

D430信息披露

2025年4月29日 星期二
制作:李 波 电话:010-83251716 E-mail:zqrb9@zqrb.sina.net

证券日报

公司代码:603630 公司简称:拉芳家化 公告编号:2025 - 015

拉芳家化股份有限公司 2024 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、华兴会计师事务所(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
经华兴会计师事务所(特殊普通合伙)审计,截至2024年12月31日,公司2024年度归属于上市公司股东的净利润为41,366,646.74元;母公司期末可供分配利润为人民币783,759,461.45元。根据《公司法》和《公司章程》的有关规定,公司根据战略规划及业务发展需要,本次利润分配方案如下:
1、公司拟向全体股东每10股派发现金红利0.90元(含税);以当前总股本225,204,580股,扣除公司回购专户的股份2,401,300股为基数,以此计算合计派发现金红利20,052,295.20元(含税),占公司2024年度归属于上市公司股东的净利润比例为48.47%;其余未分配利润全部结转下年度。2024年度不进行送股和资本公积金转股本。
此外,公司于2024年10月18日完成2024年半年度权益分派,每10股派发现金红利0.50元(含税),共计派发现金红利11,140,164.00元(含税)。
2024年度公司现金分红(包括中期已分配的现金红利)总额为31,192,459.20元(含税),现金分红金额占归属于上市公司股东净利润的比例为75.40%。
2、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》的相关规定,2024年度公司拟同现金分红金额,采用集中竞价方式实施的股份回购金额25,588,879.23元(不含交易费用),此部分占公司2024年归属于上市公司股东的净利润比例为61.86%。
经上2024年度公司现金分红和回购金额合计56,781,338.43元,占本年度归属于上市公司股东净利润的比例137.26%。
如在实施股权激励权益登记日期间,因股权激励授予等致使公司应分配股息(总股本扣除公司回购专用账户股份余额)发生变动的,拟维持每股分配比例不变,相应调整分红总额,并将另行公告具体调整情况。

第二节 公司简介

1、公司简介

股票简称	股票上市交易所	股票代码	变更前股票简称
拉芳家化	上海证券交易所	603630	/

联系方式	联系地址	证券事务代表
姓名	陈静	陈静
联系地址	汕头市龙湖区万兴工业路龙泰大厦	汕头市龙湖区万兴工业路龙泰大厦
电话	0754-8083139	0754-8083139
传真	0754-8083139	0754-8083139
电子邮箱	lafa@l326.com	lafa@l326.com

2、报告期公司主要业务简介
公司所处的行业为日用化学产品行业,根据证监会《上市公司行业分类指引》,公司归属于“化学原料和化学制品制造业”(C26)。
回顾2024年,全球经济复苏动能不足,国际环境错综复杂,国内经济恢复面临有效需求不足等挑战。国内需求仍显疲软,内需拉动增多的双重考验,但经济韧性下压力,实现了新的增长突破,推动消费市场整体平稳增长。根据国家统计局数据显示,2024年社会消费品零售总额48,895亿元,同比增长3.5%。其中,化妆品类的消费品零售额4,357亿元(限以上单位消费品零售额)同比下降1.1%,2024年全国网上零售额155,225亿元,同比增长7.2%。其中,实物商品网上零售额130,816亿元,增长6.5%,占社会消费品零售总额的比重为26.8%;在实物商品网上零售额中,用品类增长6.3%。
中国护肤市场正在经历从产品同质、品牌导向到消费人群及内容的升级,已经逐渐摆脱依赖欧美品牌的传统发展模式,步入打造触动人心的品牌新阶段。随着市场竞争加剧,本土日化企业纷纷进军洗护市场,本土化趋势愈发明显。这一系列变革标志着中国洗护行业正迈向一个以消费者为核心、注重品牌内涵和品质的新时代。
公司在洗护领域积累了丰富的行业经验和人才,具有较强的技术能力和行业影响力;综合日化行业业务数据,公司在国内洗护产品市场占据一定的市场份额。

(一)、主营业务
公司主要从事洗护产品、护肤品、彩妆产品的研发、生产和销售。目前拥有的自主洗护品牌主要有“拉芳”、“雨洁”和“美多丝”等,独家代理海外优质洗护品牌“瑞铂斯”。

