

公司代码：603630

公司简称：拉芳家化



拉芳家化股份有限公司

2025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](http://www.sse.com.cn) 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2、 公司全体董事出席董事会会议。
- 3、 华兴会计师事务所（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。
- 4、 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

经华兴会计师事务所（特殊普通合伙）审计，截至 2025 年 12 月 31 日，公司合并报表实现归属于上市公司股东的净利润-31,154,170.30 元，其中母公司实现净利润 6,493,598.56 元。截至 2025 年 12 月 31 日，公司合并报表累计未分配利润为 764,105,710.08 元，母公司报表累计未分配利润为 770,200,764.81 元。

鉴于公司 2025 年度亏损，不具备利润分配条件，且综合考虑外部行业环境、未来发展规划以及资金需求等因素，为保障公司生产经营持续稳定运行，增强公司抵御市场风险的能力。公司拟定 2025 年度不进行利润分配，也不进行资本公积金转增股本和其他形式的分配。

截至报告期末，母公司存在未弥补亏损的相关情况及其对公司分红等事项的影响

适用 不适用

## 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	拉芳家化	603630	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	张晨	罗金沙
联系地址	汕头市龙湖区万吉工业区龙江路拉芳大厦	汕头市龙湖区万吉工业区龙江路拉芳大厦
电话	0754-89833339	0754-89833339
传真	0754-89833339	0754-89833339
电子信箱	laf@vip.126.com	laf@vip.126.com

### 2、 报告期公司主要业务简介

公司所处的行业为日用化学产品行业，根据证监会《上市公司行业分类指引》，公司归属于“化学原料和化学制品制造业”（C26）。

报告期内，在全球经济格局深度调整、复苏动能不足、地缘政治冲突加剧和消费需求不断变化背景下，国内经济在复杂多变的外部环境和内部结构调整中展现出韧性和活力，2025 年中国社会消费品零售总额达

501,202 亿元，同比增长 3.7%，2025 年化妆品类的消费零售额 4,653 亿元（限额以上单位消费品零售额），同比增长 5.1%。2025 年全国网上零售额 159,722 亿元，比上年增长 8.6%。其中，实物商品网上零售额 130,923 亿元，增长 5.2%，占社会消费品零售总额的比重为 26.1%，在实物商品网上零售额中，用类商品增长 4.1%。

2025 年，中国洗护市场处于“基础清洁”向“价值驱动”的深刻转型变更期，核心消费趋势正在进行从“洗”到“养”的全面进化，科技创新成为竞争关键，品牌聚焦核心技术与功效成分，香氛则成为“情绪价值”的核心，成分天然化备受青睐，护肤级成分加速向身体护理延伸，市场围绕不同场景和人群需求进行深度挖掘和驱动产品创新，消费者愿意为精准的功效、愉悦的体验、情感的满足以及专业的解决方案支付溢价，品牌必须在功效科技、感官体验与场景营销上找到创新突破口，才能在充满活力市场中赢得未来。

