

■ 2020年5月28日 星期四

证券代码:603630

证券简称:拉芳家化

公告编号:2020-038

拉芳家化股份有限公司关于回复上海证券交易所2019年度报告问询函的公告

本公司董事会及全体董事保证本公司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。

拉芳家化股份有限公司（以下简称“公司”）于2020年5月20日收到上海证券交易所（以下简称“上交所”）下发的《关于拉芳家化股份有限公司2019年度报告的信函》（以下简称“信函”），要求公司对2019年度报告的相关问题作补充披露。公司根据上交所的要求，就有关问题回答并公告如下：

一、关于生产经营情况

同2019年年报显示，2019年公司实现营业收入6.65亿元，同比增长0.07%，净利润0.5亿元，同比下降60.97%；扣除非经常性损益0.32亿元，同比下降70.28%。请公司：(1)结合相关行业政策环境、市场价格情况以及同行业可比上市公司情况，分析上市后业绩下滑的原因；(2)说明是否存在业绩持续下滑的趋势及拟采取的应对措施。

【公司回答】

(1)结合相关行业政策环境、市场价格情况以及同行业可比上市公司情况，分析上市后业绩下滑的原因

1.公司上市后业绩下滑主要原因系销售渠道变化和市场竞争加剧，具体分析如下：

(1)公司主营产品主要销售渠道定位在三四线城市及乡镇市场，产品价格较低，且名臣健康的产品销售主要依赖毛利率较低的经销商渠道，名臣健康近三年毛利率策略有提升，变动幅度较小。

综上，近三年行业毛利率相对稳定，公司2019年毛利率变动主要是受公司经销商渠道折价支持政策的影响。

同2019年年报显示，公司2019年经营活动现金流量净额1.37亿元，同比增长46.73%。其中，营业收入、营业成本、销售费用、财务费用、经营活动现金流量净额均有所下降，而所得税费用、投资收益、公允价值变动收益、处置子公司等项目有所增加。

(2)公司所处行业竞争对手不断下沉渗透，行业外有竞争者投资进入，市场竞争加剧，包括新品牌快速扩张，市场竞争带来的销售单价下滑趋势。

为提高产品市场份额占有率和开拓新的线上线下市场，公司采取了主动让利、开发新品、代理海外优质护肤品的经营策略，受前述因素综合影响，公司上市后业绩下滑。

上市后，公司主要经营情况如下：

单位:万元

项目	2019年度	2019年度	2017年度
营业收入	96,489.07	96,413.04	98,112.32
营业成本	43,130.20	39,141.66	39,196.44
期间费用	41,432.55	36,706.33	37,162.03
管理费用	4,324.26	5,098.37	7,063.27
研发费用	3,826.30	3,442.22	-
财务费用	-1,829.67	-1,465.04	-1,210.33
资产减值损失	2,370.76	972.39	329.29
净利润	5,043.00	12,821.71	13,304.06
非经常性损益后的净利润	3,217.03	10,826.04	12,290.30
合计	19,351.39	30,344.44	22,598.71
	41,897.71	41,897.71	-3,247.32
			-11,542.72

从上表可知，公司上市后，主要财务指标基本保持稳定，2019年度毛利下降、销售费用增多且资产减值损失增加，导致公司净利润下降。

公司主要产品的销售状况如下：

单位:万元

项目	2019年度	2018年度	2017年度
销售收入	36,974,106.70	36,566,900.63	34,784,729.25
营业收入	360,649,439.01	365,161,478.75	361,983,868.14
销售费用	21,053	24,243	25,077
毛利率 (%)	46.03%	46.03%	46.03%

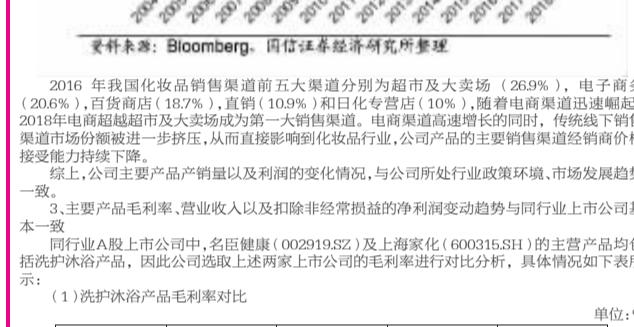
从上表可知，公司主要产品洗发水、沐浴露、护肤类的销量上市后短暂的下滑后呈现稳定增长，但产品销售价格持续下降，导致2019年毛利下降幅度相对较小。

