

珀莱雅化妆品股份有限公司

投资者交流会会议纪要

一、会议召开情况

- 1、**时间：**2021年6月29日 14:00-16:15
- 2、**地点：**杭州市西湖区西溪路588号珀莱雅大厦
- 3、**公司参会人员：**董事会秘书张叶峰女士
- 4、**主要参会机构：**
详细参会机构清单请参见“附件1：参会机构清单”

二、会议纪要

（一）董秘介绍行业和公司情况

1、行业分析

根据国家统计局数据，2020年限额以上的化妆品零售额为3,400亿元，疫情影响下同比增长9.5%；2021年1-5月，限额以上的化妆品零售额为1,539亿元，同比增长30.3%。

2、公司近三年经营同比

公司主营业务收入2020年同比增长20.26%，2019年同比增长32.11%，2018年同比增长32.41%。

2020年归母净利润同比增长21.22%，2019年同比增长36.73%，2018年同比增长43.03%。

2020年归母扣非净利润同比增长21.69%，2019年同比增长39.07%，2018年同比增长50.03%。

3、2020年营收拆分

营收按渠道拆分，2020年线上占比70.01%，同比增长58.59%，线下占比29.99%，同比增长-23.12%。

营收按品牌拆分，2020主品牌珀莱雅占比79.66%，同比增长12.43%，其它品牌占比14.82%，同比增长75.08%，跨境品牌代理占比5.52%，同比增长44.09%。

营收按品类拆分，2020年护肤类（含洁肤）占比86.50%，同比增长

11. 38%，美容彩妆类占比 12. 41%，同比增长 181. 91%。

4、公司情况

介绍了公司发展历程、主要业务、2021 年经营计划、公司发展战略、核心竞争力等情况。

(二) 董秘回答投资者问题

1、抖音跟天猫各方面的区别？

答：针对主品牌珀莱雅，天猫和抖音的客群重合度不高。抖音和天猫的主推产品方向不一样。抖音以直播为主，退货率高于天猫。因公司广告投放宣传包括品牌方面和销售方面，抖音和天猫的净利率无法直接区分。抖音自播与达人播占比约为 1:1。

2、公司在抖音的竞争力如何？

答：公司各品牌进驻抖音平台较早，护肤品类在抖音直播销售排名靠前。

3、公司大单品策略？

答：公司大单品主要为精华、眼霜、面霜等品类，包括红宝石精华、双抗精华、双抗眼霜、彩棠高光修容盘等。公司根据消费者的实际需求，每年对原料、包材等各方面进行迭代升级，并针对已有大单品进行品类延展，提升品牌力，提高毛利率。

4、珀莱雅品牌复购情况？

答：天猫旗舰店复购率 25%，复购率逐步上升。

5、彩棠是否进入合并报表？下半年是否有推新计划？

答：公司控股，已并表。彩棠上半年已推出妆前乳、蜜粉等新品，下半年将继续推出新品。

6、珀莱雅、彩棠等品牌的规划是什么？

答：珀莱雅品牌：策划、打造并储备多款大单品新品。尝试 300 元以上主推单品，单价逐渐升级。彩棠等品牌：策划、打造多款大单品、爆品。

7、跨境电商代理业务的考量？

答：跨境电商代理营收占比为个位数。公司尝试该业务主要为了打造自己的跨境运营团队，熟悉境外品牌的运营策略和方法，同时希望与跨境品牌开展更深入的合作。

8、公司成立不同电商事业部的原因？

答：成熟电商、新锐电商、跨境电商，对运营团队的经验要求不同，成立

不同的事业部，可充分发挥不同团队的优势，提高运营效率。

9、医美是否会对化妆品行业造成冲击？

答：目前来看不会造成冲击。

珀莱雅化妆品股份有限公司

二〇二一年六月三十日

附件 1：参会机构清单

摩根大通	交银施罗德基金	东方资管	国寿养老
广发证券	建信养老基金	建信保险资管	百年人寿
浙商证券	民生加银基金	中食科创资管	宽合投资
国金证券	申万菱信	百年保险资管	沁源投资
天风证券	浙商基金	工银安盛人寿资管	君禾投资
西部证券	财通基金	沅杨资管	泉上投资
兴业证券	湘财基金	泰旻资管	禾其投资
国元证券	德邦基金	逐流资管	同犇投资
开源证券	国金基金	巽升资产	丹羿投资
方正证券	鹏扬基金	相生资产	旭兴投资
德邦证券	国海基金	复胜资产	贝乐昇投资
爱建证券	海富通基金	观和资产	八尺龙投资
中银国际证券	弘毅远方基金	君和资本	山金金泉投资