

证券代码：300740

证券简称：水羊股份

公告编号：2023-030

债券代码：123188

债券简称：水羊转债

水羊集团股份有限公司

2022 年年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：不适用。

非标准审计意见提示

适用 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以本报告摘要披露日公司总股本 389,383,616 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	水羊股份	股票代码	300740
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称	御家汇		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	吴小瑾	欧丹青	
办公地址	长沙市岳麓区谷苑路 390 号 1 栋综合楼 101-1	长沙市岳麓区谷苑路 390 号 1 栋综合楼 101-1	
传真	0731-82285158	0731-82285158	
电话	0731-85238868	0731-85238868	
电子信箱	ir@syounggroup.com	ir@syounggroup.com	

2、报告期主要业务或产品简介

1、经营情况描述

报告期内，受宏观经济及外部环境的影响，公司实现营业收入 472,238.63 万元，同比下降 5.74%；实现归属于上市公司股东的净利润 12,478.55 万元，同比下降 47.22%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 9,669.07 万元，同比下降 55.05%。本期营业收入、净利润以及归属于上市公司股东的净利润下滑的主要原因是外部不良因素的影响以及公司自有品牌升级暂未实现充分效益，同时，公司为长远发展储备人才，公司人力成本增加，研发投入加大，影响公司本期经营业绩。

2、报告期具体业务回顾和战略执行情况

报告期内，公司坚持四双战略：持续实施“研发赋能品牌，数字赋能组织”的双科技赋能；坚持“自有品牌与代理品牌双业务驱动”的发展战略；有序推动“内部平台生态化，外部生态平台化”的双平台生态建设；以长期的确定性战略应对短期不确定性。

（1）研发与数字双科技赋能战略

研发方面，报告期内，水羊股份成功签约江南大学陈坚院士作为首席科学家，并同步于第二届水羊科技创新峰会上发布了独占 11 项专利技术的全球最小分子透明质酸技术，且已实现酶切小分子透明质酸微 800、微 400 的量产。公司在持续推动原料创新、产品创新，广纳人才，加强基础设施建设，推动校企联合上，不断加快成果转化应用，积极、全面推进研发赋能产品、产品赋能品牌战略。报告期内，公司共申请了 44 项发明专利、55 项外观专利，获得 20 项发明专利、

13 项实用新型专利、37 项外观专利的授权；发表论文 8 篇，包括 SCI4 篇，不断推进研发创新。报告期内，公司持续加大研发投入，同期研发费用增长达到 35%。

原料创新方面，公司内外自研项目与产学研同步开展，持续进行中国传统原料创新研发及纳米载体、生物发酵、生物节律等前沿技术领域研究，包括黑参提取物、二次发酵灵芝本草新酵素、茶提取物等传统来源材料创新研究，以及伊利水云母、四氢嘧啶、视黄醇等新技术新原料研发，目前已成功实现多款原料自主掌控。

产学研合作方面，与江南大学王振教授开展的“视黄醇在化妆品中的应用技术开发”课题，开发出具有优异稳定性和抗聚结性能纳米乳液，进一步提升了视黄醇酯在化妆品配方中的更有效应用；与江南大学康振教授团队展开联合研发“发酵四氢嘧啶的重组菌的构建”，通过工程化菌株高效生产四氢嘧啶，现已完成四氢嘧啶的发酵中试及后处理工艺开发。

产品创新方面，建立细分研究中心，鼓励产品创新，提高公司产品研究深度和储备丰度，同时建立研发 AB 竞研机制，提高研发人员活力。报告期内，共申请组合物核心专利 10 项，均已应用于旗下自有品牌产品配方中，有效实现了产品更新迭代及产品品质的提升。