2.公司主要产品所处行业政策环境、市场价格情况

2004年以来，化妆品销售量占比变化具体情况如下：

我国化妆品渠道占比变化

单位:亿元



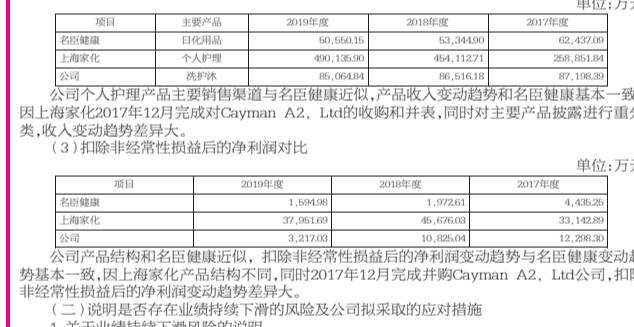
从上表可知，公司主要产品洗发水、沐浴露、护肤类的销量上市后短暂的下滑后呈现稳定增长，但产品销售价格持续下降，导致2019年毛利下降幅度相对较小。

2.公司主要产品所处行业政策环境、市场价格情况

2004年以来，化妆品销售量占比变化具体情况如下：

我国化妆品渠道占比变化

单位:亿元



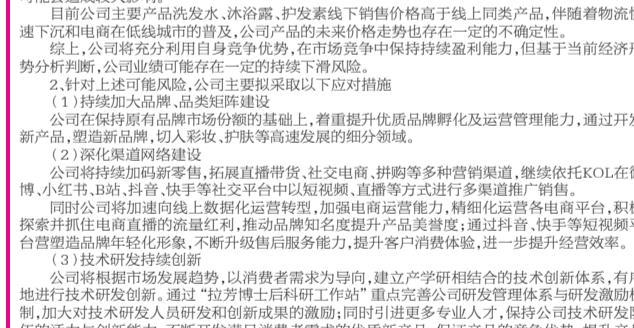
从上表可知，公司主要产品洗发水、沐浴露、护肤类的销量上市后短暂的下滑后呈现稳定增长，但产品销售价格持续下降，导致2019年毛利下降幅度相对较小。

2.公司主要产品所处行业政策环境、市场价格情况

2004年以来，化妆品销售量占比变化具体情况如下：

我国化妆品渠道占比变化

单位:亿元



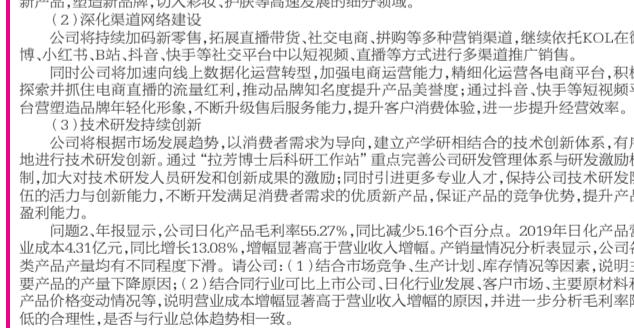
从上表可知，公司主要产品洗发水、沐浴露、护肤类的销量上市后短暂的下滑后呈现稳定增长，但产品销售价格持续下降，导致2019年毛利下降幅度相对较小。

2.公司主要产品所处行业政策环境、市场价格情况

2004年以来，化妆品销售量占比变化具体情况如下：

我国化妆品渠道占比变化

单位:亿元



从上表可知，公司主要产品洗发水、沐浴露、护肤类的销量上市后短暂的下滑后呈现稳定增长，但产品销售价格持续下降，导致2019年毛利下降幅度相对较小。

2.公司主要产品所处行业政策环境、市场价格情况

2004年以来，化妆品销售量占比变化具体情况如下：

我国化妆品渠道占比变化

单位:亿元

