

# 上海家化2024年一季度业绩报告

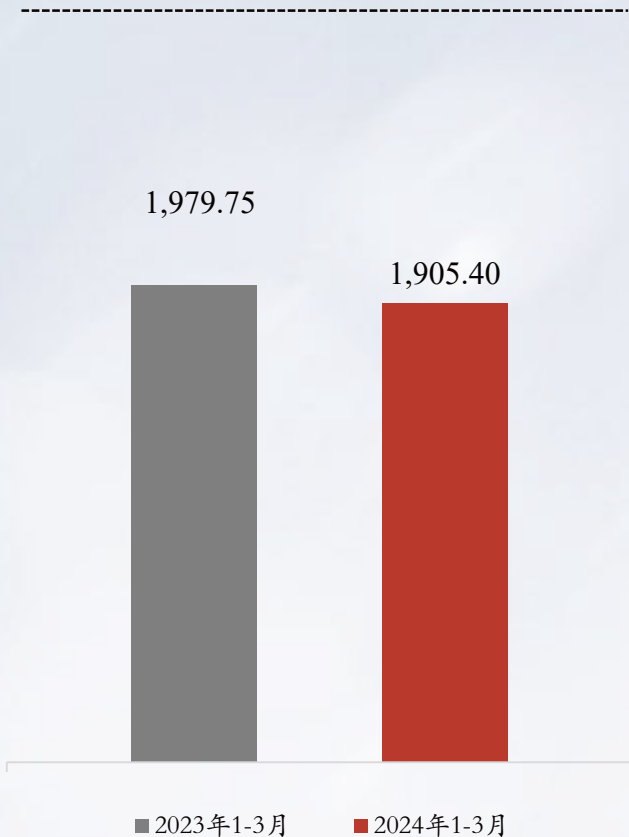
2024年4月

# 财务数据概览

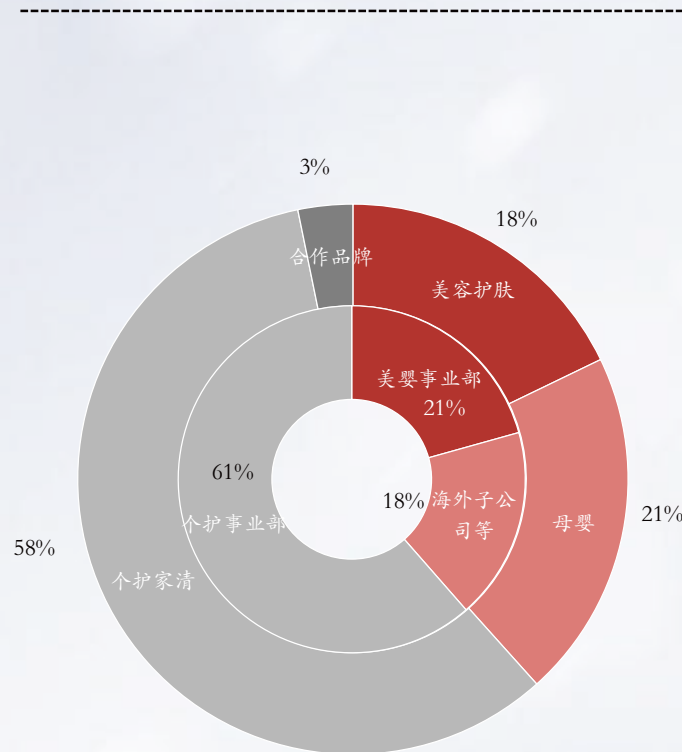
# 第一季度，公司实现19.05亿营业收入

单位：百万元

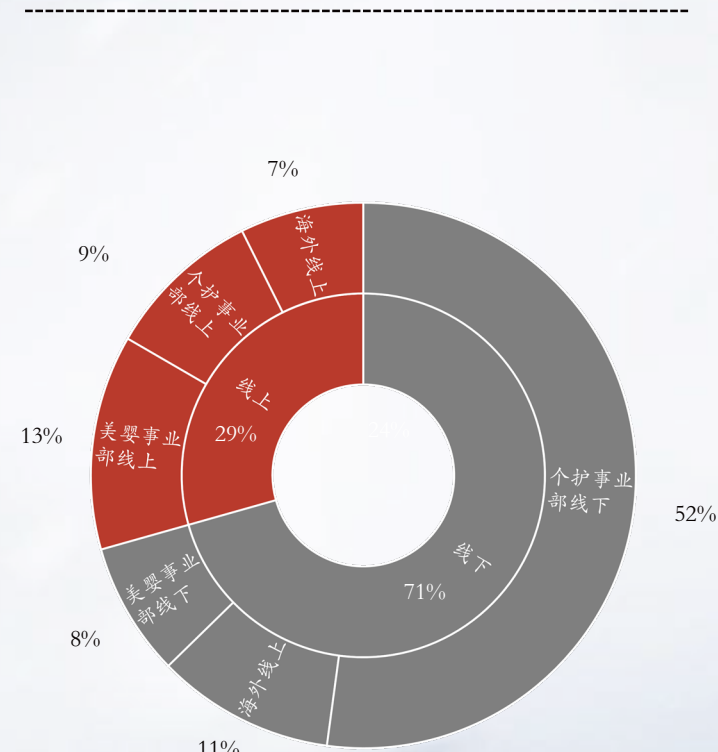
## 1-3月营业收入



## 1-3月收入来源：品类



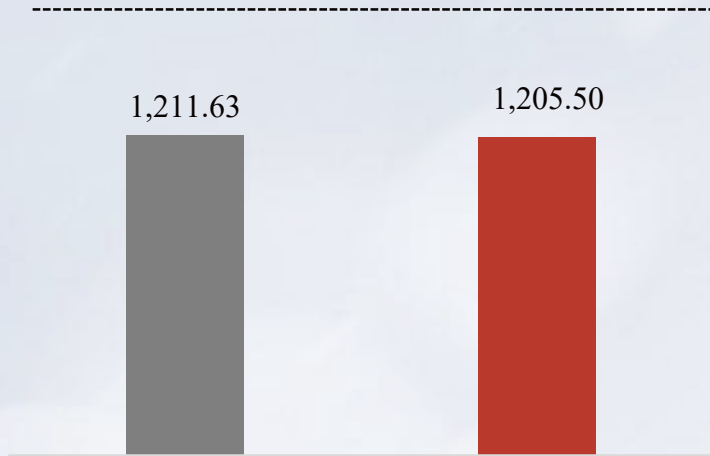