1、自主品牌
(1)拉芳品牌:为万千中国消费者提供全方位的护肤护发产品,品牌历史积淀深厚。



(3)美多丝品牌:追求“美+生命力”的高颜值护肤品牌,旨在为消费者提供专业护发解决方案,始终追求完美艺术的完美与极致,唤醒女性与生俱来的自信和美丽。



2、代理品牌
瑞铂斯品牌:德国专业院线护肤品牌,重启年轻肌因。



公司在产品研发、品牌提升及管理、营销渠道深耕等方面持续发力,以满足消费者日益增长的高质量产品与服务需求,不断提升公司的市场占有率。

(二)、经营模式
报告期内,公司销售模式和生产模式未发生重大变化。

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

	2024 年	2023 年	本报告上半 年(1-6 月)	2022 年
总资产	2,146,427,354.64	2,180,442,832.01	-1.56	2,161,849,768.53
归属于上市公司股东的所有者权益	1,931,665,094.76	1,968,547,704.00	-2.54	1,934,008,412.44
营业收入	888,716,684.00	859,785,238.35	3.36	887,124,422.08
归属于上市公司股东净利润	41,366,646.74	65,499,027.03	-36.84	59,233,721.50
归属于上市公司股东的净利润	40,105,797.56	70,151,877.40	-42.83	15,256,610.16
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	161,421,214.02	161,880,829.85	9.96	141,763,274.58
归属于上市公司股东的净利润	2.11	1.36	减少1.23个百分点	3.12
基本每股收益(元)	0.19	0.29	-34.48	0.26
稀释每股收益(元)	0.19	0.29	-34.48	0.26

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)	第二季度 (4-6 月)	第三季度 (7-9 月)	第四季度 (10-12 月)
营业收入	224,592,188.49	264,085,552.11	241,243,995.78	219,128,548.52
归属于上市公司股东净利润	27,939,762.04	9,239,961.67	17,955,877.49	-13,268,954.49
归属于上市公司股东净利润	27,284,384.72	13,856,999.01	15,395,200.34	-10,838,077.07
归属于上市公司股东净利润	10,450,936.41	8,134,989.07	69,561,210.92	-25,452,833.70

季度数据与已披露定期报告数据差异说明
□适用 √不适用

4、控股股东
4.1 报告期内及本报告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

前十名股东持股情况(不含通过融资融券出借股份)						
股东名称 (全称)	报告期末 持股数量	期末持股 数量	比例(%)	持有有限 售条件的 股份数量	质押、冻结或 司法冻结情况	股东 性质
吴桂谦	0	69,503,831	30.86	0	质押	境内自然人
湖州德商开投有限公司	0	42,320,217	18.79	0	无	境外法人
吴国涛	0	20,545,083	9.12	0	质押	境内自然人
深圳市德商开投投资企业(有限 合伙)	0	2,375,821	1.05	0	无	其他
拉芳	514,000	966,291	0.43	0	无	境内自然人
招商银行股份有限公司—博道汇 合混合证券投资基金	919,700	919,700	0.41	0	无	其他
熊洪兴	-37,000	828,000	0.37	0	无	境内自然人
林文琴	724,000	724,000	0.32	0	无	境内自然人
杨海清	203,400	667,000	0.30	0	无	境内自然人
周瑞福	430,300	620,000	0.28	0	无	境内自然人

上述股东关联关系或一致行动的说明
1、股东吴桂谦、吴国涛、湖州开投基金为实际控制人 Luensu Wu 为一致行动人。
2、湖州开投基金为湖州开投基金合伙企业(有限合伙)的有限合伙人,普通合伙人湖州开投基金投资有限公司。湖州开投基金为湖州开投基金合伙企业(有限合伙)的有限合伙人,普通合伙人湖州开投基金投资有限公司。
3、未知公司与其他股东之间是否存在关联关系,未知是否存在一致行动人,未知是否存在其他一致行动人。
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
□适用 √不适用
4.4 报告期内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。

