公司代码：600315　　公司简称：上海家化

上海家化联合股份有限公司 2022 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 网站仔细阅读年度报告全文。

2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

3 公司全体董事出席董事会会议。

4 普华永道中天会计师事务所(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。

5 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

以公告实施权益分派股权登记日登记的总股本扣除公司回购专用证券账户持有的股票数量为基数，向股权登记日在册全体股东每 10 股派发 2.10 元现金红利(含税)。

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	上海家化	600315	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	韩敏	陆地
办公地址	上海市虹口区东长治路 399 号双狮汇 A 座 11F	上海市虹口区东长治路 399 号双狮汇 A 座 11F
电话	021-35907000	021-35907666
电子信箱	ir@jahwa.com.cn	ir@jahwa.com.cn

2 报告期公司主要业务简介

根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》，公司所属行业为化学原料和化学制品制造业(分类代码：C26)。根据国家统计局统计，2022 年社会消费品零售总额同比下降 0.2%，化妆品同比下降 4.5%(限额以上单位商品零售)。

公司主要从事护肤、个护家清、母婴产品的研发、生产和销售，主要品牌包括佰草集、玉泽、高夫、美加净、典萃、双妹、启初、汤美星、六神、家安等，以及合作品牌包括片仔癀(口腔护理)、艾禾美、芳芯、碧缇丝。公司具有差异化的品牌资产、采用线上与线下相结合的销售模式，持续不断地为消费者带来更好的产品与服务。

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

	2022 年	2021 年	本年比上年增减(%)	2020 年
总资产	12,269,485,812.97	12,145,511,722.07	1.02	11,295,320,619.07
归属于上市公司股东的净资产	7,249,484,579.10	6,963,277,401.62	4.11	6,499,224,054.26
营业收入	7,106,312,871.72	7,646,123,006.52	-7.06	7,032,385,622.18
归属于上市公司股东的净利润	472,039,277.83	649,251,942.17	-27.29	430,201,656.84
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	540,687,790.98	675,927,272.20	-20.01	395,827,946.30
经营活动产生的现金流量净额	664,892,976.22	993,099,757.50	-33.05	643,434,435.10
加权平均净资产收益率(%)	6.64	9.63	减少 2.99 个百分点	6.73
基本每股收益(元/股)	0.70	0.97	-27.84	0.64
稀释每股收益(元/股)	0.70	0.96	-27.08	0.64

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	2,117,179,202.21	1,597,595,786.60	1,639,189,072.28	1,752,348,810.63
归属于上市公司股东的净利润	199,365,283.34	-41,693,141.70	155,541,575.24	158,825,560.95
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	212,114,925.80	-11,403,704.35	167,715,008.79	172,261,560.74
经营活动产生的现金流量净额	549,512,998.54	-114,472,145.88	323,295,825.08	-93,443,701.52

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

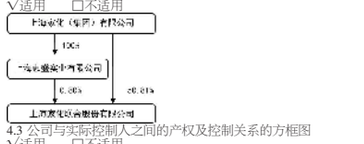
4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数(户)						45,017	
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)						42,897	
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 10 名股东持股情况							
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	
上海家化(集团)有限公司	0	344,927,001	50.81	0	无		境内非国有法人
上海久事(集团)有限公司	-530,100	26,357,400	3.88	0	无		国有法人
全国社保基金一一七组合	7,686,549	15,586,281	2.30	0	无		其他
中国光大银行股份有限公司-兴全商业模式优选混合型证券投资基金(LOF)	-10,341,282	6,673,937	0.98	0	无		其他
兴业银行股份有限公司-兴全新视野灵活配置定期开放混合型证券投资基金(LOF)	-2,432,298	6,633,011	0.98	0	无		其他
招商银行股份有限公司-兴全合润混合型证券投资基金	-7,194,415	6,475,439	0.95	0	无		其他
上海惠盛实业有限公司	0	5,416,577	0.80	0	无		境内非国有法人
招商银行股份有限公司-兴全合宜灵活配置混合型证券投资基金(LOF)	-6,211,064	4,758,452	0.70	0	无		其他
彭奕	4,402,198	4,402,198	0.65	0	无		境内自然人
中信保诚人寿保险有限公司-传统账户	4,180,581	4,180,581	0.62	0	无		其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	上海家化(集团)有限公司、上海惠盛实业有限公司同受中国平安保险(集团)股份有限公司控制；兴全商业模式优选混合型证券投资基金(LOF)、兴全新视野灵活配置定期开放混合型发起式证券投资基金、兴全合润混合型证券投资基金、兴全合宜灵活配置混合型证券投资基金(LOF)的管理人同为兴证全球基金管理有限公司。公司未知其他关联关系或一致行动关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