## 1-3月收入来源：渠道



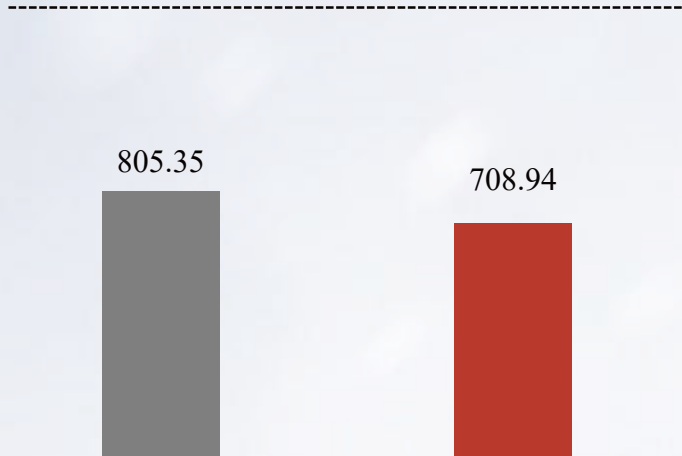
注：美容护肤品类，包括佰草集、玉泽、典萃、高夫、双妹；个护家清品类，包括六神、美加净、家安等；母婴品类，包括启初、汤美星；合作品牌，包括片仔癀、碧缦丝、芳芯。

# 毛利率持续提升，销售&管理费用及费率明显下降

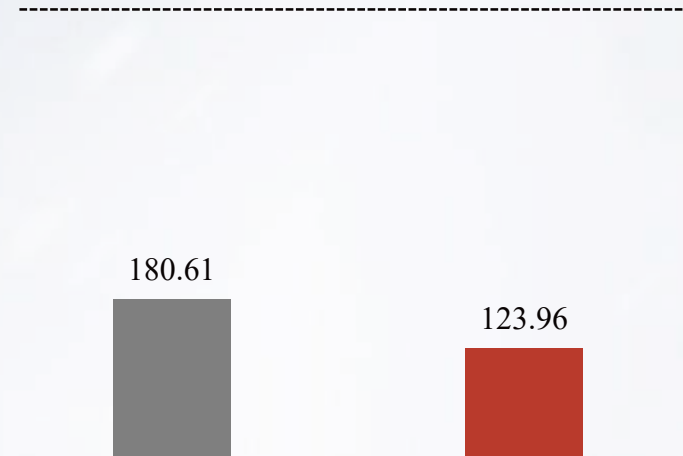
毛利额 (↓0.51%)