公司在洗护领域积累了丰富的行业经验和专业技术，具有较强的技术能力和行业影响力；综合日化行业各数据分析，公司在国内洗护产品市场占据一定的市场份额。

### （一）、主营业务

公司主要从事洗护类、护肤类、彩妆类产品的研发、生产和销售。目前拥有的自主洗护品牌主要有“拉芳”、“雨洁”和“美多丝”等，独家代理海外优质护肤品牌“瑞铂希”。

#### 1、自主品牌

（1）拉芳品牌：为万千中国消费者提供全方位的柔顺洗护方案，品牌历史积淀深厚。



（2）雨洁品牌：专业去屑护理品牌，净爽生活，执着守护每一位消费者的头皮健康。



(3) 美多丝品牌：追求“美&生命力”的高端精油护理品牌，旨在为消费者提供专业美护发解决方案，始终追求秀发艺术的完美与极致，唤醒女性与生俱来的自信和美丽。

## 2、代理品牌

瑞铂希品牌：德国专业院线护肤品牌，重启年轻肌因。



公司在产品研发、品牌提升及管理、营销渠道深耕等方面持续发力，以满足消费者日益增长的高质量产品与服务需求，不断提升公司的市场占有率。

## (二)、经营模式

报告期内，公司销售模式和生产模式未发生重大变化。

### 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

	2025年	2024年	本年比上年 增减(%)	2023年
总资产	2,121,610,791.79	2,146,427,354.64	-1.16	2,180,442,832.01
归属于上市公司股东的净资产	1,866,723,727.20	1,918,465,994.76	-2.70	1,968,547,704.00
营业收入	818,305,201.18	888,716,584.90	-7.92	859,785,238.35
利润总额	-14,138,363.49	46,617,357.35	-130.33	70,857,740.33
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	817,117,363.78	887,999,901.09	-7.98	854,584,461.40
归属于上市公司股东的净利润	-31,154,170.30	41,366,646.74	-175.31	65,499,027.03
归属于上市公司股东的扣除非经 常性损益的净利润	-39,033,395.89	40,105,797.36	-197.33	70,151,871.40
经营活动产生的现金流量净额	72,545,781.16	161,421,214.02	-55.06	146,826,829.83
加权平均净资产收益率(%)	-1.65	2.13	减少3.78个百分点	3.36
基本每股收益(元/股)	-0.14	0.19	-173.68	0.29
稀释每股收益(元/股)	-0.14	0.19	-173.68	0.29

#### 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	210,192,575.89	199,851,779.89	216,922,250.73	191,338,594.67
归属于上市公司股东的净利润	13,048,808.29	-6,687,489.54	6,196,916.89	-43,712,405.94
归属于上市公司股东的扣除非 经常性损益后的净利润	11,819,067.39	-9,519,813.91	1,988,106.30	-43,320,755.67
经营活动产生的现金流量净额	36,338,549.30	-12,676,130.71	57,135,546.15	-8,252,183.58

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

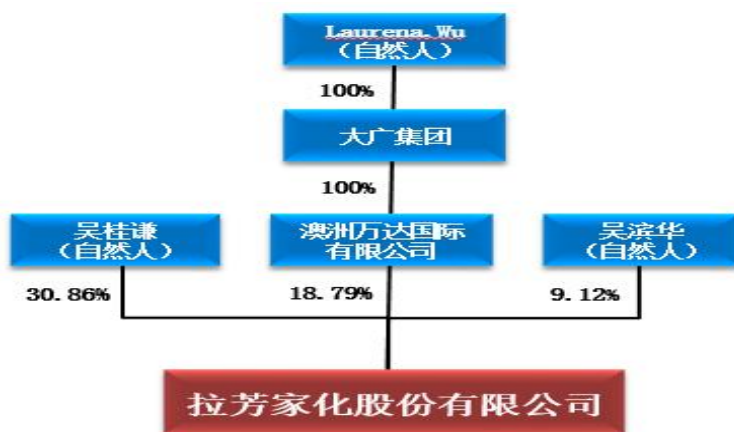
单位：股

截至报告期末普通股股东总数(户)	19,456
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	20,644
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	
吴桂谦	0	69,503,831	30.86	0	质押	7,500,000	境内自然人
澳洲萬達國際有限公司	0	42,320,217	18.79	0	无	0	境外法人
吴滨华	0	20,545,083	9.12	0	质押	9,000,000	境内自然人
葛贵莲	7,395,210	7,395,210	3.28	0	无	0	境内自然人
葛贵兰	2,967,089	2,967,089	1.32	0	无	0	境内自然人
全国社保基金一一六组合	2,769,650	2,769,650	1.23	0	无	0	其他
蒋震林	1,661,600	1,661,600	0.74	0	无	0	境内自然人
葛卫东	1,590,000	1,590,000	0.71	0	无	0	境内自然人
海富通价值精选股票型养老金产 品一中国民生银行股份有限公司	1,461,900	1,461,900	0.65	0	无	0	其他
龚涛	853,000	853,000	0.38	0	无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的 说明	1、股东吴桂谦、吴滨华、澳洲万达国际有限公司的实际控制人 LaurenaWu 互 为一致行动人；吴滨华、Laurena Wu 为吴桂谦之女。 2、未知公司其他股东之间是否存在关联关系，也未知是否存在《上市公司股 东持股变动信息披露管理办法》、《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动 人的情况。						
表决权恢复的优先股股东及持股 数量的说明	无						