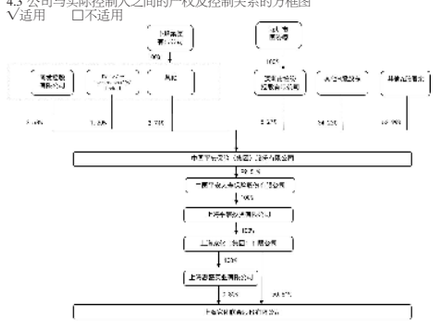
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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

第二节 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。

2022 年，公司面临外部环境的压力，特别是二季度工厂及物流基地停摆，在需求端、在生产、物流等供给端受到不稳定因素的影响；叠加部分合作超头停播、大股东改革带来的线上销售压力，经营面临困难和挑战；但公司仍然保持了战略定力，放眼长远，在品牌、渠道、文化、系统与流程、数字化等方面持续优化，为未来可持续发展奠定了扎实基础。公司也将一如既往持续努力为消费者、员工、股东和社会创造价值。

党的二十大报告将“制造强国”、“质量强国”列为国家战略，凸显了制造业的转型升级在国家科技创新和经济发展中的重要地位，“推动制造业高端化、智能化、绿色化发展”。上海家化作为中国美妆日化行业领导者，紧抓行业高端化趋势，推出了更具科技感的新品，探索智能化美容仪器和设备。在未来，公司将持续秉承以消费者为中心，把中国美带给全世界，公司也将持续践行 ESG 可持续发展理念，因美而生、向善而行，坚持高质量发展。

品牌创新

报告期内，上海家化坚持以消费者为中心，持续加强品牌创新和产品创新。

1、产品创新

公司持续探索数字化赋能的方式实现消费者洞察，依托全流程的项目管理和整链式研发模式，从基础研究、应用创新以及产品价值塑造三个维度实现科技赋能，用匠心打造致美的产品和服务。

截至 2022 年，上海家化共获得 427 项授权有效专利，其中国家发明专利 96 项，涉外专利授权 22 项，拓展了全球化技术的领先布局。2022 年上海家化共提交 99 项专利申请，其中国内发明专利申请 43 项，PCT11 项，实用新型 4 项，外观设计 40 项，海外外观设计 1 项。公司 2022 年专利申请数比 2019 年和 2020 年基本翻倍。

截至 2022 年上海家化共参与制/修订标准累计 95 项，国/行标准 32 项，地方/团体标准 63 项，保持了行业内标准的影响力。2022 全年新参与 3 项国/行标，29 项团标的制/修订或发布，涉及功效检测、安全评估、原料和/或成品检测、数字化转型等，体现了民族标杆企业的专业形象，保持了法规和标准的影响力。

(1)基础研究

继续围绕医研共创、中医中草药、细胞生物、安全和功效评估设备、功效筛选、包装设计以及 AI 定制化、美容仪器八大基础平台，打造技术壁垒，通过产学研医的外部开放合作平台的打造加速技术转化；不断深入推进，从机理研究、靶向成分、合作转化再到功效验证，全链路加速基础研究及落地；同时布局美妆科技，更智能、更年轻、更时尚的产品语言更好地与消费者沟通。

医研共创

上海家化与上海交通大学医学院附属瑞金医院的“医研共创”模式已进入第 19 年，玉泽品牌在“皮肤屏障修护”身体乳和精华乳等的基础上，持续不断地优化升级其 PBS 核心成分。基于皮肤代谢组学、皮肤免疫学及皮肤神经美容学等多个屏障领域的研究，进一步扩展和优化油脂组成和配比，以满足敏感肌肤人群更细分化、场景化的功效诉求。

公司与首都医科大学附属北京儿童医院马琳主任团队开展合作，共同研究发现 2 款活性物，能有效缓解和改善儿童周期性干痒红等症状，并联合研发推出启初婴儿多维舒缓常护霜和特护霜。