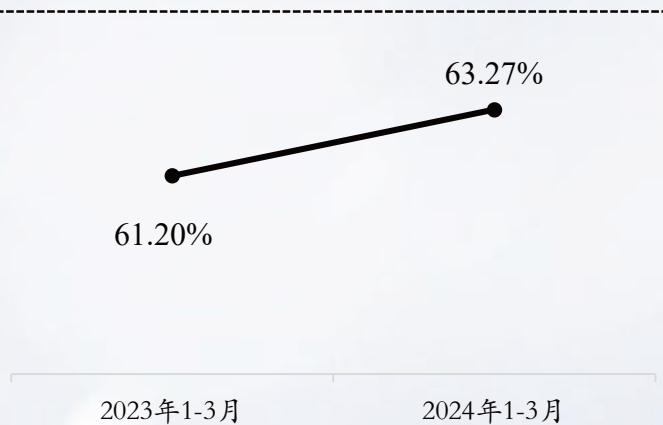
销售费用 (↓11.97%)



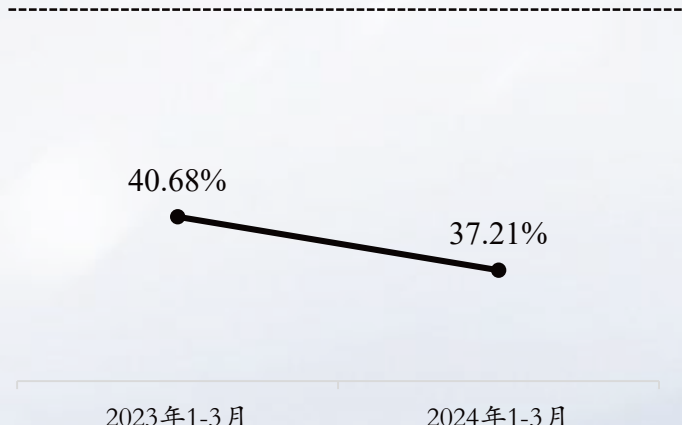
管理费用 (↓31.37%)



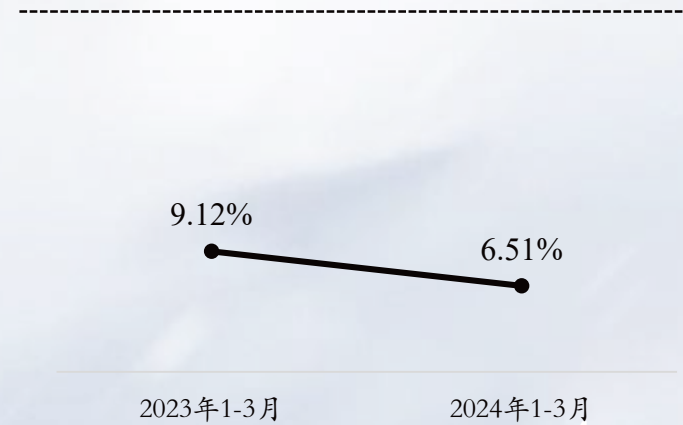
毛利率 (↑2.07个百分点)



销售费率 (↓3.47个百分点)

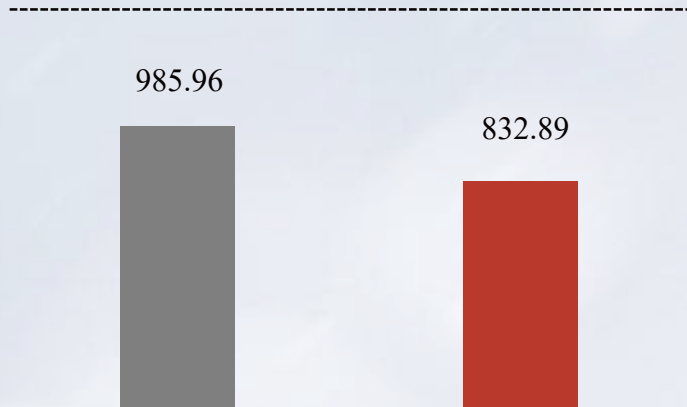


管理费率 (↓2.62个百分点)