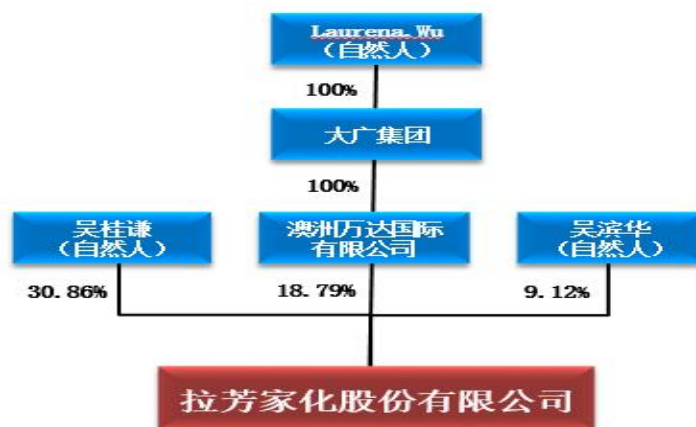
#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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。

2025 年，面对复杂严峻的外部市场环境及经营压力，公司积极应对市场竞争，继续坚持“稳中求进”的经营思路，不断调整和优化市场策略，积极抓好生产经营的各个环节，加大研发投入，强化品牌建设，在行业领域深耕细作，全力推动平稳发展。

2025 年，公司核心经营工作主要围绕以下几方面开展：

#### 1、自有品牌

##### ①拉芳品牌

报告期内，拉芳品牌全方位升级战略，以技术创新为核心突破点，首发强韧秀发科技——“第六代智能发芯修护技术”，同步推出自研核心成分咖啡弹性蛋白肽。其中，运用该技术与核心成分打造的发芯修护系列洗发水，成功通过 WRCA（世界记录认证机构）认证。

在技术升级的同时，品牌营销战略同步进阶，“拉芳”成为中国国家跳水队官方合作伙伴，携手全红婵、陈芋汐等世界冠军阵容，构建国货品牌与顶级体育 IP 的价值共生新范式。2025 年 5 月，拉芳成为 2025 年世界泳联跳水世界杯超级总决赛官方合作伙伴；同期，官宣实力演员任嘉伦为品牌代言人。

下半年，拉芳持续丰富产品矩阵，推出拉芳小金条发膜、拉芳发芯修护蛋白精粹喷雾、拉芳发芯修护喷雾型护发精油三款重磅新品，以“1分钟修护秀发累积损伤”的差异化功效和72小时的留香优势，让护发效率更高，让护发效果更好，充分贴合市场需求，进一步助力拉芳升级战略落地。

## ② 雨洁品牌

报告期内，雨洁品牌继续夯实“专业头皮护理”的核心定位，签约短道速滑世界冠军刘少昂担任品牌挚友。与此同时，同步推进线上线下产品全面升级，优化现有核心产品配方与品类布局。

## ③ 美多丝品牌

报告期内，美多丝品牌精准洞察洗护市场细分需求，推出多款功效性系列产品。

## 2、瑞铂希品牌

2025年，瑞铂希持续强化中国市场SPA渠道布局，全年聚焦渠道深耕与体验优化。品牌全年深度携手权威行业媒体SPA CHINA，依托SPA CHINA的行业资源与专业背书，品牌积极参与行业交流与评审活动，核心产品密集修护小安瓶获中国养生与水疗峰会“2025年度最受瞩目大奖”。与此同时，品牌通过优化SPA渠道合作模式，加强对合作渠道的拓展与开发，逐步实现全国核心城市优质SPA机构合作覆盖率的稳步提升。

## 3、线下渠道

报告期内，公司持续加大品牌建设的力度，尤其在明星店、形象店、样板镇，重点县建设等方面优化终端形象，深耕线下流通渠道。

公司继续推进县级渠道客户布局的完善与深化，加大对优质经销商的扶持力度，全面提升传统渠道经销商的运营能力。

公司通过创新销售模式，包括线上订货会、线下小规模沟通会、流通大打造及多店联动等多样化的推广活动，进一步夯实渠道基础。

在渠道拓展方面，公司积极推动产品创新和模式创新，逐步与更多终端运营商、特殊渠道经销商及折扣店经销商等建立战略合作，持续拓宽渠道覆盖面，为业务增长开辟新空间。此外，公司通过与客户的深度合作，赋能经销商加强大中超渠道的维护和开拓，积极拓展新渠道的商业机会。