公司也继续深化与华山医院、上海皮肤病医院等多家医院在不同产品上的合作，争取在医研合作研究转化方面不断取得突破。

中医中草药

公司通过与国内多个顶级中草药研究院所合作，开展中国特色植物的成分靶点和功效的相关研究，借助网络药理学，实现从成分到机理的精准靶向，不断增强消费者对中医药美容的现代理解。公司与百年国货企业恒顺醋业强强联手，共建“家化-恒顺美容发酵研究平台”，联合推出首个独家发酵核心专利成分——“V 酵元”，并作为核心成分应用于启初特护霜。

细胞生物

公司和国内高校院所合作研究，洞察敏感肌人群痛点和需求，紧跟“天然活性物-受体活性调节”神经美容学新进展，钻研敏感肌多维协同修护解决方案，专研高功效的细胞通道天然抑制小分子、生物活性肽等，建立敏肌人群肌肤问题一站式解决方案的技术护城河，赋能在敏感肌赛道上的领跑实力。

安全和功效评估设备

基于皮肤表面 AGEs 水平与皮肤衰老的研究成果，公司成功开发可实时检测皮肤表面 AGEs 水平的荧光扫描探针技术，并推出行业内领先精确至微克的高精度多组分和小型化单组份设备及其软件设计。

同时，借鉴层析成像在医学检测领域的应用开发的 3D 皮肤断层成像扫描仪，聚焦于拓展功效检测技术领域，实现对在体皮肤的 3D、实时、非接触、可视化的成像扫描和三维重建，可反应结构形态变化、损伤量化等多方面指标，同时实现产品功效和安全双链路研究。

包装设计

通过结合国际化高端产品趋势分析和中国美学文化的系统研究，产出美妆品牌的高端化产品的设计开发成果。同时运用 WGSN 的在线时尚、潮流预测和趋势分析，聚焦 00 后消费者审美洞察，指导创意设计共创工作坊和创意年轻化设计作品。

AI 定制化和美容仪器平台

首次融合国内领先的 AI 算法能力与国人肤质体质研发理念，结合中西科技理念，公司和国内顶尖人工智能公司合作，推出一款业内领先的基于千万人脸数据的 AI 智能肌肤检测系统，并成功在上海家化私域试点应用，帮助消费者进行肌肤检测并推荐适合的美妆产品。

此外，公司开发了胶囊射频仪，是在智能护肤领域进行的一次大胆尝试，为护肤品呈现一种新的智能化包装和体验形态，既是承载传统膏霜的形态功效，也是具备电子功能的护肤设备，通过精准温控技术，多级射频以及 EMS 微电流，搭配专属的功效护肤品，可以协同加乘功效。

(2)应用创新

科技赋能新品，依托产业链上下游的优势结合现代科学技术手段，从原料、配方、工艺、包装进行一系列的创新。

1. 上市玉泽清爽倍护防晒乳：国内领先大分子防晒科技技术，温和低渗不刺激，10 小时超长防晒。使用的防晒剂的整体分子结构的优势也保证了其低渗透性和高安全性，既保证了稳定的防护功效，又保证了对人体和环境的友好，是一款绿色、安全、稳定的防晒产品。

2. 上市启初多维舒缓常护/特护霜：采用双重膜分离技术对青蒿进行提取研究，精研青蒿提取物改善宝宝干痒红等肌肤问题，同时发布了全国首个黄花蒿(青蒿)提取物团体标准。加成专利糯米发酵精华，协同 Prolipid 恒护技术，持续改善问题肌肤；

3. 上市佰草集双石解修护高保湿系列：十一年精研中国成份「双石解」铁皮石斛 x 金钗石斛，获得“双石解修护保湿因子”两项发明专利，采用纳米级“R2 双能修护微囊”专利科技，载双石斛因子层层渗透直入肌底，修护级高保湿力优于 5 重玻尿酸。核心技术获得第 23 届中国专利优秀奖。

4. 上市佰草集皖皖兔新年礼盒：国内美妆行业领先 AR 虚拟现实技术在包装设计上的运用。

5. 升级佰草集御龄紧致抗皱系列：产品核心技术灵感 来源于“五行理论”溯源古方数据库，优选中国特色草本。创新地采用了网络药理学的方法来打开中医药研究“黑匣子”。通过网络药理学应用，研究“成分-靶点-功效”的相关性，优选 5 味活性成份，在促进胶原再生和皮肤修护方面有着显著功效。