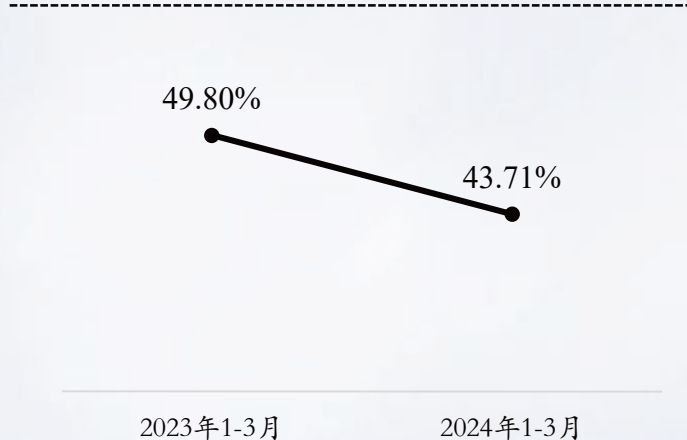


# 一季度净利润+11.18%，扣非净利润+29.17%

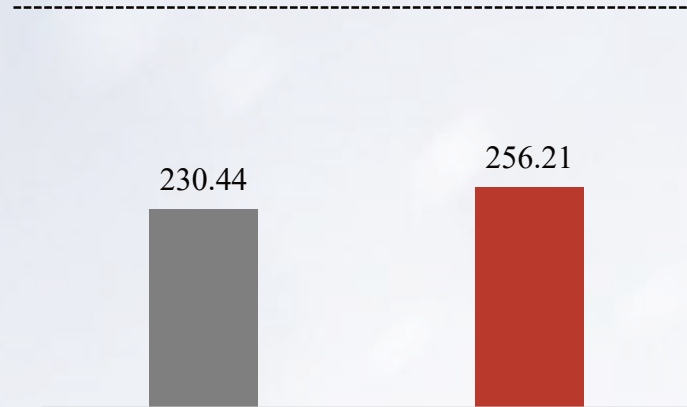
### 两项费用 (↓ 15.52%)



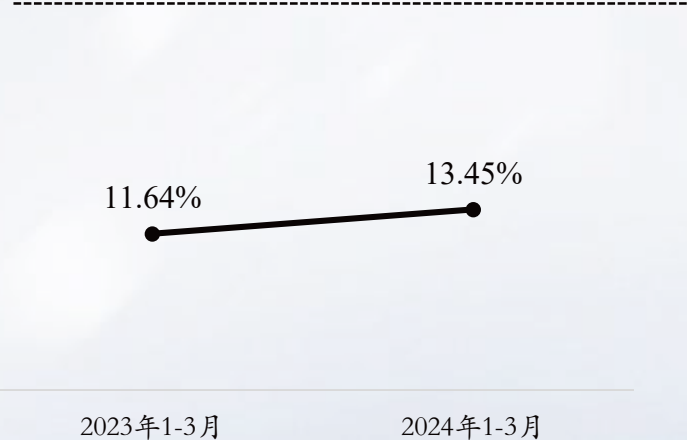
### 两项费率 (↓ 6.09个百分点)



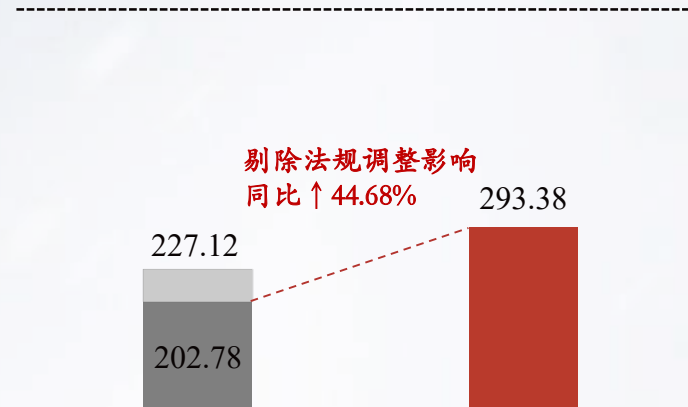
### 净利润 (↑ 11.18%)