2024年,公司在董事会的领导下,聚焦增长和效率两大核心目标,完善企业管理制度,优化管理结构,提高治理水平,稳步推进业务转型升级,通过精细化管理,实现线上与线下渠道的深度融合、精准覆盖广泛的市场群体,推动声量和销量双转化,助推品牌实现快速增长。未来,公司将继续聚焦品牌建设,以创新驱动发展,提升为消费者提供高品质产品的能力。
(1) 自有品牌
①拉芳品牌:以“强研发、中国芳”为品牌定位,通过30年的发用面自研,凭借自主研发的中国人头发自研专业研第5代芯修护科技,成功升级拉芳芯修护系列产品。升级后的全新系列产品不仅实现芯修护科技与发芯韧性的双重提升,并优化了发芯中二硫键的健康状态,树立了中国原创研发的新标杆。在香发类,全新系列以“中国芳”为核心,运用活花萃取技术,将中国传统花香复刻并优化,使中国香氛深入人心,进一步强化“中国拉芳”品牌力。
拉芳品牌在销售端市场上,持续深化全渠道战略,实现线上线下协同发展。线上渠道聚焦大单品打造,通过精准营销和数字化运营将全新发芯科技打造成线上爆品,满足消费者对发芯修护发芯韧性的期待,优质的用户体验使其在抖音等电商平台收获大量好评,多次上热搜品牌细分品类榜单,极大提升拉芳品牌的美誉度;线下渠道不断延伸和丰富拉芳品牌产品,通过不同产品组合,增强品牌影响力,提升终端运营效率,稳固品牌市场占有率。拉芳品牌已稳固了市场份额,更实现了销量和品牌影响力的双增长。
2024年下半年,公司在国产护肤领域持续“爱,让生活更美好”的品牌理念,尝试在洗护领域探索和寻找美妆护肤品类的新增长点,首款“品”拉芳抗衰紧致焕肤霜“成团上市,不仅吸引了忠实用户,还收获了大量的线上店铺消费者好评,销量稳步增长,品牌口碑在逐步积累,在国产护肤领域初有成效。

②雨洁品牌:多维并举,以年轻化战略提升品牌影响力
雨洁品牌持续以高速增长化为目标,签约新主播代工人,提升品牌的知名度和美誉度,在年轻消费群体中树立鲜明形象,推动新用户群体渗透。同时精准把握主流群体,多平台有序地开展网络种草行动,凭借结合年轻群体的创意内容输出,引发关注互动,实现全渠道流量收割,搭建与年轻消费者沟通的桥梁,借助双(种)媒体及多部门联动,在高端人群中植入品牌,高效广告输出,通过多平台市场和空间植入,打造了品牌事件,吸引年轻受众,积累忠实年轻粉丝群体,实现品牌量和销量的双提升。
③美多丝品牌:精准定位中高端市场,产品升级提升消费
美多丝品牌以足对市场的深刻洞察,精准锁定中高端市场,将都市白领以精致精致这两大群体锁定为主目标市场。深入洞察其在洗护方面的多元化诉求,积极调整优化产品线打造更为丰富多元的产品组合,推出功效性强大的系列单品,满足消费者的个性化需求,让每一位选择美多丝的消费者感受专业的中高端洗护之旅。
(2) 瑞铂斯品牌:明星加持助力溯源之旅,高端院线护肤艺术揭秘
瑞铂斯品牌明星吴桂谦开启溯源之旅,探访德国SPA体验,创始人对话与参观总部等,展示品牌魅力,提升了瑞铂斯品牌在年轻受众中的影响力。同时,瑞铂斯携手抖音平台小R进行了德国总部溯源及直播项目,实现品牌溯源之旅。CMV 超500+。
在国内市场,瑞铂斯走差异化路线,开展“奢奢奢奢”致敬溯源之旅,与核心博主、店家等紧密合作,促进品牌年轻化,为618大促奠定基础。此外,瑞铂斯联合广东丽思卡尔酒店开展“微活护理”疗程,获2024年中国养生与水疗颁奖典礼“年度高创造力身体疗程大奖”,强化了SPA渠道的竞争与品牌影响力。
(三)、主要业务
公司主要从事洗护产品、护肤品、彩妆产品的研发、生产和销售。目前拥有的自主洗护品牌主要有“拉芳”、“雨洁”和“美多丝”等,独家代理海外优质洗护品牌“瑞铂斯”。

