

净利润暴跌近八成 华熙生物靠高调反腐盼涅槃

玻尿酸女王 “刮骨疗毒”



赵燕

业绩低谷，“刮骨疗毒”

华熙生物这次的反腐风暴，与公司9个月前和前高管枝繁（程菲）的纠纷有密切的关联。作为夸迪品牌的创始人，与核心操盘手，枝繁曾经带领该品牌跻身10亿级国货阵营。但自2023年起，夸迪业绩持续下滑，2023年上半年营收同比减少10.1%，“双11”期间天猫+抖音GMV更暴跌55%。

“职场霸凌”和“网暴”，并以“名誉权侵权”起诉华熙生物，这个案件由济南高新技术产业开发区人民法院受理。

枝繁离职后，迅速创立护肤品牌“繁妆”，该品牌的发展获得市场关注。2024年6月23日上线天猫旗舰店，仅5个月后突然全网下架商品，其个人抖音账号内容也被清空。坊间传闻称枝繁因涉嫌违法被采取法律措施，直至2024年12月26日，其名下繁妆化妆品销售（济南）有限公司完成注销，母公司揽华生物科技旗下另一子公司济南骊繁网络科技也显示被注销。

华熙生物对此作出强硬回应，指控枝繁存在侵犯知识产权、违反竞业禁止协议、违规套取经济利益三项核心问题，并强调“公司品牌发展从不依赖个人形象”。尽管公司声称掌握了对方的违规证据，但这一事件也对公司的品牌形象和声誉造成了一定的负面影响。

值得注意的是，这场纠纷发生在华熙生物业绩的低谷期，公司2024年净利润同比暴跌，核心品类产品销售持续承压。

综合多种因素，赵燕决定在2025年3月宣布“刮骨疗毒”式改革，要求所有贪腐人员限期自首，否则移送司法，并直言：“公司离开谁都可以重组，唯一离不开的是我这个创始人。”这次整顿，赵燕更是直接指出了管理松散导致的“伪管理者”问题，包括了过度外包、预算滥用等现象，同时推动事业部更名、收紧外包审批等改革。

净利暴跌，创上市新低

在这场人事变动的背后，是华熙生物日益严峻的业绩下滑问题。作为“玻尿酸第一股”，华熙生物旗下拥有润百颜、夸迪、BM肌活、米蓓尔等多个品牌，产品涵盖次抛精华、膏霜水乳、面膜及部分彩妆产品。

2019年11月登陆A股后，华熙生物的发展势头迅猛。2019年至2022年，营收从18.86亿元一路攀升到了63.59亿元，成为行业内的佼佼者。

然而，从2023年开始，华熙生物的发展出现了转折。由于功能性护肤业务下滑、市场竞争加剧、产业周期波动以及战略调整等因素，公司营收下滑4.45%至60.76亿元；净利润下滑38.97%至5.93亿元。

2024年，公司业绩更是加速下滑。2月28日，华熙生物披露2024年度业绩快报。公告显示，公司去年实现营收53.71亿元，同比下降11.6%；净利润1.64亿元，同比下降72.27%；扣非净利润1.01亿元，同比下降79.36%，创下了公司上市以来的新低。

对于这一业绩表现，华熙生物发布公告声明：公司收入占比较高的功能性护肤品业务受市场竞争加剧、产业周期

波动和战略调整等多种因素影响，调整仍在持续。但管理变革的组织架构升级、薪酬体系变革、咨询公司费用和股权激励费用等超过了7000万元，给公司带来了一定短期成本上升。

此外，公司在2024年计提应收账款、存货等减值准备1.9亿元进一步侵蚀了公司利润。

业绩滑坡与反腐联动也引发了人事动荡。据悉，2024年以来，华熙生物经历4起核心人事变动，公司核心技术马守伟、王勇志离职，研发副总刘爱华调岗；2025年1月，“玻尿酸之父”郭学平退休，其主导的微生物发酵法曾奠定华熙全球原料霸主地位。加之品牌团队内耗，夸迪前主理人枝繁控诉“职场霸凌”，原财务总监栾依峰离任，应付账款激增37.56%的财务仍是未解之谜。



华熙生物旗下产品

因此，赵燕痛批部分高管“既无科学底色又无市场拼杀能力”，沦为“伪管理者”。此外，在2024年管理变革中，公司收回外包审批权，却发现部分项目因过度依赖外部团队已丧失竞争力。

不过，华熙生物也强调，2024年的经营结果是公司长期持续增长后战略性的主动调整并且是阶段性的。公司在公告中指出，改革成本耗费较大。华熙生物持续加大了在创新业务领域的投入，布局新兴业务，如再生医学、功能性食品等，这些战略性创新业务投入超过1亿元。