在质量管理体系方面，建立全流程的多交叉产品闭环质量管理机制，覆盖从产品开发，上市前，上市后的全过程质量管控机制，同时积极落实“数字赋能组织”的战略方针，完善应用实验室信息管理 LIMS 系统，进一步巩固水羊质量信息化平台，实现从原料-半成品-成品-售后的全流程、全供应链数字化管理。同时开展水羊智能工厂质量管理体系建设，积极落实《化妆品生产质量管理规范》，先后通过生产许可证审核、ISO9001 和 ISO22716 审核、GMPC (US)、屈臣氏审核以及质量飞行检查。

数字化方面，2022 年公司技术团队以协作和数字化经营为核心目标，持续迭代数字化美妆平台。业务联接方面建设 4 个联接平台提升消费者、达人及品牌方外部协作效率；加速业务中台建设，品牌中心、商品中心、权限中心大幅提升内部协作效率建设了统一的经营数据指标体系，为品牌经营，大单品打造提供数据决策支持。

（2）自有品牌与代理品牌双业务驱动战略

公司秉承“让人类享受肌肤之美的企业使命”，推动“自有品牌与代理品牌双业务驱动”的发展战略。报告期内实现自有品牌全面升级与代理品牌的持续发展。

自有品牌方面，御泥坊进一步推进品牌升级、优化产品体系、深耕渠道运营、丰富品牌内涵，持续为东方女性提供东方护肤解决方案。品牌方面，以“传盛唐、美东方”为品牌主张，深耕盛唐文化，升级用户触点体验，塑造品牌心智的一致性；产品方面，针对东方女性五大肌肤问题，构建全新“春江花月夜”产品体系，打造兼具艺术价值及护肤功效的东方女性护肤解决方案，新品占比逐步提升；市场方面，“422 品牌周年庆”上首次亮相御泥坊品牌全新理念及产品体系，结合平台项目资源“年度会员日”打造全网超 1 亿的曝光，触达千万用户，不断沉淀优质会员，并通过微 800 玻尿酸次抛精华、微 400 抗衰精华等高客单产品逐步实现品牌高价值人群的拉升，获得较高口碑反馈。

新锐品牌方面，大水滴专注熬夜护肤细分赛道，品牌升级围绕不同熬夜肌肤问题推出 22 点基础护理、0 点密集护理及 3 点紧急护理的产品体系，并成功通过点涂祛痘精华细分品类切入市场，大单品祛痘精华销售量超 200 万瓶，利用品牌及内容增长，实现品牌快速破圈，品牌年增速超 1400%；小迷糊品牌定位于年轻肌科学护理专家，倡导科学护肤不过度，致力于为年轻肌提供精简有效的肌肤护理。其专研年轻肌屏障养护专利成分肌肤源力因子，能有效维稳年轻肌健康肌肤状态，单品洁颜蜜 5 月上线即获一众达人、用户高度口碑认可，被尹可以、露露黄了等、知名美妆护肤达人推荐。男士护肤品牌全线升级为“御”，精准定位专研男士压力肌肤，为当代都市压力青年提供一套精简高效的肌肤解决方案，品牌在压力肌赛道的研发和成果都走在世界前列，并作为中国品牌登上《CHINA DAILY》，向全球展现中国品牌的探索与思考。报告期内品牌客单提升 180%，已正式迈入中端品牌梯队。“VAA”品牌致力于打造自然骨相妆的美妆品牌，秉承着为东方女性量身定制自然骨相妆的初心，品牌持续发力于产品创新和细分品类深耕，中性灰修容和小轻罐卸妆膏收获明星化妆师王亚飞全渠道种草，以及多位头部美妆博主的喜爱，其中小轻罐卸妆膏获得业内知名美容杂志瑞丽颁发的“贵妇挚爱养肤卸妆膏”大奖，并于 2022 年进入抖音卸妆产品年度金榜 TOP3。