1、自主品牌
(1)拉芳品牌:为万千中国消费者提供全方位的护肤护发产品,品牌历史积淀深厚。
(2)雨洁品牌:专业去屑护发品牌,净爽生活,让每一位消费者的头皮健康。
(3)美多丝品牌:追求“美+生命力”的高颜值护肤品牌,旨在为消费者提供专业护发解决方案,始终追求完美艺术的完美与极致,唤醒女性与生俱来的自信和美丽。

公司在产品研发、品牌提升及管理、营销渠道深耕等方面持续发力,以满足消费者日益增长的高质量产品与服务需求,不断提升公司的市场占有率。
(二)、经营模式
报告期内,公司销售模式和生产模式未发生重大变化。
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

	2024 年	2023 年	本报告上半 年(1-6 月)	2022 年
总资产	2,146,427,354.64	2,180,442,832.01	-1.56	2,161,849,768.53
归属于上市公司股东的所有者权益	1,931,665,094.76	1,968,547,704.00	-2.54	1,934,008,412.44
营业收入	888,716,684.00	859,785,238.35	3.36	887,124,422.08
归属于上市公司股东净利润	41,366,646.74	65,499,027.03	-36.84	59,233,721.50
归属于上市公司股东的净利润	40,105,797.56	70,151,877.40	-42.83	15,256,610.16
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	161,421,214.02	161,880,829.85	9.96	141,763,274.58
归属于上市公司股东的净利润	2.11	1.36	减少1.23个百分点	3.12
基本每股收益(元)	0.19	0.29	-34.48	0.26
稀释每股收益(元)	0.19	0.29	-34.48	0.26

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)	第二季度 (4-6 月)	第三季度 (7-9 月)	第四季度 (10-12 月)
营业收入	224,592,188.49	264,085,552.11	241,243,995.78	219,128,548.52
归属于上市公司股东净利润	27,939,762.04	9,239,961.67	17,955,877.49	-13,268,954.49
归属于上市公司股东净利润	27,284,384.72	13,856,999.01	15,395,200.34	-10,838,077.07
归属于上市公司股东净利润	10,450,936.41	8,134,989.07	69,561,210.92	-25,452,833.70

季度数据与已披露定期报告数据差异说明
□适用 √不适用

4、控股股东
4.1 报告期内及本报告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

产品技术研发、研发方向把控、研发资源分配、研发团队绩效考核等方面采用系统化管控方式,有效推动“产品技术双驱动”模式落地。

产品方面成果丰硕,“丽洁科技SmartClean”“丽洁科技洁齿精华液”获国家药品监督管理局《特殊化妆品注册证》批准,并获2024年广东省“双百计划”重点研发项目立项。

产学研合作持续深化,与清华大学深圳研究生院合作《化妆品配方与工艺》,与福建医科大学合作《化妆品配方与工艺》,与广东省化妆品质量监督检验中心

上述股东关联关系或一致行动的说明
1、股东吴桂谦、吴国涛、湖州开投基金为实际控制人 Luensu Wu 为一致行动人。
2、湖州开投基金为湖州开投基金合伙企业(有限合伙)的有限合伙人,普通合伙人湖州开投基金投资有限公司。湖州开投基金为湖州开投基金合伙企业(有限合伙)的有限合伙人,普通合伙人湖州开投基金投资有限公司。
3、未知公司与其他股东之间是否存在关联关系,未知是否存在一致行动人,未知是否存在其他一致行动人。
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
□适用 √不适用
4.4 报告期内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。