费用高企，股东减持

在业绩不佳的同时，华熙生物的财务状况也不太乐观。从财务数据来看，公司的资产负债率在行业中处于中等水平，截至2024年三季度，华熙生物的应付账款达7.87亿元，经营性现金流也承压，经营活动现金净流量为2.74亿元，同比下降12.15%。

另一方面，华熙生物“三费”居高不下。2024年前三季度，华熙生物的销售毛利率达73.93%，虽然较毛利率最高时的81.41%有所下降，但仍处于高位；但是同期公司的净利率只有9.27%，较最高值的33.56%出现大幅下降。销售期间费用率由2018年的不到40%，飙升至2024年三季度的60.9%。

从“三费”上来看，华熙生物的销售费用由2018年的2.84亿元飙升至2022年的30.49亿元及2023年的28.42亿元，管理费用由2018年的1.7亿元升至2023年的4.92亿元，研发费用由2018年的0.53亿元升至2023年的4.46亿元。2024年前三季度，华熙生物的销售费用16.31亿元、管理费用4.23亿元、研发费用3.13亿元。

事实上，前些年华熙生物高管普遍高薪，2023年部分人员才出现降薪。以公司董事长赵燕来看，2022年年薪402.95万元，2023年年薪202.49万元，降幅近半。

此外，华熙生物自上市以来一直保持着相对稳定的分红政策，2019~2023年平均分红率约为30%。然而，2024年中期分红方案显示，公司每10股派3.8元，较2023年同期的每10股派6.1元显著缩水。

在分红缩水的同时，原始股东却在加速离场。2024年，国寿成达减持套现超过3亿元，而赢瑞物源此前已减持29亿元，两大股东累计套现金额高达32亿元。机构投资者持股比例也从2023年末的15.6%降至2024年三季度的9.8%。

目前，华熙生物所处的美妆与生物科技行业竞争也异常激烈。在功能性护肤品领域，不仅有国际知名品牌如欧莱雅、雅诗兰黛等占据高端市场，国内也涌现出众多新兴品牌，如薇诺娜、珀莱雅等。虽然在玻尿酸原料市场，华熙生物是全球最大的透明质酸原料生产企业之一，但这些竞争对手让华熙生物的利润空间受到挤压。此

外，一些关于产品质量的质疑声也不断出现。

在业绩压力的重重笼罩下，赵燕决定对公司内部团队组织进行大改革。赵燕特别强调要贴近业务一线、重返业务一线，如此“刮骨疗毒”能否奏效？

分析

“刮骨疗毒”之后 华熙能否涅槃？

能够居安思危并做出改变，就是好的开始，就代表了一种希望。纵有种种槽点，但作为全球最大的玻尿酸原料生产商，华熙生物的实力积淀也毋庸置疑。

2024上半年间，公司继续积极深化产学研，开展合作项目49项，不断提升合成生物学的研发效率，加大终端产品的成果转化，为可持续发展奠定坚实基础。

经过变革后，一些业务也露出向好迹象。以医疗终端业务为例，2024上半年收入7.43亿元，同比增长51.92%，其中，皮肤类医疗产品收入5.55亿元，同比大增70.14%，尤其差异化优势品类微交联润致娃娃针收入同比增长超200%。

2024年7月，华熙生物三类医疗器械“注射用透明质酸钠复合溶液”获NMPA批准上市；10月又发布“润致·格格”系列与“润致·斐然”两款新品。今年3月11日，华熙生物新获得一项“具有光谱选择性的防晒组合物及其应用”的发明专利授权。

赵燕在12周年庆典上透露，公司将迎来第三次战略升级，即以合成生物学为驱动，深耕功能糖领域，布局再生医疗赛道。华熙必须顺应此趋势建立新组织、培养新人才。

在赵燕看来，未来10年，全球生命科学会在AI赋能下出现波澜壮阔的发展，消费品业务的获客和消费者决策链路也会发生巨变。“谁不顺应这个趋势建立组织培养人才，还在鼠目寸光地捞点钱、搞点小团体利益、耍小聪明搞博弈，谁就给我下课。这个公司离开了谁都可以重新组织，唯一离不开的是我这个创始人。”

显然，华熙生物正在发起一场系统性、持久性的改革，壮士断腕的决心值得鼓与呼。

只是，大力出奇迹也出瓦砾，打出一个作用力就会产生一个反作用力。如何将代价阵痛降到最低，改革方向的精准度、上下协同程度、短期业绩与长期发展的平衡性等，都决定了这场变革的胜败。

无论聚焦主业、还是孵化新业务，都离不开真金白银，以及把钱用在刀刃上的高质高效。除了人的变革，更需要企业体制机制乃至文化价值观的变革，即整个团队自上而下的责任心、企业归属感，想要达成这种上下一体、心心相印，除了钢铁手腕，还要有匹配的温度、激励在里面。

如何适应新常态、迎战新常态、重塑一个新未来，华熙生物的自我救赎才刚刚开始。

据《理财周刊》、翠鸟资本、铄财等