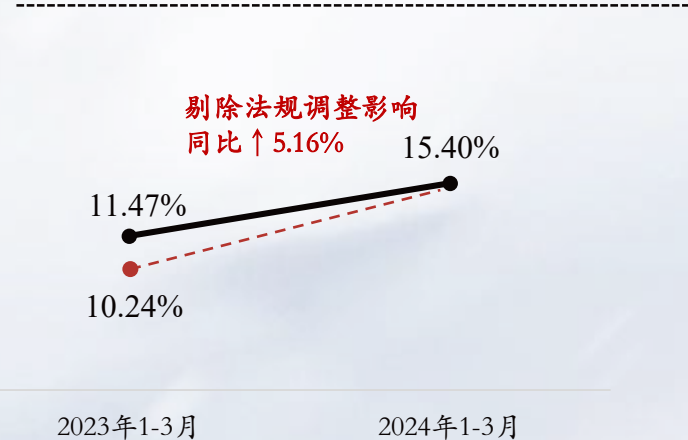
### 净利率 (↑ 1.81个百分点)



### 扣非净利润 (↑ 29.17%)



### 扣非净利率 (↑ 3.93个百分点)



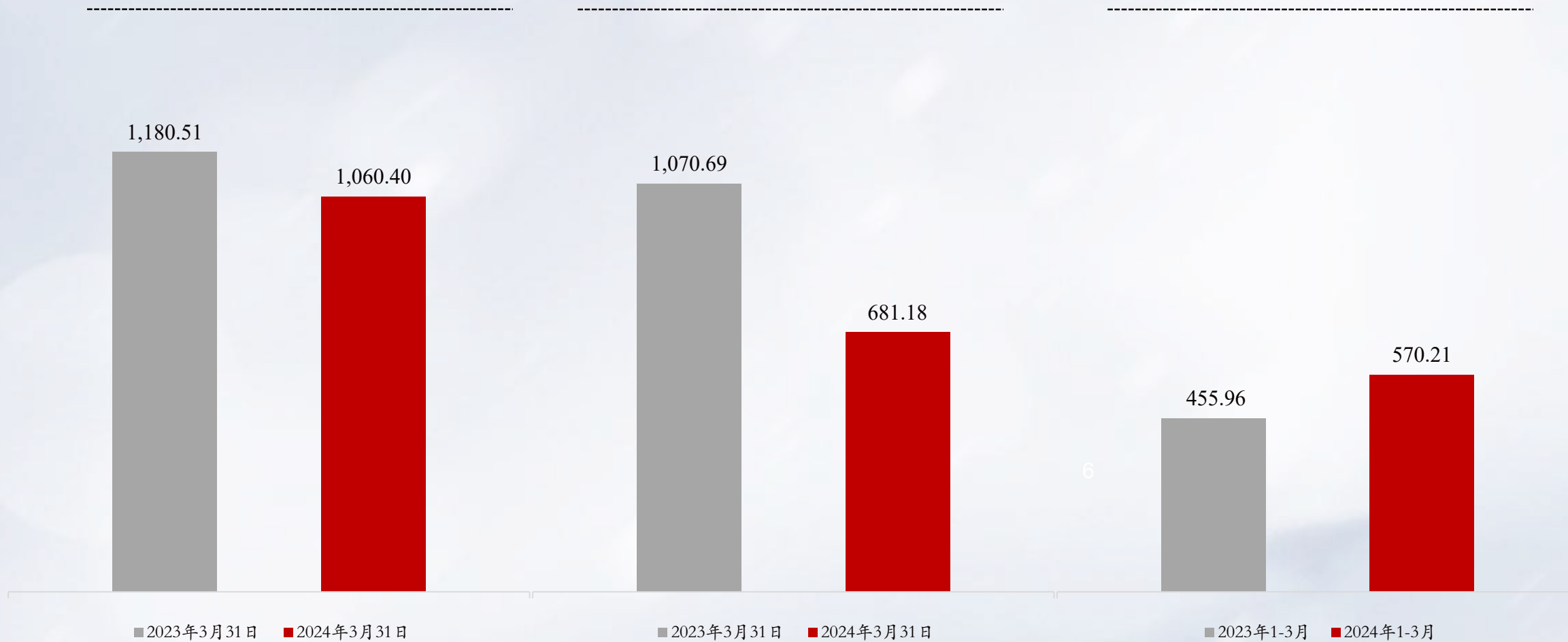
# 经营指标稳步向好

单位：百万元

应收 (↓ 10.17%)