(3)产品价值塑造

上海家化一直秉承“功效安全平衡之美”的产品设计理念。科学性地把功效和安全，这两个看似的矛盾体，有机地融合到一起。在去年升级了全链路爆品打造模型，产品的设计来源于对全域消费者以及前沿技术发展的洞察。从消费者市场端，从全域多维端进行了升级，通过整合打通各颗粒度不同平台的数据，以及整个市场供需关系找到机会点；在前沿技术端，从诺奖、专利导航、科普文献以及上下游产业链协同找到产品技术的破局点。这一数字化驱动的产品开发创新模式，带来了新品打造方法论的升级，高效赋能产品的赛道选择和技术壁垒搭建。在产品开发全周期的关键阶段，引入消费者和匹配专业达人共同参与产品共创，赋能洞察挖掘、产品精细化打磨和价值提升。

公司主要护肤品牌复购率情况：

单位：万人

品牌	渠道	期间	当期总客户数	重复购买客户数注 1	复购率注 2
佰草集	天猫旗舰店及百货	2022 年	104.51	48.18	46.10%
		2021 年	192.56	80.13	41.61%
玉泽	天猫旗舰店	2022 年	213.43	100.37	47.03%
		2021 年	361.09	153.77	42.58%

* 注 1：重复购买用户指在当期或当期之前完成首次购买，且在当期完成重复购买行为的客户数；注 2：复购率=重复购买客户数/当期总客户数。复购率提高说明消费者对产品的信任度提高。

在前沿和基础研究领域的探索上，持续加强通过内部自主研发和开放创新网络相结合的方式，深化前沿研究，加速创新落地，确保行业领先地位。在 2022 年 9 月首届 2022 世界设计之都大会(WDCC)上，首次正式亮相了基于八大基础平台研发的 AI 定制化、AGEs 荧光扫描探针、微流体、胶囊频率发射器、超级计算机、3D 皮肤断层扫描仪、感官香氛等各种智能美妆黑科技。

2、营销创新

报告期内，公司持续加强核心品牌建设：

美妆品类

报告期内，公司持续聚焦佰草集，玉泽和高夫等品牌的发展。

佰草集的 4 大功能线全面布局，结合品牌营销来夯实品牌高端化、年轻化、高功效、高安全的科研级本草新形象。品牌持续聚焦新太极打造爆品，其中啵啵水成为单品规模中的 TOP1，累计至今单品零售破亿，太极系列消费者画像超 60%是精致白领和精致妈妈，初步实现了品牌消费客群的迭代升级；升级新七白系列，扶植美白潜力赛道；上市双石解保湿系列，为品牌招募更年轻的消费者。

玉泽持续夯实品牌“医研共创”、“皮肤屏障自修护”的差异化定位。上市首创大分子防晒新品，为敏感人群带来了全新防晒新体验，首发便成为天猫小黑盒防晒 TOP1；参加中华医学会皮科年会等行业盛会，分享前沿研究，推动行业发展，潜心打造专业实力；与天猫深挖“人”“货”“场”三维市场创新机会，发布《2022 防晒趋势白皮书》，以专业的形象赋能品牌资产；同时，联手品牌首位实力代言人王濛，传递“屏实力 做自己”的品牌理念，吸引 UGC 沉淀，并结合多平台、多维度的口碑矩阵，持续招新。

高夫坚持高端化，聚焦高端蓝色线的头部产品，以品带牌，8 月成为抖音男士品牌 TOP3，下半年抖音男士护肤套装 TOP1。

美加净持续市局新品，酵米抗初老、美白、面膜等核心系列让品牌逐步升级。

个护品类

六神初步实现了花露水的多场景应用，驱蚊、清凉、止痒、居家和外出均有渗透率的提升，年轻用户的增加更是带领品类逐步走向年轻化；沐浴露在高端化、年轻化和全季化上做出了重大突破，核心产品清凉沐浴露持续畅销，下半年新品磨砂沐浴露、祛痘爆珠沐浴露和菁萃沐浴露系列持续发力，成为年轻化、高端化的沐浴体验新组合；重磅代言人和首个六神 IP 清凉节助力营销创新不断突破，同时菁萃系列也快速成为了天猫旗舰店销量第一的系列。

家安布局食品级认证的餐具净和内衣净，全面进入高增长的高端化、细分化的个人护理领域。

母婴品类

启初与首都医科大学附属北京儿童医院马琳主任团队开展合作，上市了婴幼儿多维舒缓系列，该系列添加了诺奖同源的青蒿素，随着上海家化牵头的全国首个青蒿团体标准发布，启初建立了更专业的的婴童护理专家形象，带动了客单价的有效提升；联合小刘鸭 IP 进行夏日场景营销，防晒一跃成为夏季 TOP1 单品，天猫宝宝防晒热销榜 TOP2。

