信券代码,113634

第一节 重要提示

债券简称: 珀莱转位

珀莱雅化妆品股份有限公司 2024年年度报告摘要

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http://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、天健会计师事务所(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 1、公司拟以实施权益分派股权登记日的总股本(扣除公司回购专用证券账户中的股份)为基数,

向在册全体股东每10股派发11.90元现金红利(含税)。以2024年12月31日的总股本396,247,555股 为测算基数,扣除公司回购专用证券账户中的股份2.210.825股,预计合计派发现金红利468.903. 708.70元(含税),不进行资本公积金转增股本,不送红股。在实施权益分派的股权登记日前,因可转债转股等致使公司总股本发生变动的,公司拟维持每股分配比例不变,相应调整分配总额。

2.根据《上海证券交易所上市公司白建监管指引第7号——回购股份》等有关规定,上市公司以 现金为对价,采用集中竞价方式、要约方式回购股份的,当年已实施的股份回购金额视同现金分红。 额,纳人该年度现金分红的相关比例计算。公司2024年度通过集中竞价方式回购股份金额为人民币 153.038.949.37元(不含交易费用)。

133,035,494.37元(小言义勿政州)。 综上,2024年度公司现金分紅(包括2024年年度拟派发金额、2024年度集中竞价方式回购股份金额)占2024年度合并报表归属于上市公司股东净利润的40.07%。

第二节 公司基本情况

1、公司简介							
			公司股票简况				
股票种类		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	珀莱雅		603605	无	
联系人和联系方式	,	董事会秘书			证券事务代表		
姓名			王莉		王小燕		
联系地址		浙江省杭州市西湖区西溪路588号珀莱雅大厦			浙江省杭州市西湖区西溪路588号珀莱雅大厦		
		10楼			10楼		
电话	电话		0571-87352850			0571-87352850	
传真		0571-87352813		0571-87352813			
电子信箱		proyazq@proya.com			proyazq@proya.com		

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《国民经济行业分类》(GB/T 4754-2017),公司所属行业为日用化学产品制造

(7) 美人國民公司 (1987年) (1987474) (1987474) (1987474) (1987474) (19874744) (19874744) (198 总额4.357亿元,同比下降1.1%(限额以上单位消费品零售额)

公司致力于构建新国货化妆品产业平台,主要从事化妆品类产品的研发、生产和销售。旗下主要 《山泉江》,海海岭间以几公园的。是十日,王安小学中记的田安。由即的《人王》中的诗。《《广王安 拥有"珀莱雅","彩莱","Offe Relax","悦芙媛","CORRECTORS" "TNSBAHA原色政塔","特加","优 资莱","韩雅"等品牌。 公司自有品牌已覆盖大众精致护肤、彩妆、洗护、高功效护肤等美妆领域:

1、大众精致护肤品牌 (1) 珀莱雅,专注科技护肤,针对年轻白领女性群体,主价格区间200-500元,线上线下全渠道协 同销售。

(2)悦芙娟,定位"油皮护肤专家",针对大学生等年轻女性群体,主价格区间50-200元,以线上为 主要销售渠道。

2.彩妆品牌 彩棠,专为中国面孔定制的专业化妆师品牌,主价格区间150-300元,以线上为主要销售渠道 原色波塔, 定位眼部彩妆专家, 针对 Z 世代年轻人群, 主价格区间40-130元, 以线上为主要销售渠

Off& Relax, 定位"亚洲头皮健康养护专家"的洗护品牌, 主价格区间150-200元, 以线上为主要销 4、高功效护肤品牌

CORRECTORS, 高功效型护肤品牌, 主价格区间260-600元, 线上渠道销售。

1、销售模式

线上渠道为主、线下渠道并行

线上渠道主要通过直营、分销模式运营。直营以天猫、抖音、京东、快手、拼多多等平台为主,分销 包括淘宝、京东、唯品会等平台 线下渠道主要通过经销商模式运营。渠道包括化妆品专营店、百货、新型商城集合店等。

2、生产/研发模式 公司以自主生产为主,OEM为辅的生产模式,护肤品类以自主生产为主,彩妆品类自主生产和

OEM 并行,拥有自继护陈江厂,影拉丁厂。 公司以自主进厂分主,产学研相结合为辅的研发模式。与浙江大学、上海交通大学、杭州电子科

技大学、北京工商大学、巴斯夫中国、亚什兰中国、帝斯曼上海、禾大中国、嘉闵于小小巴士 POTRUE,S.L.、深圳中科欣扬、浙江湃肽、江苏创建医疗、上海世领等前端研究机构及优秀原料供应商

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

単位:元 □仲:/	CECILI			
	2024年	2023年	本年比上年 増減(%)	2022年
总资产	7,530,182,694.00	7,323,078,222.45	2.83	5,778,071,824.19
日属于上市公司股东的 净资产	5,402,074,485.07	4,349,545,381.60	24.20	3,524,488,659.96
营业收入	10,778,411,781.20	8,904,573,501.39	21.04	6,385,451,424.00
日属于上市公司股东的 净利润	1,551,995,692.29	1,193,868,141.81	30.00	817,400,223.93
∃属于上市公司股东的 □除非经常性损益的净 利润	1,521,668,826.62	1,174,144,260.32	29.60	788,513,237.01
を营活动产生的现金流 量净額	1,107,000,664.19	1,468,793,814.58	-24.63	1,111,136,117.23
1权平均净资产收益率 (%)	32.53	29.94	增加2.59个百分点	25.95
基本每股收益(元/股)	3.93	3.01	30.56	2.07
稀释每股收益(元/股)	3.92	2.97	31.99	2.05

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	2,181,919,106.72	2,819,546,364.00	1,964,567,889.65	3,812,378,420.83
归属于上市公司股东的净 利润	302,845,157.17	398,826,217.72	297,538,011.99	552,786,305.41
日属于上市公司股东的扣 余非经常性损益后的净利 润		386,975,848.70	292,280,184.23	550,392,124.06
经营活动产生的现金流量 净額	430,862,423.81	231,240,370.58	-258,104,753.36	703,002,623.16

季度数据与已披露定期报告数据差异说明 □适用 √不适用

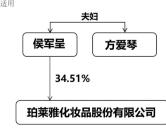
4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特 别表出权股份的股东总数及前10 夕股东情况