存货 (↓ 36.38%)

经营性现金流 (↑ 25.06%)



# 经营情况

向高毛利、高增长迁移



## 毛利率提升

|         |           |
|---------|-----------|
| 美容护肤    | +1.99个百分点 |
| 个护家清    | +1.50个百分点 |
| 母婴（国内）  | +4.17个百分点 |
| 合资及代理品牌 | +4.15个百分点 |



# 持续品牌创新和产品创新



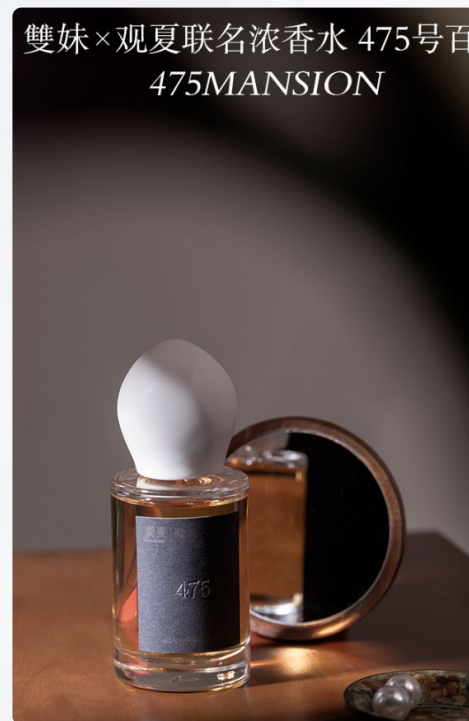
新品手枪泵驱蚊花露水上市  
当月销售27万瓶+



防晒小金瓶升级  
单品Q1全渠道+100%



趋势品布局  
夯实核心太极家族



复刻双妹百年前第一瓶香水  
入选天猫香水新品榜



纯物理防晒霜  
更稳定更安全的防晒剂  
位列全店TOP3链接



美加净  
maxam

## 品牌收入快速增长

电商渠道快速增长  
带动商超渠道同步快速增长

## 兴趣电商赋能全渠道

持续创新内容  
通过种草赋能品牌淘搜同比增长23%  
精准词酵米焕白同比增长29%

带动防晒小金瓶销售入榜  
抖音倍护防晒人气榜TOP1  
抖音倍护防晒乳好评榜TOP2

3.28品牌日《桃花源季》活动  
抖音旗舰TOP1店铺

# 匠心打造，致美升级

佰草集  
HERBORIST

高端  
抗老



六神®



知名品牌  
跨界合作

玉泽  
Dr.Yu

医用  
修护



SINCE 1898  
雙妹  
VIVE



玉容系列  
扩展

全新的组织架构提供支撑



Jahwa  
上海家化

百年匠心 尽善致美

DEDICATED TO BEAUTY

## 免责声明：

本材料由上海家化联合股份有限公司(以下简称“上海家化”)编制，以供上海家化路演之用。您系在愿意严格保密此等材料的基础上才获得并使用该等材料，不得将之或其所含内容或信息以任何形式或方式提供或披露给任何其他人士；且若您发现自己并非获得此等材料的适当人士时，应立即返还此等材料并及时删除除此等材料的任何副本。

本材料供作且仅供作您了解上海家化经营与财务状况的参考，不构成且不应被视为构成上海家化作出的任何邀请、招揽、要约、承诺、广告或对任何认购上海家化证券的建议或意见。本材料所含信息未经独立查证，且未来若有所调整，恕不另行通知。上海家化向您提供本材料该行为及本材料本身，对本材料所含信息之公平性、完整性或准确性以及其中任何假设的合理性，不包含且不得被视为包含任何形式明示或暗示的承诺或保证。

本材料可能包含前瞻性陈述。该等陈述建立在一定的假设基础之上。因相关假设的有效性受限于诸多因素、风险的制约，上海家化于本材料中前瞻的任何未来事实或趋势，其是否发生、何时发生、发生结果如何均具有不确定性，且最终结果可能与之存在严重偏差，甚至截然相悖。您不应过度依赖此等前瞻性陈述。