渠道进阶

线上业务：

1、电商多平台布局、精细化运营：报告期内，由于市场环境的快速变化，电商业务遵循多平台布局协同发展以及精细化运营的策略，在京东、拼多多、快手、抖音等平台的业务增长达到预期，在天猫的生意也更健康持久。2022 年公司获得了京东年度卓越品牌奖，续签了拼多多超星计划。兴趣电商达播业务在四季度快速取得突破，达人矩阵建设基本完善。在业务模式上，达播、自播、店铺、活动等共同发力；在货盘上，维稳品、主推品、潜力品、趋势品等共同推进；在用户端，拉新促复购提升客单等齐发力。2022 年，公司全面梳理优化电商业务，为生意长期稳定的发展打好扎实的基础。

报告期内，公司电商渠道受到部分超头缺失的影响，如剔除该影响，电商渠道实现约 4%的增长。

2、特渠零售化转型：特殊渠道自 2021 年下半年受到寿险业务改革的压力，积极推动零售业务发展，在 2022 年下半年销售逐步企稳。

线下业务：

1、推进新零售：2022 年，公司持续推进线下业务线上化，通过新零售的增长寻找突破。报告期内，商超的新零售到家业务、社区团购业务快速增长，屈臣氏的线上业务占比超 30%，线下渠道新零售业务占比超 20%；

2、优化效率：百货渠道继续策略性闭店缩编，2022 年共关闭 210 家专柜及门店，截至年底现存专柜及门店数合计 656 家。同时，百货的四季 SPA 项目私域运营初步建成，会员购买人数和金额逐步增长。

报告期内，公司重建了全品牌全域用户运营体系，布局跨渠道跨品牌拉新、连带、复购运营模式，助力公司中长期发展。

文化、系统与流程和数字化

公司始终以公开透明、创新进取、尽责高效、共享共赢的价值观为指引，持续优化组织人才发展环境、提升组织氛围和员工满意度，为打造凝聚、协作、充满活力与创造力的家化而不断努力。

报告期内，公司为员工送上物资大礼包，解燃眉之急；顶着经营的压力，保证了二季度员工收入不打折；员工克服困难牺牲小我，或坚持在工作一线，或在社区志愿者的服务中发光发热，践行着企业公民的责任。在艰难的外部环境下，公司坚持通过云享会、管理沟通会和全体员工积极交流沟通，加深跨部门的融合与协作，公司同比提升了 8.8 个百分点的组织敬业度，位于高绩效区域/最佳人才地带；满意度同比提升了 15.5 个百分点，远高于行业平均水平。

报告期内，公司致力于打造高效智能的系统与流程，并持续推动数字化转型：在系统与流程方面，公司上线了合同返利系统和费控系统，进一步规范了流程并提升了财务自动化水平；公司推进飞粤 2.0 项目，着力打造智慧供应链，实现公司需求计划和补货计划的自动化与智能化，并逐步优化全国仓网规划，增强供应链韧性；通过 OMS 系统(订单管理系统)升级、上线 TPM 系统(销售费用管理系统)一期和屈臣氏 VMI(屈臣氏门店预测补货管理系统)等系统赋能渠道运营。在数据赋能业务方面，优化并推进数据的共享和可视化，对不同层级人员赋予相应的数据权限，让运营数据更加直观、及时地展现，助力经营决策；构建测肤应用程序，基于专业 AI 测试进行皮肤多维度分析；通过全渠道 CRM 系统的搭建赋能全品牌全渠道会员运营。

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

证券代码：600315　　证券简称：上海家化

上海家化联合股份有限公司 2023 年第一季度报告

本公司董事会及全体董事保证本公告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法律责任。

重要内容提示

公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证季度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人(会计主管人员)保证季度报告中财务信息的真实、准确、完整。

第一季度财务报表是否经审计

□是　√否

一、主要财务数据

(一) 主要会计数据和财务指标

单位：元　币种：人民币

项目	本报告期	本报告期比上年同期增减变动幅度(%)
营业收入	1,979,746,030.61	-6.49
归属于上市公司股东的净利润	230,444,636.94	15.59
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	227,123,123.79	7.08
经营活动产生的现金流量净额	455,962,079.73	-17.02
基本每股收益(元/股)	0.34	13.33
稀释每股收益(元/股)	0.34	13.33
加权平均净资产收益率(%)	3.13	增加 0.30 个百分点