藏全报告期末普通股股东总数(户) 年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户) 截全报告期末表块权按短的优先股股东总数(户)						42,578 50,966 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		
										前十名股:	东持股情况(不含通	过转融通出	借股份)			
股东名称	And all offers to take the				质押、标记或冻结情况		股东									
(全称)	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	条件的股份 数量	股份 状态	数量	性质									
侯军呈	0	136,739,037	34.51	0	无		境内自然 人									
香港中央结算有限公司	-9,195,121	70,114,776	17.69	0	无		其他									
方玉友	0	59,625,258	15.05	0	冻结	17,041,269	境内自然 人									
全国社保基金一零九组合	3,075,566	6,086,540	1.54	0	无		其他									
中国工商银行股份有限公司—景 顺长城新兴成长混合型证券投资 基金	0	3,332,000	0.84	0	无		其他									
中国农业银行股份有限公司—中 证500交易型开放式指数证券投 资基金	3,313,705	3,313,705	0.84	0	无		其他									
中国建设银行股份有限公司—汇 添富消费行业混合型证券投资基 金	-1,750,049	2,600,009	0.66	0	无		其他									
施罗德投资管理(香港)有限公司—施罗德环球基金系列中国A 股(交易所)	2,159,000	2,159,000	0.54	0	无		其他									
中国工商银行股份有限公司—中 证主要消费交易型开放式指数证 券投资基金	2,073,600	2,073,600	0.52	0	无		其他									
安本亚洲有限公司—安本基金— 中国A股可持续股票基金	-3,112,200	1,954,213	0.49	0	无		其他									
上述股东关联关系或一致		方玉友系侯军	呈配偶方象	琴的弟弟,故(侯军星、方:		关系。									
表决权恢复的优先股股东及持	股数量的说明			无												

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



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

□适用 √不适用 第三节 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

报告期内,持续夯实"大单品策略",全方位升级核心大单品、并推出两个全新产品线,持续搭建独家成分壁垒,优化提升产品功效和使用体验,并加强可持续属性。

(1)源力系列:源力面霜2.0升级,首次应用全球独家创新成分"XVII型重组胶原蛋白",进一步巩 固了品牌在基底膨胀中抗初老领域的专业性和科技力、施力特件30升级,加入全球组家成分"XVII型重组胶原蛋白",并突破性采用前沿靶点"炎症消退机制",实现进阶修护强韧与抗老弹嫩。

(2) 红宝石系列:红宝石精毕30升级,将中国美妆领域首款专利环批新原料与专研双A(A酵+HPR)组合结合,并采用独家胶原自启科技,持续引领行业在肽A领域的应用变革。 (3)能量系列:能量精华重磅上市,延续系列专研CELLERGY?细胞抗老科技. 突破性添加珍稀成 分-紫檀芪,针对性解决熟龄肌暗沉疲态;能量涂抹面膜上新,进一步完善品牌在高端抗老市场的产品

(4)海源系列, 全新油皮产品线"海源系列"上线, 控油黑科技"净源因子?SeboPlex"和全新发酵精

萃成分的运用,进一步拓展了品牌在油皮护肤领域的布局和探索。 (5)光学系列:全新美白产品线"光学系列"上线,首款单品"光学瓶"携专研独家成分"光学335"上 市(美白特证版)。针对亚州则肤肤色蜡沉的三大核心问题"黑、红、黄",提出行业首个"内外双降解" 美白通路,进一步拓展了品牌在美白领域的产品布局。

(6)防晒新品:盾护防晒上新,革新专利"air超膜防护科技",以软硬双膜真正实现高防护力与极致 肤感的兼容稳定;"超膜银管"防晒上新,采用独家专利点阵击光超膜科技,携防晒祛斑双特证,直击通 勤防晒人群,丰富品牌防晒系列使用场景。

2024年度,珀莱雅品牌在天猫平台,精华品类、面霜品类均排名第1,持续保持领先地位;贴片面 膜排名第2,面部护理套装跃升第2,眼霜排名第5,核心品类市场份额持续保持显著增长。

报告期内,珀莱雅品牌围绕"年轻感"与"科技力"两大品牌关键词,秉承"发现精神",看到具体的 人,看到具体肌肤问题的多面成因,开展品牌营销事件如下:

(1)1月"谢谢记得",特别推出用户故事微电影《谢谢记得》。同时上线主题曲《书芬》MV,以一趟跟

随小女孩天天的追寻之旅,传递温暖、力量和爱;并在杭州留下地铁站举办《谢谢记得》用户故事展。

(2)3月线下全新快闪概念珀莱雅"无限空间"焕新登场,上海、杭州、重庆、成都,4城5店同启;妇 女节"性别不是边界线,偏见才是",特别策划主题短片《不同而已》,"职业、爱好、年龄、身份、生活方 及 P 在别小定位对线, 闸龙力定, 有对别果烈王瞪龙眉, 你问明记了, 郭莹. 发灯, 牛醒, 才切, 生治力, 尤, 性别不是边界线, 偏见才是。"
(3)5月"五一小大阪", 携手引领可持续生活美学的环保品牌物与再生, 开启"拍菜雅空瓶回收计

划",并在深圳、武汉、北京三城开启珀莱雅"无限空间"发现新生之旅;母亲节,以一支主题短片《听见 了吗》,呼吁大众意识到母亲正在遭受的困境,祝愿每一位妈妈都可以说出自己的感受;与大笨狗之家 联合定制表情包,以笨笨同款门挂和贴纸"守护妈妈的空间"

(4/7月七夕情人节:携手时装设计师Susan Fang. 连出"漫游爱的光迹"七夕联名礼盒、愿每个人,都能在交织的光迹中自在漫游,去发现,属于自己的那束光。

持乌镇戏剧节青寨获奖作品《花吃了那女孩》话剧重启, 开启2城4场公益《淄海:9月"开学季", 联合原 力伙伴"我要WhatYouNeed"推出"抬头,看见我的原力"校园特别企划。在304所学校中,搭建一站式快闪空间。此外,还在三所大学开启了"原力开放麦",和不同老师面对面交流。

(6)10月"国庆小长假",珀莱雅"无限空间"快闪活力焕新,落地北京王府井以及成都春熙路两大 热门步行背;10月上旬,四声计划"倡导力情绪找到一处好好变放。我也必然几乎活得的"就有情绪变放地",以一支公益短片,在杭州20处城市角落投放公益互动装置"情绪回声箱"及"情绪安

(7)12月"珀莱雅会员日",围绕"谢谢你升温了2024",以主题短片、答谢周边等形式传递品牌的 真诚谢意,并首次结合品牌会员日、联动站内会员积分兑换活动,给予用户回馈。除此之外,品牌抖音平台自有内容账号"珀莱雅的第二人生"2024年自制4部短剧,以更生活化、场景化的剧情演绎,与品牌的目标用户建立深度的情感联结。

3、渠道

报告期内,重占通过源力,能量系列拉升核心品类渗透,防晒,爽肤水等新品进军机会品类,年货 节、母亲节等传统礼遇于点题化套装送化心智与后铺节日氛围,挖掘军训开学、出游李、感恩李等中 新消费场景,联动站内外投放提升消费转化;不断优化触点结构,放大内容流量,提升投放效能;持续

2024年度,珀莱雅天猫旗舰店成交金额首次跃居天猫美妆第1,2024年618活动、双11活动期间, 珀莱雅天猫旗舰店成交金额均获天猫美妆排名第1。

报告期内,抖音全域精细化运营,保障策略高效落地。优化自播矩阵号结构,丰富直播间玩法,提

高转化:内容持续调优、提升引流效率;完善合作达人矩阵,提高达播产出、创新达播场景、提升活动销售爆发;商卡(抖音商城)精细化运营,提高投放效率,提升用户留存;提高会员拉新和复购。 2024年度,珀莱雅品牌成交金额获抖音美妆排名第2,2024年618活动、双11活动期间,珀莱雅品 牌成交金额均稳居抖音美妆排名第1。

