

上海家化联合股份有限公司 2026 年度“提质增效重回报”行动方案

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

为深入贯彻落实党中央、国务院关于进一步提高上市公司质量的要求，推动公司高质量发展和投资价值提升，保护投资者尤其是中小投资者合法权益，落实以投资者为本的理念，上海家化联合股份有限公司（以下简称：“上海家化”或“公司”）制定了 2026 年度“提质增效重回报”行动方案。具体如下：

一、提升经营质量

公司贯彻深化“聚焦核心品牌、聚焦品牌建设、聚焦线上、聚焦效率”的经营战略，全面推动品牌和渠道战略升级，运营效能持续优化，为长期高质量发展奠定坚实基础。

1. 聚焦核心品牌，细分赛道实现突破，成功培育亿元单品

公司聚焦潜力细分赛道，建立亿元单品组织保障体系，打通从产品营销、内容种草到渠道运营的价值闭环，依托配方创新、技术升级、场景适配等核心优势，2025 年内成功培育三大亿元单品：佰草集大白泥、玉泽干敏霜（第二代）、六神驱蚊蛋。

此外，六神清爽香氛沐浴露、玉泽油敏霜（第二代）、玉泽特润霜、佰草集仙草油等潜力单品表现亮眼，持续复用亿元单品孵化经验，构建起可持续的产品增长生态。

2. 聚焦品牌建设，推动产品升级和内容运营

公司聚焦六神、玉泽、佰草集等核心品牌建设，加大投放力度，强化品牌心智，推动核心品牌实现高质量增长。

3. 聚焦线上业务增长，提升渠道效率

公司大力推动线上业务发展，达播端通过头部主播与腰尾部达人分层运营，提升内容质量与响应速度，有效扩大品牌声量。自播端完成直播间标准化建设，依托精细化排品和场景化话术优化全链路转化效率，核心品牌抖音自播业务实现较好增长。

线下渠道与成长型客户协同发展，通过拥抱新业态、新增成长型渠道经销商提升市场覆盖率；终端落地“万店万堆”、“逢六必爽”以加强场景化组货营销活动；优化 KA 渠道货盘结构，整体运营质量持续改善。

4. 聚焦效率提升，强化品效与人效管理

公司围绕产能配置优化、核心品类聚焦及全链路成本管控，系统性推进供应链降本增效与品效优化：推进部分产品从外协转内产、探索 ODM 业务模式、强化内部生产能力；同时精简 SKU，集中资源发展核心品类与优势产品，定期更新风险库存清单，推进高风险及长尾原料的替换与淘汰，降低了供应链复杂度；在成本端，公司通过工厂直发等方式优化物流网络，实现物流费率下降，依托包材优化、工艺改进等举措降低采购成本，进一步增强了供应链韧性与竞争力。

2026 年度公司将明确以价值创造为核心主线，全力奔赴高质量可持续发展之路，聚焦有机会成为 Top3 的细分赛道，建立以亿元单品为中心的组织保障，打通从产品营销、内容种草到渠道运营价值闭环，强化品牌×渠道双向共振，加快前台迭代，驱动中后台精益化运作；海外业务将持续以消费者为中心，以产品迭代升级为增长引擎，恢复业绩增长势头，为稳固并扩大市场份额注入新动能。

二、增加投资者回报

公司牢固树立回报股东意识，密切关注市场对公司价值的评价，积极提升回报投资者能力和水平，丰富回报投资者手段。

公司始终坚持将股东利益放在重要位置，实施科学、持续、稳定的分红政策，积极采取以现金分红为主的利润分配方式，在符合利润分配条件下增加现金分红频次，持续加大股东回报力度。

自 2009 年度以来，公司每年分配的现金红利均占当年归属于上市公司股东净利润的百分之三十以上。上市以来公司已累计实施现金分红超过 37 亿元。

公司九届六次董事会审议通过了公司 2025 年度利润分配方案：拟向全体股东每股派发现金红利 0.20 元（含税），合计拟派发现金红利 134,124,361.60 元。加上已分配的 2025 年半年度现金红利，2025 年度累计现金分红总额达到 160,278,612.11 元，占本年度归属于上市公司股东净利润的比例为 59.90%。上述方案与 2026 年度半年度分红计划尚需提交股东会批准。

今后，公司将按照相关法律法规及《公司章程》的规定，在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，优先考虑现金分红方式分配利润。同时，公司也将持续关注现金分红政策的变动情况，及时贯彻落实现金分红的有关工作要求，稳定

广大投资者对于分红工作的预期。

三、加快发展新质生产力

作为国家级企业技术中心、国家级工业设计中心及国家知识产权示范企业，上海家化始终将科技创新作为战略核心，紧扣消费者需求及品牌定位，构建“内部自主研发+产学研医协同创新”的双轮驱动模式，深化前沿技术研究与成果落地转化，持续巩固行业领先地位。

截至 2025 年末，上海家化及其子公司累计授权有效专利 483 件（含涉外专利 4 件、发明专利 123 件）；2025 年新增授权专利 73 件。2025 年当年上海家化及其子公司共计提交专利申请 130 件，进一步强化核心技术知识产权保护。

截至 2025 年末，累计参与制修订标准 158 项（其中国/行标准 51 项、地方/团体标准 107 项）。2025 年新参与 6 项国/行标、14 项团标的制修订与发布，覆盖功效检测、安全评估、原料/成品检测及绿色可持续发展等关键领域，以专业实力推动行业标准化建设。

