

上海家化2025年度业绩报告

2026年3月

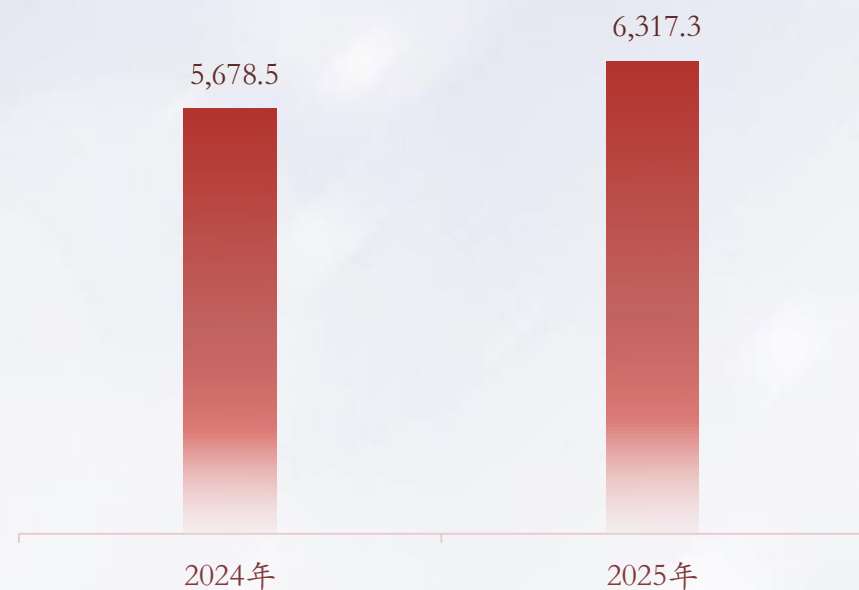
01

2025年年报财务数据概览

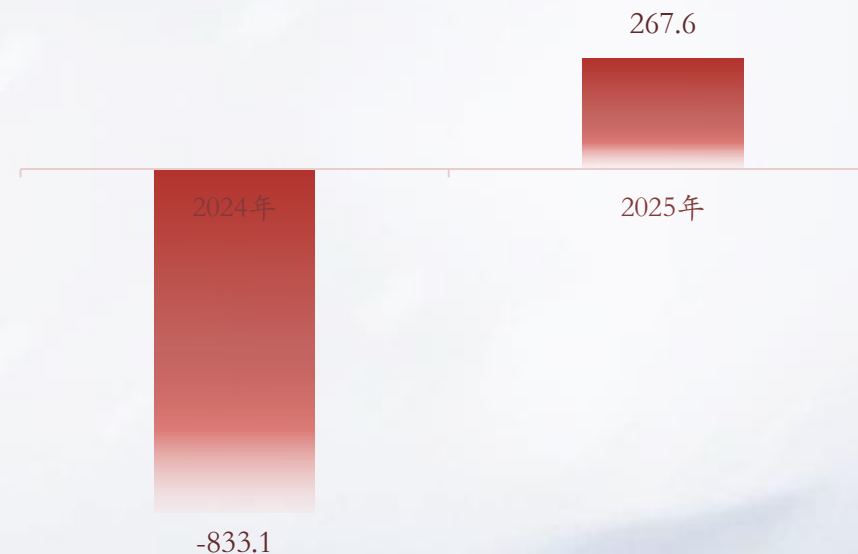
2025年，公司实现收入增长11.2%，利润扭亏为盈

单位：百万元

营业收入+11.2% ↑

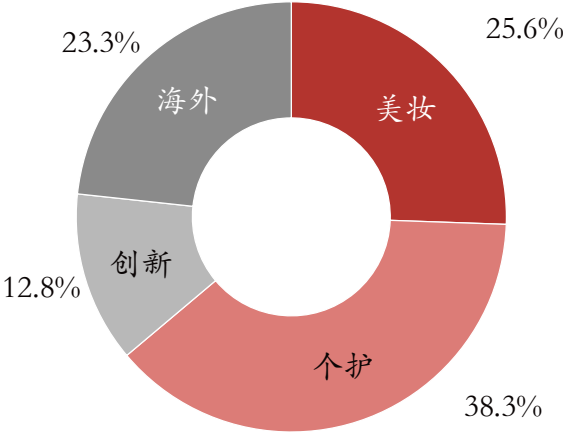


净利润扭亏为盈 ↑

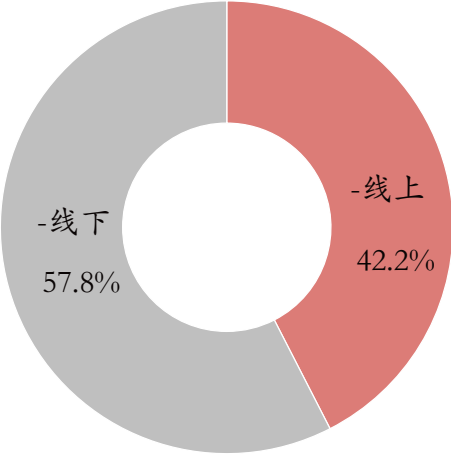


2025年，美妆业务全渠道收入同比增长53.7%，国内业务线上渠道收入同比增长36.9%

分品类¹主营业务收入



分渠道主营业务收入



公司整体线上渠道

同比+21.9%

其中
国内业务线上渠道

同比+36.9%

国内线上业务占比
+7.5个百分点

美妆业务全渠道



同比+53.7% 美妆业务占比+7.1个百分点

美妆业务线上渠道



同比+60.6%

个护业务线上渠道



同比+20.4%

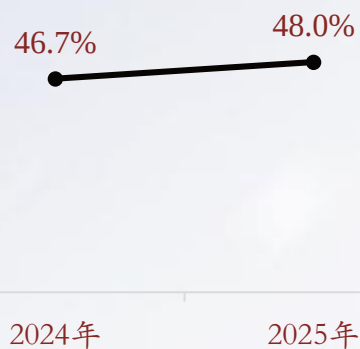
1、美妆品类，包括玉泽、佰草集、双妹、典萃品牌；个护品类，包括六神、美加净品牌；创新品类，包括启初、家安、高夫等品牌；海外包括汤美星品牌。