报告期内,京东渠道持续加强精细化运营深度,全面布局品牌人、货、场。货品上,优化渠道产品 结构,夯实核心品类排名,抢占品类市场,强化大单品战略地位;引流上,探索站内新兴机会场域,加强平台核心期道,IP合作,拓展始外多元化流量渠道;实现站内外流量互通,反复触达,人群上,精细化新老客运营体系,深耕用户地核)作低双档长,行使双档、行喷流营体系,实现用户地核,价值双档长,行喷端,深度优化投放结构,贯彻落实降本增效策略,把爆礼遇机会,提升礼遇心智,人,货分层匹配,抢占 行业人群,拓展品牌人群。

2024年度, 珀莱雅品牌成交金额获京东美妆排名第5,国货排名第1:2024年618活动, 双11活动

行口以来過 持续凭化门店布局,提高运营效率,推进头部系统向直营模式转变,以确保品牌的一致性和管控力;积极开拓高质量的新型百货和购物中心,全面升级新柜台形象,适应消费者不断变化的需求;进一步完善专柜顾问的培训体系,提高员工的零售管理技巧和顾客服务水平,从而进一步提升顾客的线下

(2)日化渠道 日化渠道市场布局中,利用珀莱雅品牌的势能,保持市场份额稳定;进一步深化与新型商城集合 店的合作,升级品牌体验区,打造品牌形象传播的阵地;在传统日化渠道,公司稳固与现有大客户的合 作关系,维持该渠道的品牌势能。

报告期内,彩棠品牌在面部彩妆大单品持续发力基础上,不断向底妆类目扩张, (1)面影大单品稳键发展:王牌单尾"高光修容能"迈人36时代,倾听消费者声音,根据消费者的偏好和上妆习惯,将三色分区优化,共创升级;在三色腮红盘基础上,扩充新品"腮红膏",打造中式水

光妆;在三色遮瑕盘基础上,扩充新品"遮瑕液",针对性解决凹陷、修色、隐瑕问题。2024年度,高光修 元权(社一色)海根监督加工。9 元朝印 题书权、引为任师次四相、原巴、原界问题。2024年度、而元修客盘在天猫,抖音、京东三平合修客美目均排名第 1. 题红产品在天猫腮红美目排名第 3. 京东排名第 2. 抖音排名第 3. 三色避取盘在天猫,京东遮瑕类目均排名第 1. 抖音排名第 2. (2)底妆类目扩张富有成效:"小圆管粉底液"特续增长,2024年度在天猫粉底液/青类目国货排名

第4;延续小圆管粉底液的高遮优势,创新推出首款自带遮瑕膏的"小圆管气垫",将近色系遮瑕膏藏于 气垫底部,1+1双效协同,双11活动期间在天猫气垫类目排名第5;明星单品"大师妆前乳"在天猫妆前

报告期内,彩棠持续以"中国妆,原生美"的品牌理念开展营销活动。以新品上市为核心,配合电 商营销节点,通过营销活动不断丰富品牌中式美学内核、开展营销事件如下。 (1)1月官宣首位品牌大使陈都灵、全新系列概念大片推出,帮助品牌破閩拉新、扩大"小圆管粉底

(2)3月上市限定"观顾"系列,与国民级IP"颐和园"联名、为4大明星单品定制全新外观,腻子品牌美学新的高度与厚度。线上、联合除都灵,通过青山绿水妆强化产品,妆容和技法,加速底妆心智塑造;线下,在北京颐和园举办"观顾"发布会,品牌创始人唐毅、品牌大使陈都灵、明星彩妆师等出席活 动:同时联合天猫超级品牌日,在天猫彩裳直播间开启全程直播,带动品牌整体声量和销量。

(3)5月溯源青瓷系列,以瓷拟妆,邀请孟庆旸与品牌创始人唐毅先生共同出演品牌青瓷主题纪录 片,打造"中式瓷廊底妆"概念。 (4)9月上市十周年限定"踏浪"系列。线上,通过"踏浪"系列TVC,探索每个时代背后的妆容表

达:线下,在杭州举办--用年新品路很系列发布会、以及首个面向清费者的美校课堂;同时联合抖音超级品牌日,在彩菜抖音直播间开启发布会和美妆课堂的全程直播;品牌及创始人唐毅联合抖音推出美妆微综艺《跨越50年的中国妆》,唐毅携手"妆发观察员"易立竞,与"时代主角们"张蕾、瞿颖、化妆造 型艺术家杨树云先生等名人,回溯1980年代到2020年代的时代情怀和妆容风潮,共同致敬跨越50年

的中国妆。 (5)12 月推出新年"灵蛇敝瑞"限定系列,为4大明星单品定制全新外观,致敬中国传统节日。系列概念延续化繁为简和中式留白美学理念,融人"灵蛇"元素,结合彩裳之青,以灵蛇之姿,绘灵动中国

报告期内,持续优化产品结构,维持现有细化类目大单品优势,加速布局机会赛道——大底妆(彩 底一、独立的下,对实际化。由于中国。由于公司和广泛中心中的人类的通常的人类的。 底一、独等;强化各版块及站内外联动,探索重多流量朱取渠道。使纳内容流量引人,加强技法及牧务等短视频输出,提升品牌专业化形象;与天猫各主播深度合作,提升直播场域渗透;精细化人群运营, 拓展派样点位,丰富会员玩法,提高新会员招募及会员粘性。

伯穆德林·林弘儿·丰富安贝克法。境高朝云贝伯等及安贝格住法。 2024年度,彩業天猫族舰店成交金额排名上升至天猫彩妆类目第2,首次成为天猫彩妆类目围货 排名年度第1。2024年6相8活动期间,彩葉天猫旗舰店成交金额首次登顶天猫彩妆类目第1,2024年 双11活动期间,彩葉天猫旗舰店成交金额保持天猫彩妆类目第2,国货第1。

报告期内,自播方面,内容持续创新,通过颐和园联名系列发布及明星官宣,有效拉动声量及人群资产积累,结合品牌十周年活动。抖音超品日合作,驱动销售增长,达播方面,完善合作达人矩阵,锁定核心机构深度合作,优化达播货盘,提高达播客单;商卡(抖音商城)方面,调整运营策略,综合搜索 优化 积极参与平台活动 付费推广等多元手段 全维度捕捉海量 有效助推销售占比稳步提升。 2024年双11活动期间,彩棠品牌成交金额获抖音彩妆排名第5,国货排名第4。