2022 年 7 月，公司收购日法高奢护肤品牌 EDB，通过聚焦品牌心智的进一步塑造、产品梯队建设及市场活动宣传，以及在高端百货、高端酒店 SPA 渠道的布局，品牌会员进一步渗透中国高端人群，成为 SKP-S 高端护肤线 TOP2 品牌。同时，公司还完成了对法国敏感肌院线品牌 Pier Augé 的投资，品牌深耕精致宝妈以及资深中产圈，通过精准 KOL、KOC 合作以及 SKP、IFS 等高端百货布局，敏感肌修护心智得到进一步传递，双 11 期间品牌单品融雪面膜取得淘系进口涂抹面膜品类排名 TOP1。海外优秀品牌的收购进一步提升公司在自主高端品牌的建设，丰富了品牌矩阵，同时也加强了海外研发及供应链能力、以及海外高端渠道的拓展能力，提升了公司全球协同效应，迈出了国际化发展的关键步伐。

代理品牌方面，公司与强生的合作逐步进入良性发展轨道，业绩稳步增长。日本皮肤学护肤品牌城野医生，明星单

品 377 美白精华为天猫热销 TOP4 的美白精华，双 11 期间天猫销售额同比增长超过 100%，同时 377 面霜跃居天猫大众美白面霜 TOP1；抗初老先锋品牌露得清稳居天猫 A 醇销量 TOP1，在 618、双 11 大促期间，其单品 A 醇晚霜蝉联天猫国际乳液面霜第 TOP1；国民经典品牌大宝，单品 SOD 蜜稳居淘系乳液面霜销量 TOP1，B5 修护乳新品上线实现突破性销量；百年专业漱口水品牌李施德林，连续 8 年稳居漱口品类 TOP1，线上份额持续上涨；美国专业生发品牌 Rogaine，报告期内蝉联天猫国际医药生发品类 TOP1，京东渠道实现国际医药品类 TOP5；全球第一母婴品牌强生婴儿，打造全龄覆盖多品类爆款梯队，宝宝润肤油销量稳居天猫润肤油 TOP2，并加强儿童线布局，洗发水等产品实现较快增长。其他代理品牌方面，打造水羊国际平台多梯队品牌矩阵，在不同细分市场、细分品类孵化优势品牌。彩妆品类，孵化米兰秀场彩妆品牌 LORD & BERRY，覆盖中国年轻彩妆人群，品牌热度稳步增长，报告期内中国市场规模实现近 500% 增长，核心单品超模粉底液稳居天猫进口粉底液排行榜 TOP2；意大利米兰时装周御用彩妆品牌 KIKO，大单品防晒粉饼稳居淘系粉饼类目产品 TOP1，同时还被授予 2022 年天猫美妆新品牌行业奖的年度定妆奖；护肤品类，芬兰国民天然护肤品牌 LUMENE，单品极地面霜成为全网现象级北欧保湿面霜，产品热度及销售量实现大幅增长；美容品类，西班牙专业院线品牌美斯蒂克 (mesoestetic)，为全球 100 多个国家和地区的高端美容机构、皮肤科医生提供院线级产品，2022 年实现品牌营收同比增长 300%，抖音渠道营收同比增长超 700%，明星产品亮白饮成为天猫、抖音丽人海外膳补类目 TOP1。

(3) 内部平台的生态化，外部生态平台化的双平台生态战略

公司致力于美妆行业的共同发展，从内到外打造美妆产业健康发展的生态平台。“水羊生态联盟”秉承着为美而生、共通互赢、共创生态的理念，致力于打造一个跨区域、跨领域、跨平台的美妆生态联盟，共同推动行业发展，并为联盟成员提供一个信息共享、联合创新、资源协同、投资赋能的平台。公司大力支持优秀品牌的发展，开放自有平台提供资本、研发等资源扶持。报告期内，针对“水羊联盟”成员，多次举办行业峰会及内部沙龙，联合进行技术创新应用，共享供应链平台，开放研发实验室及产品共创，共享检测平台等，并协同公司新媒体运营，IT 数字化系统等资源，为成员全方面提供产业赋能支持。同时，围绕公司内外部企业为核心，致力于结合优质供应商、品牌合作方、投资企业、品牌服务商、研发机构为重要助力，推动行业及优秀企业的共同发展，合作共赢。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