2024年,公司在董事会的领导下,聚焦增长和效率两大核心目标,完善企业管理制度,优化管理结构,提高治理水平,稳步推进业务转型升级,通过精细化管理,实现线上与线下渠道的深度融合、精准覆盖广泛的市场群体,推动声量和销量双转化,助推品牌实现快速增长。未来,公司将继续聚焦品牌建设,以创新驱动发展,提升为消费者提供高品质产品的能力。
(1) 自有品牌
①拉芳品牌:以“强研发、中国芳”为品牌定位,通过30年的发用面自研,凭借自主研发的中国人头发自研专业研第5代芯修护科技,成功升级拉芳芯修护系列产品。升级后的全新系列产品不仅实现芯修护科技与发芯韧性的双重提升,并优化了发芯中二硫键的健康状态,树立了中国原创研发的新标杆。在香发类,全新系列以“中国芳”为核心,运用活花萃取技术,将中国传统花香复刻并优化,使中国香氛深入人心,进一步强化“中国拉芳”品牌力。
拉芳品牌在销售端市场上,持续深化全渠道战略,实现线上线下协同发展。线上渠道聚焦大单品打造,通过精准营销和数字化运营将全新发芯科技打造成线上爆品,满足消费者对发芯修护发芯韧性的期待,优质的用户体验使其在抖音等电商平台收获大量好评,多次上热搜品牌细分品类榜单,极大提升拉芳品牌的美誉度;线下渠道不断延伸和丰富拉芳品牌产品,通过不同产品组合,增强品牌影响力,提升终端运营效率,稳固品牌市场占有率。拉芳品牌已稳固了市场份额,更实现了销量和品牌影响力的双增长。
2024年下半年,公司在国产护肤领域持续“爱,让生活更美好”的品牌理念,尝试在洗护领域探索和寻找美妆护肤品类的新增长点,首款“品”拉芳抗衰紧致焕肤霜“成团上市,不仅吸引了忠实用户,还收获了大量的线上店铺消费者好评,销量稳步增长,品牌口碑在逐步积累,在国产护肤领域初有成效。

②雨洁品牌:多维并举,以年轻化战略提升品牌影响力
雨洁品牌持续以高速增长化为目标,签约新主播代工人,提升品牌的知名度和美誉度,在年轻消费群体中树立鲜明形象,推动新用户群体渗透。同时精准把握主流群体,多平台有序地开展网络种草行动,凭借结合年轻群体的创意内容输出,引发关注互动,实现全渠道流量收割,搭建与年轻消费者沟通的桥梁,借助双(种)媒体及多部门联动,在高端人群中植入品牌,高效广告输出,通过多平台市场和空间植入,打造了品牌事件,吸引年轻受众,积累忠实年轻粉丝群体,实现品牌量和销量的双提升。
③美多丝品牌:精准定位中高端市场,产品升级提升消费
美多丝品牌以足对市场的深刻洞察,精准锁定中高端市场,将都市白领以精致精致这两大群体锁定为主目标市场。深入洞察其在洗护方面的多元化诉求,积极调整优化产品线打造更为丰富多元的产品组合,推出功效性强大的系列单品,满足消费者的个性化需求,让每一位选择美多丝的消费者感受专业的中高端洗护之旅。
(2) 瑞铂斯品牌:明星加持助力溯源之旅,高端院线护肤艺术揭秘
瑞铂斯品牌明星吴桂谦开启溯源之旅,探访德国SPA体验,创始人对话与参观总部等,展示品牌魅力,提升了瑞铂斯品牌在年轻受众中的影响力。同时,瑞铂斯携手抖音平台小R进行了德国总部溯源及直播项目,实现品牌溯源之旅。CMV 超500+。
在国内市场,瑞铂斯走差异化路线,开展“奢奢奢奢”致敬溯源之旅,与核心博主、店家等紧密合作,促进品牌年轻化,为618大促奠定基础。此外,瑞铂斯联合广东丽思卡尔酒店开展“微活护理”疗程,获2024年中国养生与水疗颁奖典礼“年度高创造力身体疗程大奖”,强化了SPA渠道的竞争与品牌影响力。
(三)、主要业务
公司主要从事洗护产品、护肤品、彩妆产品的研发、生产和销售。目前拥有的自主洗护品牌主要有“拉芳”、“雨洁”和“美多丝”等,独家代理海外优质洗护品牌“瑞铂斯”。

1、自主品牌
(1)拉芳品牌:为万千中国消费者提供全方位的护肤护发产品,品牌历史积淀深厚。
(2)雨洁品牌:专业去屑护发品牌,净爽生活,让每一位消费者的头皮健康。
(3)美多丝品牌:追求“美+生命力”的高颜值护肤品牌,旨在为消费者提供专业护发解决方案,始终追求完美艺术的完美与极致,唤醒女性与生俱来的自信和美丽。