## 4、线上渠道

报告期内，公司聚焦电商渠道，推动抖音、天猫、拼多多等各核心平台协同发力，依托“拉芳”品牌热点事件（含明星营销、体育营销、新品营销联动等），构建精准传播矩阵，提升进店客流（UV）与商品交易总额（GMV）。

## 5、研发创新

公司坚持以研发创新为战略核心，以技术突破驱动产品迭代。报告期内，公司布局新原料与产品矩阵，引入人工智能技术赋能研发体系，提升研发效率，形成多项技术成果。

### （1）原料创新

依托“天然植物&中草药提取实验室”，公司成功制备艾叶、侧柏叶等高活性成分，通过精准调控 TRPV-1、5 $\alpha$ -还原酶等关键细胞靶点，实现舒缓与防脱双重功效，相关技术已申请发明专利 2 项。同时，完成螺旋藻发酵液、玫瑰纯露等自研原料的开发，应用于拉芳洗护产品，实现自主个性化原料的产业化落地。

### （2）产品升级

公司推出“智肽 BioElasT.发芯修护技术”，显著提升发丝弹性与强韧度。经权威测试，发丝可抵御百万次拉伸，荣获世界纪录认证机构（WRCA）认证。同期，美多丝防脱舒缓精华液与美多丝防脱固发洗发水两款产品均获得国产特殊化妆品注册证书。

### （3）产学研融合

公司持续深化产学研协同创新，形成多领域、多层次的科研布局：与华南理工大学合作项目，研究成果发表于国际期刊《Carbohydrate Polymers Technologies and Applications》，申请并获授权发明专利 1 项；与化学与精细化工广东省实验室合作项目，成功开发纳米乳液公斤级生产装备，形成多项纳米级原料技术，申请并获授权发明专利 1 项，项目已顺利结题验收；与浙江工业大学合作项目，成功分离目标毛发蛋白，为蛋白修护新技术开发提供关键支撑；引进上海中医药大学科研团队，进一步加码中国成分、组学技术与洗护发融合研究。

### （4）知识产权保护

截至 2025 年 12 月 31 日，公司新增授权专利共 8 项，其中：发明专利 5 项，外观专利 3 项；公司及子公司新增商标 33 项，其中国内商标 25 项。截止到 2025 年 12 月 31 日现有的授权专利共 116 项，其中：发明专利 88 项，外观专利 27 项，实用新型专利 1 项；公司及子公司的商标总共 956 项，其中国内商标 896 项，国际商标 60 项。

报告期内，公司累计主导或参与制定国家标准 8 项（现行 4 项，起草中 3 项），轻工行业标准 5 项（现行 2 项，起草中 3 项），团体标准 61 项（现行 41 项，起草中 1 项），企业标准 5 项（现行 5 项）。

## 6、供应链管理

报告期内，供应链智造中心秉持绿色可持续发展战略，践行低碳理念，以“精益化、自动化、数字化、智能化、绿色低碳”为核心方向，锚定效率提升、质量保障、柔性化响应三大目标。

效率提升方面：数字协同，全域提效。公司依托成熟落地的信息化系统，打通计划、采购、生产、品控、仓储、物流全业务链条信息壁垒，建成统一运营管理平台，实现数据共享与关键环节无缝对接，跨部门协同效率显著提升，订单响应周期缩短、库存周转加快，整体运营效率得到提升。

质量保障方面：精益筑基，品质护航。公司结合数字化转型战略，在全部门深化推行 6S 管理（整理、整顿、清扫、清洁、素养、安全），构建全流程质量防线。通过常态化培训、现场巡检与闭环整改，作业环境持续优化，员工素养与安全意识显著增强。

柔性化响应方面：人才赋能，敏捷交付。公司全年持续精准引进精益化、自动化专业人才，充实团队核心力量，同时构建数字化人才实战培训体系，通过课程学习、项目实地演练，提升员工对自动化设备、数字化工具、AI 智能体的应用能力，打造适配数字化转型的人才梯队，有效提升供应链敏捷响应水平，助力公司抢抓细分市场机遇。

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

拉芳家化股份有限公司

2026 年 4 月 28 日