2025年公司毛利率提升、销售费率提升、管理费率下降、研发费率提升

毛利率+5.0个百分点 



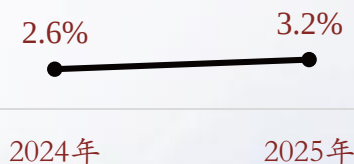
销售费率+1.3个百分点



管理费率-1.4个百分点 



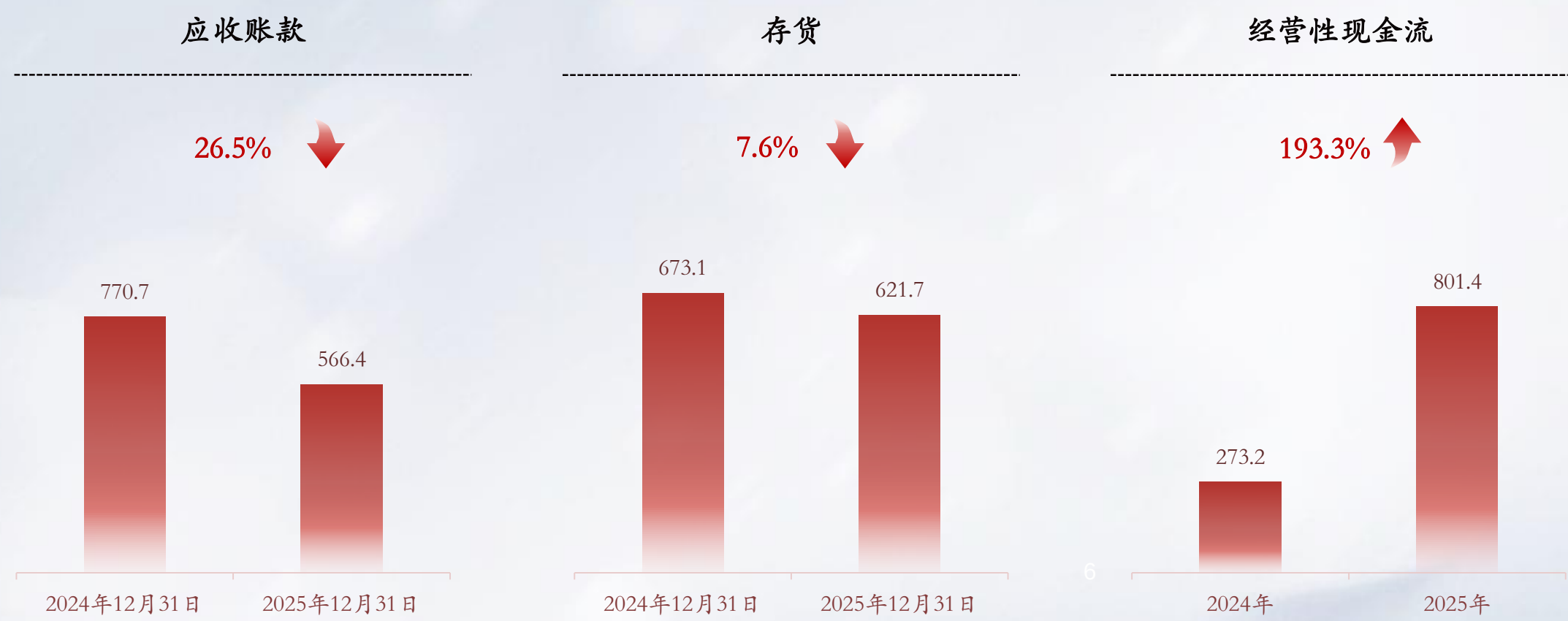
研发费率+0.6个百分点



销售费率提升原因主要有：①线上业务占比提升，渠道结构变动使销售费率提升；②战略性加大品牌投放。

经营质量显著改善，2025年经营性现金流净额达8亿元

单位：百万元



- 1、应收账款减少主要系①线上业务占比提升，C端应收账款期较短；②本年加强应收账款管理，降低应收周转天数，相应应收账款同比减少。
- 2、存货减少主要系①线上业务占比提升，库存周转加快；②公司建立品销长效管理机制，从产品ABC分类和生命周期管理入手，进行差异化库存配置，聚焦亿元单品同时加大风险库存清理力度，整合资源形成库存的良性循环。
- 3、经营性现金流提升主要系本年收入上升，相应销售收现扣除采购及服务付现后的净额同比增加。

02

2025年经营情况

聚焦核心品牌，细分品类赛道上实现突破，亿元单品俱乐部正式成立



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

佰草集大白泥



GMV同比增长587%

经典"新七白"配方，现代低温萃取技术，100+项安全检测

天猫金妆奖"年度最佳美白面膜"

玉泽干敏霜



GMV同比增长88%

专利PBS技术和专研青蒿提取物，0香精、0色素、0防腐剂，快速修干痒红

美国设计缪斯奖

六神随身蛋



GMV同比增长205%

硬核科技+年轻化设计，20%羟哌酯配方有效驱蚊时长达8.2小时

宝藏新品期间小红书驱蚊品类搜索NO.1

1、玉泽干敏霜、六神随身蛋GMV同比增长数据含较去年一代面霜、一代驱蚊蛋数据

聚焦品牌建设，加大品牌投放

玉泽
Dr. Yu



玉泽第二代修护面霜新品发布



玉泽主办第五届全国皮肤屏障
专业峰会（CDA）



六神[®]



六神新品发布会，聚焦“专业驱蚊
科技”与“年轻化形象重塑”