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减变动幅度(%)
总资产	12,573,685,159.00	12,269,485,812.97	2.48
归属于上市公司股东的所有者权益	7,487,065,646.31	7,249,484,579.10	3.28

(二) 非经常性损益项目和金额

单位：元　币种：人民币

项目	本期金额	说明
非流动资产处置损益	19,131.75	
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的和临时性的税收返还、减免		
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	2,092,556.80	
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费		
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益		
非货币性资产交换损益		
委托他人投资或管理资产的损益		
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备		
债务重组损益		
企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等		
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益		
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益		
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益		
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	4,623,799.26	
单独进行减值测试的应收款项、合同资产减值准备转回	7,690.40	
对外委托贷款取得的损益		
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益		
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响		
受托经营取得的托管费收入		
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-2,475,322.93	
其他符合非经常性损益定义的损益项目		
减：所得税影响额	946,342.13	
少数股东权益影响额(税后)		
合计	3,321,513.15	

将《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》中列举的非经常性损益项目界定为经常性损益项目的情况说明

□适用　√不适用

(二) 主要会计数据、财务指标发生变动的情况、原因

□适用　√不适用

二、股东信息

(一) 普通股股东总数和表决权恢复的优先股股东数量及前十名股东持股情况表

单位：股

截至报告期末普通股股东总数		42,897	报告期末表决权恢复的优先股股东总数(如有)		0		
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股数量	持股比例(%)	持有有限售条件股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
上海家化(集团)有限公司	境内非国有法人	344,927,001	50.81	0	无		0
上海久事(集团)有限公司	国有法人	26,830,200	3.95	0	无		0
全国社保基金一一七组合	其他	15,086,281	2.22	0	无		0
广发银行股份有限公司-美天国企改革主题股票型证券投资基金	其他	8,320,000	1.23	0	无		0
中信保诚人寿保险有限公司-传统账户	其他	5,745,681	0.85	0	无		0
上海惠盛实业有限公司	境内非国有法人	5,416,577	0.80	0	无		0
招商银行股份有限公司-兴全合润混合型证券投资基金	其他	5,324,103	0.78	0	无		0
彭奕	境内自然人	5,270,698	0.78	0	无		0
中国光大银行股份有限公司-兴全商业模式优选混合型证券投资基金(LOF)	其他	5,049,903	0.74	0	无		0
兴业银行股份有限公司-兴全新视野灵活配置定期开放混合型发起式证券投资基金	其他	4,994,628	0.74	0	无		0
前 10 名无限售条件股东持股情况							
股东名称	持有无限售条件流通股的数量		股份种类及数量				
			股份种类	数量			
上海家化(集团)有限公司	344,927,001		人民币普通股	344,927,001			
上海久事(集团)有限公司	26,830,200		人民币普通股	26,830,200			
全国社保基金一一七组合	15,086,281		人民币普通股	15,086,281			
广发银行股份有限公司-美天国企改革主题股票型证券投资基金	8,320,000		人民币普通股	8,320,000			
中信保诚人寿保险有限公司-传统账户	5,745,681		人民币普通股	5,745,681			
上海惠盛实业有限公司	5,416,577		人民币普通股	5,416,577			
招商银行股份有限公司-兴全合润混合型证券投资基金	5,324,103		人民币普通股	5,324,103			
彭奕	5,270,698		人民币普通股	5,270,698			
中国光大银行股份有限公司-兴全商业模式优选混合型证券投资基金(LOF)	5,049,903		人民币普通股	5,049,903			
兴业银行股份有限公司-兴全新视野灵活配置定期开放混合型发起式证券投资基金	4,994,628		人民币普通股	4,994,628			
上述股东关联关系或一致行动的说明	上海家化(集团)有限公司、上海惠盛实业有限公司同受中国平安保险(集团)股份有限公司控制，招商银行股份有限公司-兴全合润混合型证券投资基金、中国光大银行股份有限公司-兴全商业模式优选混合型证券投资基金(LOF)、兴业银行股份有限公司-兴全新视野灵活配置定期开放混合型发起式证券投资基金的管理人同为兴证全球基金管理有限公司。公司未知其他关联关系或一致行动人。						
前 10 名股东及前 10 名无限售股东参与融资融券及转融通业务情况说明(如有)	无						