2025 年见刊发布外刊论文 15 篇，平均影响因子 7.3 以上，如《Environmental Research》《Microsystems & Nanoengineering》《Journal of Experimental Pharmacology》《Molecules》等专业期刊，研究成果获行业广泛引用，显著提升公司学术声誉与行业影响力。

2025 年，公司在八大基础平台技术沉淀之上，全面升级“6+4+1”研创体系，实现技术布局向价值转化的跨越式进阶。聚焦驱蚊、止痒、抗衰、祛痘、美白/防晒、祛红六大功效攻坚平台，精准突破细分赛道技术痛点；打造包装创新、香效定制、感官体验、AI 数智赋能四大体验升级平台，实现科技与美学深度融合；以合成生物为核心引擎，打通多领域交叉研究路径，开辟“中国成分、中国创新、中国应用”自主研发赛道。外部层面，深化产学研医协同生态，携手顶尖院校、科研机构与医疗机构共建开放创新合作加速核心技术落地，以技术壁垒筑牢产品竞争力，引领国货美妆个护科技升级。

四、加强投资者沟通

公司不断丰富投资者交流方式，拓展沟通渠道，提升透明度。

公司严格按照《公司法》、《证券法》等相关法律法规的要求，及时、公平地披露公司信息，保证所披露的信息真实、准确、完整，简明清晰、通俗易懂，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。尊重中小投资者，平等对待所有股东，不断增强公司信息透明度与沟通坦诚度。

2026 年度，公司将继续提高信息披露水平，加强投资者沟通，具体如下：

1、不断提高信息披露水平，进一步增强信息披露内容的可读性、直观性

公司严格按照中国证监会和上海证券交易所的监管要求开展信息披露业务，并通过文字、图表、图片、视频等多种形式相结合让全体投资者能够及时了解公司的经营情况和投资价值。2026 年，公司将继续提高信息披露水平，通过 PPT、演讲等形式，结合图表和数据，详细解读公司财务状况、业绩情况和战略规划，与投资者交流互动，提高信息披露内容的直观性和可理解性，充分利用数据可视化工具和软件，将财务数据转化为图表、图像等形式，制作数据报告，提高信息披露内容的可视性和易懂性。

2、加强投资者沟通，积极传递公司投资价值

2026 年度，公司将继续加强投资者沟通，积极传递公司投资价值，计划安排一系列投资者关系活动，具体包括：季报/半年报/年报之后举行业绩说明会，通过电话会、网上路演等与投资者充分沟通公司业务情况、财务数据及公司未来发展战略，并将及时公布重要会议纪要。积极参加各家卖方机构组织的策略会，与各类投资者面对面交流，并根据投资者需要，安排公司现场调研、反路演等多种形式的沟通交流，深入了解投资者的实际诉求，并做出及时回应。设置专门人员负责接听投资者热线，及设置专门与投资者沟通的邮箱，及时回复投资者问题，扩宽与投资者沟通的渠道。在上证 E 互动平台积极回复投资者的各类问题，及时与投资者分享企业发展现状、战略实施情况，听取投资者的意见、建议，增进投资者对企业的信赖与支持。

五、坚持规范运作

公司高度重视治理结构的健全和内部控制体系的有效性，将持续完善法人治理和内部控制制度，提高公司运营的规范性和决策的科学性，全面保障股东权益。在公司治理实践中，将投资者利益放在更加突出位置。

2026 年度，公司将继续扎实推进可持续发展（ESG）相关工作，践行绿色技术创新和绿色制造，推动品质提升与节能减排，实现经济责任与社会责任的共赢，进一步提升公司价值创造能力。

为进一步促进公司规范运作，根据中国证监会、上海证券交易所发布的最新规则，公司及时对公司治理文件进行了新增和修订。公司将持续深入推动独立董事履职与企业内部决策流程有效融合，充分发挥独立董事的专业性和独立性，在中小投资者权益保护、资本市场健康稳定发展等方面发挥积极作用。

2026 年度，公司将继续积极组织控股股东、董事、高管参加上海证券交易所、上市公司协会及证监局的各类相关培训，并根据监管政策的新变化，邀请中介机构对关键少数人员主动开展专题培训、资本市场法律法规解读等，不断提升自律意识，推动公司规范化运作。

六、强化“关键少数”责任

建立公司控股股东、董事、高管与公司、中小股东的风险共担及利益共享机制，不断加强公司治理能力建设，厚植合规文化，落实董、高等关键少数的证券法规培训，筑牢合规意识。积极响应独立董事制度改革精神，通过事前沟通、现场调研、专题会议、投资者交流等形式，进一步拓展独立董事的知情权与监督权。公司将不断完善内控体系，继续实施全面风险管理，提升公司对内外部环境变动的应对能力。完善以业绩为重点的经营层目标考核方式，强化收入、利润等核心指标的传导机制，落实经营管理层薪酬收入与目标达成情况挂钩衔接，充分调动高管人员干事创业的积极性、主动性、创造性，维护公司和全体股东利益。

公司将持续评估本次提质增效重回报行动方案的具体举措进展情况，始终贯彻聚焦主营业务，创新驱动发展，提升经营质量，并以良好的业绩表现、规范的公司治理、积极的股东回报，回馈投资者的信任，切实履行上市公司的责任和义务，积极传递公司价值，维护公司市场形象，共同促进资本市场健康发展。

特此公告。

上海家化联合股份有限公司董事会

2026 年 4 月 28 日