17。 报告期内,全面打造"亚洲头皮健康养护专家"心智,大单品"OR蓬松洗发水2.0"升级,借助平台 IP&明星进行曝光破圈,持续提升市场渗透率,双11活动期间在天猫洗发水类目排名第7、蓬松洗发 水类目排名第2;同步提升第二條队控油洗发水、修护洗发水,共同提升核心品类的市场占有率;不断 提升品牌专业心智,"OR育发液"在下半年继续加速向前,双11活动期间,在天猫头皮精华类目排名 TOP4 抖音海外精华类目排名TOP1:9月新推同系列"防膜洗发水"。上市首月在抖音国际洗发水熔排

报告期内,以"亚洲头皮健康养护专家"为品牌心智目标,致力于为亚洲消费者定制头皮健康养护 方案的同时,倡导放松治愈的"慢生活",帮助消费者塑造健康生活方式。开展品牌营销事件如下:

(1)4月,品牌首席研发官杨建中博士出席由"中国整形美容协会中医美容分会"、"北京整合医学 学会"主办的"首届毛发健康产业大会",并发表演讲,Off&Relax加入毛发健康产业联盟,医研联合,进 步夯实"头皮健康养护专家"形象。 (2)8月,品牌联合"国家中西医结合医学中心毛发专病医联体"发布《亚洲人头皮健康白皮书》,品

牌首席研发官杨建中博士出席由"中华医学会皮肤性病学分会"主办的"中华医学会第八届毛发学术会议",并对信应书》进行分享,进一步稳固了品牌"亚洲专家"形象。
(3)9月、0ffc Relax 头皮检测小程序上线,品牌联合"国家中西医结合医学中心毛发专病医联体"负责人杨顶权教授、发起"21天头皮按摩操打下活动"。吸引逾1.000名用户打卡参与,帮助用户了解自

己的头皮属性,为用户提供了日常切实可行的头皮养护方案。 (4)10月,防脱洗发水上市之际,联合百年养生医馆"方回春堂"打造快闪空间,通过头皮检测,抓中药,创作排贴诗等方式,为用户开一张"从头富养方"。同时,双方联合开发肩颈贴、养发奶茶,以 "养"同源,践行从养护头皮到养护身心的理念。 "治愈"情绪方面:

(1)1月,新年营销"许愿放弃",与简单心理创始人简里里进行冥想内容合作,并开发周边物料"时间漫游线香"及"许愿放弃"—"心愿卡,帮助用户开启轻盈自在的新年好状态。 (2)4月,于世界地球日推出#循环企划2.0,开发环保周边折叠随行杯,"万物皆有第二春",呼吁用 户对生活中的物件进行充分利用, 为地球减免

(3)5月,推出"夏日限定青梅洗护系列",于西湖周边的公交站台举办了一场"夏日梅好企划"诗歌 展,为步履匆匆的都市旅人送去夏日清凉。 (4)9月,推出"桂花限定洗护系列",联合杭州满觉陇发起"Off片刻,满陇寻隐桂"City Walk 活动,

并联合杭州公交集团推出竞胜专线。同时开发香薰蜡烛等柱。 (5)12月,推出红茶香氛限定洗沪系列,搭配雪游坡等柱花香氛周边。 (等)12月,推出红茶香氛限定洗沪系列,搭配雪游坡瓷盖碗和滇红松针小罐茶周边,在寒冷的冬季带给用户一份闲适和温暖,同时联合演员佟晨洁制作短片《生活自有节奏》,并开展播客对谈,向用户 传递"新年走出自己的节奏"的美好祝愿。

报告期内,持续大单品升级并完善二梯队专业系列矩阵,加强限定礼遇心智;积极开拓二梯队头

皮专业护理赛道,进一步巩固品类矩阵,加大站内外拉新投入,不断优化新老客运营和人群策略,实现降本增效;依托用户运营体系,提升用户多频次购买实现复购增长。
2024年度,0ff & Relax 天猫双店成交金额逆势增长80%;双11活动期间,天猫双店成交金额在天 猫美发洗发类目排名第8,成功位列亚洲品牌TOP1。

报告期内,抖音双店强化全域运营,实现从单品爆品到多品爆发。自播方面,以产品线区分账号, 从内容优化大手,做出多场破圈大场,达播方面,敏锐洞察市场, 撬动斗部达人和破圈达人,根据达人 特性和市场需求匹配货品,带动新品销售;精细化商城运营,优化渠道投放结构,提升整体渠道运营效

2024年度,Off&Relax抖音双店成交金额逆势增长超100%;双11活动期间,抖音双店成交金额在

抖音洗发护发类目排名第9。 (四)悦芙媞品牌 报告期内,悦芙媞定位"油皮护肤专家",持续关注"油皮肤质健康状态",致力于打造健康油皮更

报官别仍、18天晚定记。相股产业长等。不得关人任。相股处则能解水态,或为了打造能展相股更全面,更具针对性的解决方案。深度守护油皮肌肤健康。 深度剖析油敏、油痘两大核心肤质,抓住毛孔、修护、祛痘等关键功效赛道的用户需求痛点。推出"点痘精华""乳精净透润妆膏""雪糕奶晒(升级)""云柔温和洁面乳"等多款新品。全面完善品牌产品矩阵、深度洞察品牌核心年经用户群体行为模式、针对年经用户追求简约高效的护肤诉求,打造 allim-one 护账解决方案。推出水乳功能一体的"省级平衡双层精华喷雾"。针对早八忙碌场景兼调美白及防晒奶的一体的"水感烟白高俗奶晒",帮助品牌探索引领年经油皮护肤新趋势的可能;此外,"修红精 华"在2024年实现快速增长,成为品牌继清洁系列之外的另一爆款单品。

报告期内、饶美夔持续推进品牌升级、围绕情感"快乐陪伴"和产品"料学有效"两方面、孫化"年轻油皮护肤专家"的品牌人知、驱动品牌价值提升。品牌营销方面、乘特以"快乐陪伴"为情感纽带,期待与年轻油皮群体建立更深的情绪共鸣。基于此、全年开展品牌营销事件如下、(1)3月,首次尝试产品联名创意营销领域、联名热门即Loopy,推出了清洁线Loopy限定款产品礼盒、扩大品牌在P影丝群体中的认知、表达陪伴用户卸下包袱、释放快乐、即使迷糊养掩、但真实自在

(2)4月,结合"雪糕防晒"上新节点,提出"悦'晒'越shine"的主题概念,联动新生代音响品牌猫 王,陪伴每一位年轻用户,鼓励他们尽情"晒"态度、"晒"幸福、"晒"每个闪闪发亮的瞬间,分享生活中

(3)8月,开展"快乐无限大"活动,以品牌周年庆生日会为契机,向粉丝用户征集日常生活中的快

乐大小事,推出快乐有好"报"等趣味品牌物料,传递品牌快乐的价值主张。 (4)9月,推出"人生地不熟快乐自来熟"开学季活动,悦美媞打造熟人快乐碰头点线下移动装置, 以新学期的"自来熟朋友"的角色走进杭州5所高校,帮助大学生新生用快乐应对开学焦虑,打造年轻 人的第一套护肤品的产品心智。

