曝光度和销售转化率；

4.聚焦效率：通过重点提升“品效”和“人效”，显著降低了运营成本，提升了整体运营效率。

同时，公司在品牌塑造、渠道拓展及研发创新等多个维度全面发力，取得了显著成果：

六神

为触达更多消费者，六神持续破圈：夏季携手上海外滩 W 酒店打造清凉派对、在凉都拉开第三届“六神清凉节”帷幕；冬季与珮姐老火锅打造“神清气爽、麻辣纵享”联动活动，拓展“祛味蛋”的使用场景。

2025 年第一季度推出升级版驱蚊蛋系列产品，升级核心驱蚊成分，驱蚊时效显著提升。产品创新采用专业调香工艺，推出三款高级香型（深海龙涎、雨后栀子、经典原香），提升使用愉悦感，重新定义驱蚊产品的使用体验。

玉泽

持续深化“皮肤屏障修护专家”定位，玉泽亮相第十九届中国医师协会皮肤科医师年会暨全国美容皮肤科学大会（CDA 大会），展示其在医学护肤领域的最新研究成果，传播医学护理理念及产品临床使用探索，并与行业伙伴及皮肤科专家共同深入探索皮肤屏障修护领域的新质生产力建设。

2025 年 2 月玉泽发布了全新升级的第二代屏障修护系列面霜与大分子防晒霜，并在线下举办了品牌升级暨新品发布会。

佰草集

传承并革新中国特色本草护肤理念，推出融合独特草本智慧与现代科技的太极啵啵乳、“抗老卷王”紫御龄至臻抚纹系列、三大特色本草成分再升级的第二代太极啵啵霜等多款产品。2025 年第一季度，佰草集以全新升级的新七白美白系列为核心驱动，并赋活经典产品“翡翠水”，借四大美人典故结合当代肌肤痛点，旧典新解，引发热议。

美加净

在银耳珍珠霜、酵米系列等爆款产品的基础上，美加净布局了春夏季产品矩阵，升级推出酵米焕白系列；夜间修护手霜精准切入夜间护理场景，带来自然愉悦的护手体验。

高夫

开启男士护肤新篇章，控油祛痘系列可满足不同肤质需求，以专业和品质助力男士展现自信风采。

启初

启初持续深耕婴幼儿护肤领域，以天然成分+温和科技为核心，推出多款创新产品，全方位呵护宝宝娇嫩肌肤：小云朵洁面泡、小胖丁洗发水年内首秀；第三代胚米面霜革新升级；小黄帽防晒霜、儿童舒润修护精华霜新品上市，2025 年新品启初青蒿霜也获得好评。

家安

专注于家清领域，致力于解决各类细分痛点，上新 4D 酵素阳光净菌洗衣凝珠，为有孩家庭带来专业且高效的安全净菌解决方案。

雙妹

正式入驻上海博物馆东馆，打造首家全球沉浸式文化体验馆，借文旅热潮为消费者带来更好的文化体验和产品体验。通过与武康大楼等城市地标的深度合作，以文化赋能和情感共鸣为核心推动品牌传播深度与广度。

2、公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用