三、其他提醒事项

需提醒投资者关注的关于公司报告期经营情况的其他重要信息

□适用　√不适用

四、季度财务报表

(一) 审计意见类型

□适用　√不适用

(二) 财务报表

合并资产负债表

2023 年 3 月 31 日

编制单位：上海家化联合股份有限公司

单位：元　币种：人民币　审计类型：未经审计

项目	2023 年 3 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
流动资产：		
货币资金	1,870,925,320.34	1,685,169,236.18
结算备付金		
拆出资金		
交易性金融资产	2,042,747,331.81	2,121,521,632.22
衍生金融资产		
应收票据		
应收账款	1,180,508,983.51	1,323,953,425.09
应收款项融资		
预付款项	150,517,388.30	72,376,159.49
应收保费		
应收分保账款		
应收分保合同准备金		
其他应收款	64,204,651.54	74,202,272.15
其中：应收利息		
应收股利		
买入返售金融资产		
存货	1,070,694,119.06	928,956,162.53
合同资产		
持有待售资产		
一年内到期的非流动资产		
其他流动资产	343,071,957.59	348,448,416.21
流动资产合计	6,722,669,752.15	6,554,627,303.87
非流动资产：		
发放贷款和垫款		
债权投资		
其他债权投资		
长期应收款		
长期股权投资	421,290,680.73	414,783,637.24
其他权益工具投资		
其他非流动金融资产	907,889,527.16	802,395,727.90
投资性房地产		
固定资产	842,633,381.07	863,393,441.45
在建工程	27,179,128.55	27,532,426.37
生产性生物资产		
油气资产		
使用权资产	123,311,506.09	126,570,894.27
无形资产	786,401,965.51	790,259,580.90
开发支出	9,784,154.83	8,564,270.06
商誉	1,965,142,892.57	1,937,764,276.26
长期待摊费用	36,196,203.66	37,672,956.31
递延所得税资产	197,527,175.39	176,886,163.36
其他非流动资产	533,658,791.29	529,035,134.98
非流动资产合计	5,851,015,406.85	5,714,858,509.10
资产总计	12,573,685,159.00	12,269,485,812.97
流动负债：		
短期借款	0.00	5,214,053.81
向中央银行借款		
拆入资金		
交易性金融负债		
衍生金融负债		
应付票据		
应付账款	967,279,287.92	914,862,473.07
预收款项		
合同负债	98,564,519.23	74,389,533.87
卖出回购金融资产款		
吸收存款及同业存放		
代理买卖证券款		
代理承销证券款		
应付职工薪酬	190,714,403.08	184,144,488.96
应交税费	245,298,345.97	175,950,733.83
其他应付款	1,837,470,607.22	1,685,839,174.14
其中：应付利息		
应付股利		
应付手续费及佣金		
应付分保账款		
持有待售负债		
一年内到期的非流动负债	478,376,925.01	421,318,727.18
其他流动负债	70,089,611.17	71,509,463.40
流动负债合计	3,887,793,699.60	3,533,228,648.26
非流动负债：		
保险合同准备金		
长期借款	476,711,200.00	751,271,950.00
应付债券		
其中：优先股		
永续债		
租赁负债	110,752,663.27	113,722,671.13
长期应付款		
长期应付职工薪酬	21,374,304.47	22,560,556.94
预计负债		
递延收益	475,169,461.55	484,877,192.90
递延所得税负债	114,818,183.80	114,340,214.64
其他非流动负债		
非流动负债合计	1,198,825,813.09	1,486,772,585.61
负债合计	5,086,619,512.69	5,020,001,233.87
所有者权益(或股东权益)：		
实收资本(或股本)	678,873,194.00	678,873,194.00
其他权益工具		
其中：优先股		
永续债		
资本公积	1,074,975,066.60	1,070,543,085.82
减：库存股	162,209,884.65	162,209,884.65
其他综合收益	-96,413,393.55	-99,117,843.04
专项储备		
盈余公积	392,410,127.08	392,410,127.08
一般风险准备		
未分配利润	5,599,430,536.83	5,368,985,899.89
归属于母公司所有者权益(或股东权益)合计	7,487,065,646.31	7,249,484,579.10
少数股东权益		
所有者权益(或股东权益)合计	7,487,065,646.31	7,249,484,579.10
负债和所有者权益(或股东权益)总计	12,573,685,159.00	12,269,485,812.97

公司负责人：潘秋生