报告期内,品牌坚持以大单品战略为核心驱动,通过集中品牌势能资源,提升核心大单品排名及 市场渗透率;借助热门IP与品牌创意联名,争取平台资源、增强品牌曝光,提升营销活动渗透;持续拓展引流渠道,优化场域布局及联动,提升人群流转与运营精细度;加强站内外人群的联动,整合多渠道用户数据,优化用户分层运营体系,提供个性化的营销服务,提高用户复购增长,实现用户价值的最大

报告期内,品牌在抖音平台锚定三大核心策略,驱动业务跃升。借助热门IP联名爆款效应,持续 创新直播场景,以优质趣味内容驱动品牌自播增长;敏锐洞察达播市场风向,重塑合作矩阵,精准匹配 相应资源,优化货品组套及价格机制,拉动整体销售;跨场域布局会员运营,全方位优化触点,深度盘 (五)原色波塔品牌

报告期内,深化品牌"眼部彩妆专家"心智,完善产品线,拉动产品线均衡发展 我只到外了,我们回时,我们也不太多家。心里,无数一面达,11540/1 10520-7周分尺。 特实提升大单品"波克姆走有","波克梁向信""消费者参淡率",深代职都心智,不断种草破圈;补充品牌第二梯队遮瑕类目,遮瑕粉饼作为长期战略产品,共同提升核心品类的市场占有率;同时丰富唇 部产品矩阵,稳定唇部色彩品类排名。

2024年度,"波浪染眉膏"获抖音平台染眉膏类目排名第2;"原色回溯眼部遮瑕盘"获天猫平台遮

公言的 恨告期内,根据主题规划系列上新,形成系统性传播上新,联名达人深度绑定进行全案传播 (1)1月新推龙年限定原素龙系列礼盒(四色腮红盘+波浪睫毛膏+眼部遮瑕盘+唇釉),籍由"复古 像素风"为设计灵感,将传统文化与现代美学相融合,虚实交融的叛逆像素游龙,诠释不羁的反精致主

(2)5月新推原色底妆家族(原色回溯眼部遮瑕盘+原色探寻双效遮瑕棒+原色聚焦蜜粉饼),精准 (3)8月新推跃夏系列(固体唇釉+单色眼影),将嬉皮士的反叛力量注人系列概念、设计与配色中

跳脱主流审美的既定框架,赋予按容更加多元的可能。 (4)10月新推野焰系列(柔雾口红+单色眼影),特邀美妆达人联合共创,诠释女性独有的蓬勃野心 和不息生命力。

报告期内,完善产品结构,以睫毛膏、染眉膏等大单品为主,高客单产品如遮瑕膏等大促期间呈现 较好的爆发趋势;站内精细化投放,拓展超级短视频、KOC置换,内容及推荐渠道形成0-百万的增长;

二梯队达人框架+小专场形式,大促实现高增;日常合作腰尾部达人稳定产出。 (2)7+ョ 报告期内,自播方面,结合品牌上新、头部达人产品共创等带货热点,实现销售突破;达播方面,持 绿石展达人,全案框架合作达人,稳定基础产出。重点打造头部达入新品共创练员,现实现自己就是加入值。 绿石展达人,全案框架合作达人,稳定基础产出。重点打造头部达人新品共创练员,实现单品裁度集中 爆发;商卡(抖音商城)方面,承接达人外溢流量,进一步整合链接提高权重,以获取平台更多流量倾

报告期内。公司在法国巴黎成立欧洲科创中心,与杭州龙坞研发中心(包括研发创新中心和国际科学研究院)、上海研发中心等组成公司研发团队,进一步增强了公司的科研实力。 1、专利:2024年新申请国家发明专利35项、实用新型专利12项、外观设计专利17项、合计新申请 专利64项:2024年新获得5项国家授权发明专利。6项实用新型专利、14项外观设计专利。合计新获得

2、标准发布:报告期内,公司作为起草人,发布13项团体标准,2项国家标准。截至报告期末,公 司累计主等成参与制定国家标准19项条工行业标准4项,团体标准39项。 3、自研原料:报告期内,公司自研原料燕麦发酵液已成功支持珀莱雅品牌"循环系列"面膜新品上市(2024年5月),藜麦发酵液、木蝴蝶籽提取物已完成原料安全信息报送,将于2025年用于支持品牌

报告期内,浙江省经济和信息化厅认定公司"浙江省功效化妆品重点企业研究院"为"省重点企业研究院",公司项目成果获得浙江省科学技术进步奖三等奖;公司"用于护肤产品的高活性发酵紫苏籽

油制备技术"登记为浙江省科学技术成果;公司联合北京工商大学共同编撰发布《国人毛孔粗大表征 研究及护理指南》。 公司参与起草2项轻工业职业能力评价规范《化妆品功效评价师》和《评香师》。 在国内外期刊及学术会议上发表多篇论文,关于红宝石核心技术的研究成果《Mitigation of reti-

nol-induced skin irritation by physiologic lipids: Evidence from patch testing》在期刊《Journal of Co Dermatology》发表。 在IFSCC 国际化妆品科学大会发布多篇研究成果,恒光美白项目的论文首次口头演讲亮相IFSCC 国际平台、同时在IPSCC分享了"有关头皮油脂采样和脂质提取、测试及分析的方法研究"主题内容;在法国巴黎第6届全球抗衰老会议上发表演讲,介绍珀来雅红宝石精华3.0的功效数据等;参加由中国中西医结合学会主办的全国8.18护发日公益活动新闻发布会化妆品皮肤科学术年会》,并做了主 题为《温和有效洗发水的研制开发》的分享。

5.502年日1F: 报告期内, 深化现有战略合作方, 公司与上海交通大学系统医学院成立了"头皮健康联合实验, 与浙江大学、杭州电子科技大学、北京工商大学、华东理工大学、上海市皮肤病医院、中科欣杨, 药 明康德、浙江湃肽等进一步加深在材料、功能活性物、皮肤机理等方面的合作。

1.报告期内,湖州分公司凭借在节能环保、绿色低碳等方面的卓越表现,获得国家工业和信息化部公布的"国家级绿色工厂"荣誉。

2. 湖州分公司基于数字化设计, 智能化生产, 绿色化制造等方面的出色表现, 获得浙江省经信厅

"2024年前汇省未来工厂"荣誉"。 3、公司凭借"珀莱雅化妆品5G智能工厂项目"成功入选国家药品监督管理局信息中心评定的"智联共治典型案例",成为唯一人选的国货美妆企业,为美妆行业的数智化发展树立了标杆。 4. 拍棄雅智能工厂(龙驰地块)项目 2024年10月开工建设,由制造车间,检测年间,智能立体仓储等单体建筑组成,将引入45条全自动化生产线和全面的数字化软件系统等,进一步提高制造端对市场的反应速度,提升生产效率和产品质量,推动珀莱雅的高质量和可持续发展。