元

	2022 年末	2021 年末	本年末比上年末增减	2020 年末
总资产	3,649,040,494.10	2,745,404,335.50	32.91%	2,172,512,088.04
归属于上市公司股东的净资产	1,744,336,854.55	1,599,352,613.84	9.07%	1,353,305,678.69
	2022 年	2021 年	本年比上年增减	2020 年
营业收入	4,722,386,308.54	5,010,121,537.14	-5.74%	3,715,035,387.78
归属于上市公司股东的净利润	124,785,487.03	236,419,923.76	-47.22%	140,273,625.84
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	96,690,672.70	215,127,899.27	-55.05%	135,886,436.76
经营活动产生的现金流量净额	17,700,252.28	199,344,969.03	-91.12%	130,601,784.86
基本每股收益 (元/股)	0.32	0.62	-48.39%	0.37
稀释每股收益 (元/股)	0.31	0.61	-49.18%	0.36
加权平均净资产收益	7.49%	15.90%	-8.41%	10.87%

率				
---	--	--	--	--

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,045,541,754.67	1,155,876,694.29	1,141,097,264.81	1,379,870,594.77
归属于上市公司股东的净利润	41,583,613.32	41,232,952.52	36,156,785.83	5,812,135.36
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	33,218,513.03	39,861,916.57	36,633,714.45	-13,023,471.35
经营活动产生的现金流量净额	-138,756,471.71	67,979,867.83	-87,441,575.01	175,918,431.17

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	31,155	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	27,170	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	0
前 10 名股东持股情况									
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		股份状态	数量	
					质押	数量			
湖南御家投资管理有限公司	境内非国有法人	24.65%	95,904,214.00	0.00	质押			40,230,000.00	
长沙汀汀企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	11.44%	44,523,000.00	0.00					
戴跃锋	境内自然人	10.05%	39,086,611.00	29,314,958.00	质押			17,220,000.00	
长沙御投投资管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	3.69%	14,341,115.00	0.00					
刘海浪	境内自然人	1.30%	5,051,454.00	0.00					

长沙御投叁号企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	0.87%	3,387,715.00	0.00		
戴开波	境内自然人	0.67%	2,613,647.00	0.00	质押	1,820,000.00
国寿养老策略4号股票型养老金产品—中国工商银行股份有限公司	其他	0.60%	2,324,747.00	0.00		
侯素梅	境内自然人	0.50%	1,930,000.00	0.00		
长沙御投贰号企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	0.45%	1,746,753.00	0.00		
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司实际控制人、董事长、总经理戴跃锋先生与湖南御家投资管理有限公司（以下简称“御家投资”）、长沙汀汀企业管理咨询合伙企业（有限合伙）（以下简称“汀汀咨询”）为一致行动关系。详情请参见公司 2022 年年度报告“第七节 三、股东和实际控制人情况之公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图”。					

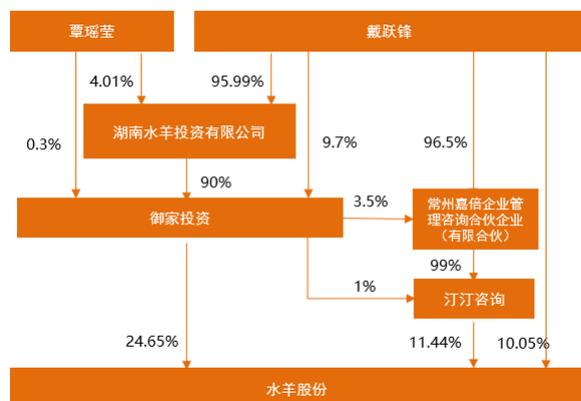
公司是否具有表决权差异安排

适用 不适用

（2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

（3）以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

具体可参见公司在巨潮资讯网 (<http://www.cninfo.com.cn>) 披露的《水羊集团股份有限公司 2022 年年度报告》。