驱蚊蛋、沐浴露梯媒投放
全年累计曝光225亿+



佰草集
HERBORIST



佰草集“以中国方养中国
白”瓷韵之夜



佰草集“豫见佰草，根源养美
之夜”品牌上市活动



聚焦品牌建设，全面升级品牌定位与市场策略

佰草集：品牌重塑，强势复苏

线上渠道爆发

“白泥”搜索同比+473%
带动品牌搜索同比增长

猫抖旗舰店招新客数
同比去年**接近翻倍**

小红书种草曝光量
3000万+

抖音达播曝光量
8000万+

线下渠道优化

可比门店销售同比
+8%

百货库存周转
<90天

搭载品牌全新视觉
门店焕新

线下主题活动
2400+人参与

玉泽：医研共创，专业领跑

★ 专业力夯实

创新性应用青蒿提取物



🌸 传播度提升

国民级流量代言



⚙️ 产品矩阵完善

丰富SKU、培育第二梯队产品

💧 价盘管控

平销价盘稳定，大促均价提升

六神：年轻化突破，品类拓展

年轻化渗透

👥 18-30岁人群喜好度显著增长¹

★ 紧跟代言人热剧创意投放，
曝光7.5亿次

📢 线下入驻胖东来、KKV、潮流百货等潮人聚集地



代言人直播

品类拓展



180天复购
率较老品
明显提升

🍄 全新佰草美学：视觉体系升级



🌸 打造中式根源养白理念



🍵 修源系列上市

精华油国标制定和极致匠心



👑 紫御龄系列

系列销售破亿



聚焦线上，电商组织设计和能力建设成效显著



国内主营业务收入中，线上渠道占比44.4%

同比提升+7.5个百分点

自播间建设

玉泽
Dr.Yu

抖音自播GMV同比 +130.8%

佰草集
HERBORIST

抖音自播GMV同比 +249.9%

六神®

抖音自播GMV同比 +91.2%

达播促声量



2B运营能力提升

通过精细化运营
合理布局货盘价盘

销售额同比增长
30%+



.....

聚焦效率，驱动供应链降本、产能提效与品效优化

内移外接 产能利用率提升

- ✓ 部分产品从外协转为内产，提升工厂产能利用率
- ✓ 探索ODM生意模式，优化生产资源配置
- ✓ 强化内部生产能力，提升供应链自主可控能力

聚焦品类 品效提升

- ✓ 精简SKU，聚焦核心品类和优势产品
- ✓ 定期更新风险库存清单，打通风险库存清理通道
- ✓ 推进高风险原料与长尾原料替换淘汰，精简原料数量

成本控制 全链路降本

物流降本

工厂直发等措施优化物流网络

1.26 pt 物流费率下降

库存降本

国内库存周转天数下降

10 天

采购降本

包材优化、工艺改进，降低采购成本

加大研发投入，强化研发创新，构建技术护城河

2025年研发投入同比+29.1%



合成生物战略布局

2025年3月，上海家化创新中心-合成生物揭幕，融合中医中草药研究优势与合成生物学技术



新原料创新

2025年完成3款新原料备案：

- 环二肽-1（备案号20250063）
- 紫萁酮（备案号20250147）
- 醋醅醅卤提取物（备案号20250091）



新设备研发



AGEScan Lite

自主开发国内首创皮肤糖化水平测试仪



医研共创，筑牢临床实证壁垒

- ✓ 深化与瑞金医院"医研共创"合作
- ✓ 与多家三甲医院开展基础研究、原料筛选、临床应用合作
- ✓ 参与中华医学会第三十次皮肤性病学学术年会等行业盛会
- ✓ 结合临床案例输出护肤品临床应用解决方案

线下渠道：经销商渠道多元拓展，KA渠道优化

01 成长中客户突破

分销网点数新增 **+11万家**

即时零售拓展

闪电仓 **+5000仓店** 零食折扣 **+5000门店**

垂类门店突破

药房 CS渠道

线上线下融合

新零售加速×闪电仓拓展×间接覆盖B2B × O2O多维联动



02 从“卖进”到“卖进+卖出”

万店万堆



逢六必爽

执行门店数量 **600+**



03 KA渠道业务健康度改善

货盘优化，适配渠道需求

↓ 退货金额下降

渠道应收账款周转天数下降

形成可复制SOP，为26年提供运营抓手

2026年经营规划

收入继续保持双位数增长

2026

2026年，四个聚焦进一步深化

聚焦核心品牌



聚焦 细分赛道 + 亿元单品

聚焦品牌建设



聚焦 产品迭代 + 内容能力

聚焦线上



聚焦 品价管控 + 渠道效率

聚焦效率



聚焦 品效管理 + 人效提升



Jahwa
上海家化

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。