公司在产品研发、品牌提升及管理、营销渠道深耕等方面持续发力,以满足消费者日益增长的高质量产品与服务需求,不断提升公司的市场占有率。
(二)、经营模式
报告期内,公司销售模式和生产模式未发生重大变化。
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

	2024 年	2023 年	本报告上半 年(1-6 月)	2022 年
总资产	2,146,427,354.64	2,180,442,832.01	-1.56	2,161,849,768.53
归属于上市公司股东的所有者权益	1,931,665,094.76	1,968,547,704.00	-2.54	1,934,008,412.44
营业收入	888,716,684.00	859,785,238.35	3.36	887,124,422.08
归属于上市公司股东净利润	41,366,646.74	65,499,027.03	-36.84	59,233,721.50
归属于上市公司股东的净利润	40,105,797.56	70,151,877.40	-42.83	15,256,610.16
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	161,421,214.02	161,880,829.85	9.96	141,763,274.58
归属于上市公司股东的净利润	2.11	1.36	减少1.23个百分点	3.12
基本每股收益(元)	0.19	0.29	-34.48	0.26
稀释每股收益(元)	0.19	0.29	-34.48	0.26

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)	第二季度 (4-6 月)	第三季度 (7-9 月)	第四季度 (10-12 月)
营业收入	224,592,188.49	264,085,552.11	241,243,995.78	219,128,548.52
归属于上市公司股东净利润	27,939,762.04	9,239,961.67	17,955,877.49	-13,268,954.49
归属于上市公司股东净利润	27,284,384.72	13,856,999.01	15,395,200.34	-10,838,077.07
归属于上市公司股东净利润	10,450,936.41	8,134,989.07	69,561,210.92	-25,452,833.70

季度数据与已披露定期报告数据差异说明
□适用 √不适用

4、控股股东
4.1 报告期内及本报告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

归属于上市公司股东的净利润(万元)	41,366,646.74	65,499,027.03	29,233,721.50
本期末上市公司股东未分配利润(元)	783,759,461.45		
最近三个会计年度累计现金分红总额(元)	138,711,558.23		
最近三个会计年度累计回购总额(元)	0.00		
最近三个会计年度平均净资产收益率	55.36%		
最近三个会计年度累计现金分红及回购总额占总额(元)	138,711,558.23		
最近三个会计年度累计现金分红及回购总额占总额(%)是否低于5.000万元	否		
现金分红比例(%)	250.53%		
现金分红比例(%)是否低于30%	否		
否触及《上市公司回购9.1条第一款(A)项规定的可能触及其他风险警示的情形			

二、公司履行的决策程序

1. 董事会会议的决议和表决情况

上述股东关联关系或一致行动的说明
1、股东吴桂谦、吴国涛、湖州开投基金为实际控制人 Luensu Wu 为一致行动人。
2、湖州开投基金为湖州开投基金合伙企业(有限合伙)的有限合伙人,普通合伙人湖州开投基金投资有限公司。湖州开投基金为湖州开投基金合伙企业(有限合伙)的有限合伙人,普通合伙人湖州开投基金投资有限公司。
3、未知公司与其他股东之间是否存在关联关系,未知是否存在一致行动人,未知是否存在其他一致行动人。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明
无

规定,同时也是公司积极践行“国九条”,发挥示范引领作用的积极举措,充分考虑了公司2024年度经营状况、日常生产经营需要以及未来发展的资金需求等综合因素,与公司发展规划相符,有利于公司的正常经营和健康发展,具备合法性、合规性、合理性,符合公司及全体股东的利益。

三、相关风险提示
本次利润分配预案综合考虑了公司发展阶段、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,不会对公司生产经营和长期发展产生不利影响。

本次利润分配方案尚需提交公司2024年年度股东大会审议通过,敬请广大投资者注意投资风险。
特此公告。
拉芳家化股份有限公司董事会
2025年4月29日

证券代码:603630 证券简称:拉芳家化
拉芳家化股份有限公司
2025 年第一季度报告