5. 报告期内, 公司持续深化节能降耗低碳运营管理改革, 依托先进的能源管理信息平台, 对中央 之调、工艺制冷、公司行实床代口和PP华民歌迎急音量起义单、水代元近世的能源管理信息于言、对于失空调、工艺制冷等主要用能设备,进行AI算法技术、实现能源使用的智能化监控与调度,进一步提高能源利用效率。2025年1月,湖州分公司顺利通过18050001 能源管理体系认证、标志着公司在能源管理体系建设及生产节能管理方面迈上了科学化、规范化、标准化的新合阶。 6. 报告期内, 湖州分公司智能物流中心投资3号智能立库的建设, 立体库通过采用先进的仓库管

理系统WMS、设备控制系统WCS、物流运输系统TMS以及仓库可视化系统数字孪生的搭建,实现了真 正意义上的黑灯仓储物流。 (八)新组织策略

1. 机制建设层面:报告期内,基于战略规划,构建完善的前中后合配合模式,深化数字化技术的应用,建设灵活、高效的组织运转机制。深化"高投入、高绩效、高回报"的"三高"价值回报理念、围绕业务战略,建立多元、有效的业务激励体系。 2、人才发展层面:报告期内,坚持国际化、年轻化的人才策略,引进与培育研发人才、设计人才、品

牌人才、打造活力、自駅 有创造力的年轻化団队。双通道晋升管理机制为专业型人才、管理型人才提供完善的成长通路,提升组织活力及人才储备厚度。 (九)数智化策略 1、三年规划:报告期内,公司完成2025-2027年三年数字化规划。围绕外部环境、行业标样数字化 、二十一級以11取百別的、公司元成265-2227年三十级十几級的,但或2个的40%(1)並於下数十亿实践公司内部情况、进行了数字化版图绘制,涵盖数字化目标、数字化场景(营销 研发 供吃煙 人力等领域),数字化数据底座、数字化协作机制的规划,为公司未来三年的数字化发展奠定了方向与路

径;此外,报告期内完成SAP策略规划,为2025年SAP升级打下基础。 2、业务运营赋能,报告期内,围绕营销,研发与人力等诸多场景,完成了一系列应用产品的选项、 开发与上线,助力多项业务运营人效显著提升。 3、经营决策献能,报告期内,在营销领域完成了BI看板的建设与持续迭代,成为业务决策的关键

辅助工具。通过自动集成多渠道。多维度的数据资源,全面提升品牌的数据管理能力和运营效率,为 营销领域费效比提升的经营决策提供精细化的数据支持。一方面助力管理层经营质量提升,另一方 面帮助品牌与渠道团队运营效率提升。 4、数据底座与系统基建:报告期内,持续完善数据基础建设与系统基础建设的精进,数据治理、数

据安全以及网络安全能力持续提升。 5.数字化文化:报告期内,公司举办效率先鋒大赛及AI创新应用大赛,收获多个高质量的数字化 效率提升与AI应用案例,数字化文化普及获得显著进展。 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

珀莱雅化妆品股份有限公司

证券代码:603605 证券简称:珀莱雅 公告编号:2025-009

珀莱雅化妆品股份有限公司 关于续聘2025年度会计师事务所的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不 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:
■ 拟聘任的会计师事务所名称:天健会计师事务所(特殊普通合伙)

珀楽雅化妆品股份有限公司(以下简称"公司"或"本公司")于2025年4月23日召开第四届董事会第三次会议,审议通过了《关于支付2024年度审计费用及续聘2025年度会计师事务所的议案》,拟 续聘天健会计师事务所(特殊普通合伙)为公司2025年度财务审计和内控审计机构。上述议案尚需 提交公司股东大会审议批准。现将具体情况公告如下: 一、拟聘任会计师事务所的基本情况

上年末执业人员数量 支术服务业,租赁和商务服务业,金融业,房地产业,交通运输 和邮政业,采矿业,农,林、牧、渔业,文化、体育和娱乐业,建筑 综合,住资和繁饮业,卫生和社会工作等

公(双)可自称"即以)特殊普通合伙)(以下简称"天健")具有良好的投资者保护能力,已按照相关 法律法规要求计提职业风险基金和购买职业保险。截至2024年末,累计已计提职业风险基金和购买 的职业保险累计赔偿限额会计超过2亿元。职业风险基金计摄及职业保险购买符会财政部关于《会计 师事务所职业风险基金管理办法》等文件的相关规定。

天健近三年因执业行为在相关民事诉讼中被判定需承担民事责任的情况如下:

天健近三年存在执业行为相关民事诉讼,在执业行为相关民事诉讼中存在承担民事责任情况。 承担民事實性出別前のCM P: 主張案情 天體作为年度也气 2019 已完結 (天體產 25%) 中產年报申計利為,沒年度也 全沙練 游易畫像。在在孫征寿雄康鄉法院 途審 費任 天體已程 案件中確別为其前確於,要求承担查 無數例

上述案件已完结,且天健已按期履行终审判决,不会对天健履行能力产生任何不利影响。 3、诚信记录 、减高记录 天體会计师事务所(特殊普通合伙)近三年(2022年1月1日至2024年12月31日)因执业行为受到行政处罚4次,监督管理措施13次、自律监管措施8次,纪律处分2次,未受到刑事处罚。67名从业人员近三年因执业行为受到行政处罚12人次,监督管理措施32人次、自律监管措施24人次,纪律处 分13人次,未受到刑事处罚。

	ATITION AND A					
1、基本						
项目组成员	姓名	何时成为注册 会计师	何时开始从事 上市公司审计	何时开始在天 健执业	何时开始为 本公司提供 审计服务	近三年签署或复核上市公司审计报告情况
项目合伙人	孙敏	2003年	2001年	2003年	2025年	签署万里扬、镇洋发展、松原股份、美力科技 等上市公司审计报告
签字注册会	孙敏	2003年	2001年	2003年	2025年	签署万里扬、镇洋发展、松原股份、美力科技 等上市公司审计报告
计师	吳少芳	2019年	2017年	2019年	2023年	2023年和2024年签署珀莱雅审计报告
质量控制复	건도백미	1007年	1006年	2012年	2025 Œ	签署或复核海南橡胶、寒武纪、精工科技、辉

2.诚信记录 项目合伙人、签字注册会计师、项目质量控制复核人近三年不存在因执业行为受到刑事处罚。受 到证监会及其派出机构、行业主管部门等的行政处罚、监督管理措施、受到证券交易所、行业协会等自 律组织的自律监管措施、纪律处分的情况。

、独立性 天健会计师事务所(特殊普通合伙)及项目合伙人、签字注册会计师、项目质量控制复核人不存在 可能影响独立性的情形。

2024年度财务审计费用160万元(含税),内控审计费用30万元(含税),合计人民币190万元(含税)。 2025年度天健会计师事务所(特殊普通合伙)的审计费用将根据审计工作量和市场价格由双方 审计收费定价原则主要基于专业服务所承担的责任和需投入专业技术的程度,综合考虑参与工

作人员的经验、级别对应的收费率以及投入的工作时间等因素定价。 二、拟续聘会计师事务所履行的程序 1、董事会审计委员会审议意见

公司董事会审计委员会对天健会计师事务所(特殊普通合伙)的专业胜任能力、投资者保护能力、独立性和诚信状况等进行了充分了解和审查,认为天健会计师事务所(特殊普通合伙)在对公司2024年度财务报告进行审计的过程中,严格遵照中国注册会计师审计准则的规定,履行了必要的审计程 全体股东,特别是中小股东的合法权益的情形。

2、董事会的审议和表决情况 公司于2015年4月23日召开的第四届董事会第三次会议审议通过(关于支付2024年度审计费用及续聘2025年度会计师事务所的议案),同意续聘天健会计师事务所(特殊普通合伙)为公司2025年度财务审计和内控审计机构,并提请股东大会授权董事会确认2025年度的具体审计费用。

本次聘任会计师事务所事项尚需提交公司股东大会审议,并自公司股东大会审议通过之日起生

珀莱雅化妆品股份有限公司

2025年4月25日 证券代码:603605 债券代码:113634 证券简称:珀莱雅 公告编号:2025-008 债券简称:珀莱转债

珀莱雅化妆品股份有限公司

2024年年度利润分配方案公告 本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存 其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

A股每股派发现金红利1.19元(含税),不进行资本公积金转增股本,不送红股。

 ▲次內間分配拟以珀莱雅化妆品股份有限公司(以下简称"公司")实施权益分派股权登记日已的总股本化排除公司回购专用账户中的股份为基数,具体日期将在权益分派实施公告中明确。
 ◆在实施权益分派的股权登记日前,因可转债转股等致使公司总股本发生变动的,公司拟维持 每股分配比例不变,相应调整分配总额。并将另行公告具体调整情况。

● 本次利润分配方案不会导致公司触及《上海证券交易所股票上市规则(2024年4月修订)》第 9.8.1条第一款第(八)项规定的可能被实施其他风险警示的情形。

·、利润分配方案内容

一)利润分配方案的具体内容

经天健会计师事务所供除等直合伙)审计,截至2024年12月31日,公司的母公司期末可供分配利润为人民币3,240,618,780.75元。经董事会决议,公司本次利润分配万案如下:以实施权益分派股权登记日的总股本(扣除公司回购专用证券账户中的股份)为基数,向在册全

及541款。 根据《上海证券交易所上市公司自律监管指引第7号——回购股份》等有关规定,上市公司以现金为对价、采用集中竞价方式、要约方式回购股份的,当年已实施的股份回购金额视同现金分红金额,纳入该年度现金分红的相关比例计算。公司2024年度通过集中竞价方式回购股份金额为人民币153, 038 949 37元(不今印花税 佣全等交易费用)

如2024年年度利润分配方案获2024年年度股东大会审议通过,则2024年度公司现金分红(包括 2024年年度拟派发金额以及2024年度集中竞价方式回购股份金额)占2024年度合并报表归属于上市

司股东净利润的40.07%。 如在实施权益分派股权登记日前,因可转债转股等事项致使公司总股本发生变动的,公司拟维持 每股分配比例不变,相应调整分配总额,并将另行公告具体调整情况。

本次利润分配方案尚需提交公司 (二)是否可能触及其他风险警		会审议。			
项目	本年度	上年度	上上年度		
现金分红总额(元)	468,903,708.70	509,830,268.38	246,662,694.93		
回购注销总额(元)	0.00	0.00	0.00		
归属于上市公司股东的净利润(元)	1,551,995,692.29	1,193,868,141.81	817,400,223.93		
本年度末母公司报表未分配利润(元)	3,240,618,780.75				
最近三个会计年度累计现金分红总额(元)	1,225,396,672.01				
最近三个会计年度累计回购注销总额(元)	0.00				
最近三个会计年度平均净利润(元)		1,187,754,686.01			
最近三个会计年度累计现金分红及回购注 销总额(元)	1,225,396,672.01				
最近三个会计年度累计现金分红及回购注 销总额是否低于5000万元	否				
现金分红比例(%)	103.17				
现金分红比例是否低于30%	否				
是否触及《股票上市规则》第9.8.1条第一款					

公司履行的决策程序

(八)项规定的可能被实施其他风险警示 的情形

(一)董事会会议的召开、审议和表决情况 公司于2025年4月23日召开公司第四届董事会第三次会议,以同意5票、反对0票、弃权0票的表决结果,审议通过了此次利润分配方案,并同意将该方案提交公司2024年年度股东大会审议。

(二)加申宏思见 监事会认为,本次利润分配方案客观反映公司2024年年度实际经营情况,符合有关法律法规和 《公司章程》的相关规定,利润分配方案的审议程序合法、合规,不存在损害公司股东利益的情况。综 上、监事会同意本次利润分配方案。

三、相关风险提示。 三、相关风险提示 1.本次利润分配方案结合了公司发展阶段、未来的资金需求等因素,不会对公司经营现金流产生 重大影响,不会影响公司正常经营和长期发展。 2、本次利润分配方案尚需提交公司2024年年度股东大会审议。

珀莱雅化妆品股份有限公司董事会 2025年4月25日

证券代码:603605 证券简称:珀莱雅 公告编号:2025-011 珀莱雅化妆品股份有限公司 关于2025年度公司及全资子公司

其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。 ■ 被担保人名称: 珀莱雅化妆品股份有限公司(以下简称"公司")、公司全资子公司杭州珀莱雅贸易有限公司(以下简称"珀莱雅贸易")、公司全资子公司香港星火实业有限公司(以下简称"香港星

担保额度预计的公告

● 本次担保金额及已实际为其提供的担保金额(不含本次) 1、公司拟在2025年度为珀莱雅贸易提供不超过人民币30,000万元的担保,截至本公告披露日,

公司为珀莱雅贸易提供的担保余额为人民币0万元 2、公司拟在2025年度为香港星火提供不超过人民币50,000万元的担保,截至本公告披露日,公 3、珀莱雅贸易拟在2025年度为公司提供不超过人民币60,000万元的担保,截至本公告披露日,

本次担保是否有反担保:无対外担保企的が思います。 ● 特別风险提示:被担保人香港星火的最近一期经审计的资产负债率超过70%,敬请投资者充分

珀莱雅贸易为公司提供的担保余额为人民币0万元

关注扣保风险。 1、为满足公司及合并报表范围内下属公司经营和发展需要,提高公司决策效率,在确保规范运作 和风险可控的前提下,拟对公司及合并报表范围内下属全资子公司2025年度的债务融资业务提供。 和风险可控的前提下,拟对公司及合并报表范围内下属全资子公司2025年度的债务融资业务提供。 额不超过14亿元的担保。其中,在2025年度公司对全资子公司的担保总额度内,资产负债率70%以 上的全资子公司之间可以相互调剂担保额度。上述担保预计额度包括对子公司提供的单笔超过公司

2024年度经审计净资产10%的担保的情形。

2.公司及其全资子公司可在的途额度范围内一次或分次提供担保,具体担保数额,期限、方式等 2.公司及其全资子公司可在的途额度范围内一次或分次提供担保,具体担保数额,期限、方式等 以相应合同约定为准。担保方式包含但不限于保证,抵押,质押。 3、上述担保额度经董事会,股东大会审议通过后,授权公司管理层在有效期及额度范围内行使决 策权并签署相关合同文件,具体事项由公司财务部负责组织实施。 4、本次担保计划经公司2024年年度股东大会审议通过后生效,有效期至公司下一年度股东大会

(二)本次担保事项履行的内部决策程序及尚需履行的决策程序

(二)本公(组)体事业规([7])内部决策和扩发(国)高舰([7])关策和扩 1、公司于2025年4月23日召开的第四届董事会第三次会议审议了《关于2025年度公司及全资子 公司担保额度预计的议案》,该议案以5.票同意,0.票反对,0.票弃权的表决结果审议通过。 2、公司于2025年4月23日召开的第四届董事会第三次会议审议了《关于2025年度公司及全资子 公司担保额度预计的议案》。公司监事会认为:公司关于2025年度公司及全资子公司之间提供担保 的事项履行了相关决策程序,表决程序符合相关法律、法规及《公司章程》等规定。被担保人为公司或 公司的全资子公司,经营稳定,资信状况良好,担保风险可控,不存在损害公司及全体股东利益的情

3、上述关于2025年度公司及全资子公司之间提供担保的事项需要提交公司股东大会审议

(一)香港星火实业有限公司 注册地点:FLAT C 23/F LUCKY PLAZA 315–321 LOCKHART ROAD WAN CHAI HK

经营范围:批发零售化妆品,日用百化,化妆品原料,化妆品技术开发,进出口

成立日期:2019年03月18日 成立日朔:2019年03月18日 注册资本:1,000万元人民币 登记证号码:70471954-000-03-25-A

金型 2024年12月31日、香港星火垒审计的总资产为167,813,718,03元,总负债为217,491,755.47元,其中流动负债为217,491,755.47元,总资产负债率为129,60%,其中银行贷款0.00元,归属于母公司所有者权益为-49,678,037.44元;2024年度实现营业收入103,226,933.78元,归属于母公司所有者的净 利润为306,056,25元,不存在影响被担保人偿债能力的或有事项。

香港星火为公司持有100%股份的全资子公司。 (二)杭州珀莱雅贸易有限公司 注册地点:浙江省杭州市西湖区西溪路588号1号楼1501室

成立日期:2011年06月14日 法定代表人:侯军呈

统一社会信用代码:91330106574396083A 经营挖阻一般项目:消毒剂销售(不含危险化妆品);化妆品批发;化妆品零售;日用百货销售;日用品销售;健康咨询服务(不含诊疗服务)(除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动)。许可项目;道路货物运输(不含危险货物)(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展

经营活动,具体经营项目以审批结果为准) 定量自604,条件至64岁日以中形6元本分组 截至2024年12月31日,班莱雅贸易经审计的总资产为257,630,272.50元,总负债为97,475.227.26 元,其中流动负债为96,485,306.60元,总资产负债率为37.84%,其中银行贷款0.00元,归属于母公司所有者权益为160,155,045.24元;2024年度实现营业收入420,739,199.74元,归属于母公司所有者的净利 闰为52,385,872.71元,不存在影响被担保人偿债能力的或有事项。

珀莱雅贸易为公司持有100%股份的全资子公司。 (三)珀莱雅化妆品股份有限公司

注册地点:浙江省杭州市西湖区留下街道西溪路588号 注定代表人, 侯军里

统一社会信用代码:91330100789665033F

注册资本:参亿政仟贴佰贰拾擊万贴仟政佰捌拾壹元 经营范围;许可项目:(化均品生产;消毒剂生产不含危险化学品);食品生产;保健食品生产;食品 销售;用于贷款等助给的消毒产品生产;卫生用品和一处性使用医疗用品生产(依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动,具体经营项目以审批结果为准。一般项目;化妆品批发;化妆 品零售;个人卫生用品销售;消毒剂销售不含危险化学品);日用百货销售;日用品销售;日用化学产品制造;化工产品销售不含许可类化工产品,划械设备销售;仅器仪表销售;五金产品批发;五金产品。零售;货物进出口;保健食品(预包装)销售;卫生用品和一次性使用医疗用品销售;第一类医疗器械销售,技术服务,技术不及、技术咨询,技术交流、技术转让、技术能广、物业管生产;第一类医疗器械销售;技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术能广、物业管 理,非居住房地产租赁,企业管理,普通货物仓储服务、不含危险化学品等需许可审批的项目;往房租赁;机械设备租赁;仓储设备租赁服务;办公设备租赁服务;特种设备出租;基础化学原料制造(不含危 险化学品等许可类化学品的制造);专用化学产品制造(不含危险化学品);专用化学产品销售(不含危 险化学品)(除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动)。

電空 2024年12月31日、拍楽雅化妆品股份有限公司经审计的总资产为7.530,182,694,00元、总负债为2,043,934,843,04元,其中流动负债为1,212,544,945.21元,资产负债率为27.14%,其中银行贷款 0.00元, 归属于母公司所有者权益为5.402,074,485.07元; 2024年度实现营业收入10,778,411,781.20 元,归属于母公司所有者的净利润为1.551,995,692.29元,不存在影响被担保人偿债能力的或有事项。 口商」中公司所有有的评价间分1.501.995092.29元,不停在影响放旦床入层顶能力的现有争观。 三,担保协议的主要内容 公司及相关子公司目前尚未签订具体担保协议内容,具体担保金额、担保方式等条款将在授权范

围内,以有关主体与金融机构实际确定的为准。 四、担保的必要性和合理性 本次担保预计是为了满足公司及公司下属子公司的日常经营需要,被担保对象均为公司和合并

报表范围内的全资子公司,违约风险和财务风险在公司可控范围内,不会损害公司利益。 公司董事会认为:上述扣保事项在审批程序上符合中国证监会和上海证券交易所的有关规定,被 在明本学文队分:1上20日本学少校1中1九年17上17日7日18111加云村工户组位分文初州的日大州企,被担保人为公司或公司的全资子公司,经营稳定。资信托风度好,担保风险可控,公司对于公司提供担保、子公司为公司提供担保不会损害公司和股东的利益。

八、系17/7년日時以底公理班日は市场以底 截至本公告披露日、公司及子公司提供的对外担保均为公司及子公司或子公司对公司的担保,担 保总额为人民币14亿元(不含本次),占公司最近一期经审计归属于上市公司的净资产的25.92%(不

含本次),不存在担保逾期的情形。 珀莱雅化妆品股份有限公司董事会

2025年4月25日

、累计对外担保数量及逾期担保的数量