

# 华熙生物科技股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

(2021年4月)

证券简称：华熙生物

证券代码：688363

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访  <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动  <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 ( )
参与单位 名称	中泰证券 赵尚琪等  中小投资者 20 余人
时间	2021年4月15日
地点	济南市高新技术开发区天辰大街678号 华熙生物一厂区； 济南市世纪大道3333号 华熙生物透明质酸博物馆
公司接待人 员姓名	董事、副总经理 郭学平 董事、副总经理、董事会秘书 李亦争 证券事务代表 董一
投资者关系 活动主要内 容介绍	山东证监局、上交所、山东上市公司协会、山东省证券业协会和中泰证券在济南共同举办了“牢记初心使命 引领价值投资”投资者服务周系列活动。  其中在2021年4月15日下午，中小投资者代表走进了华熙生物，实地参访了华熙生物透明质酸博物馆与终端产品生产

车间，并围绕其关心的“公司研发投入、净利润增速”等问题与公司首席科学家、董秘等高管进行了面对面的互动交流。

### 交流的主要问题及答复

1、华熙生物在原料市场占有率排名世界第一，现在公司的产能和产能利用率如何？

回复：

根据 2019 年沙利文报告，按透明质酸原料销量统计华熙生物市占率为 39%，东营佛思特市占率为 8%，合计市占率约为 47%，在透明质酸原料领域公司市占率排名世界第一。

公司不断加码产业布局，产能不断扩大。第一，公司现有透明质酸原料产能合计 420 吨，其中自建产能 320 吨，收购东营佛思特增加产能 100 吨。第二，公司天津项目即将于 2021 年年中投产，将新增透明质酸及其他生物活性物产能合计 300 吨。第三，公司的“生命健康产业园项目”正在建设中，预计将于 2023 年投产，主要用于扩大公司终端产品产能，包括药品、医疗器械、功能性护肤品等。

一方面，公司生产模式采用以销定产，根据市场需求进行灵活生产，动态调整产能，现有产能足以支撑市场需求。另一方面，随着消费群体的迭代，绿色健康成为消费者越来越重要的关注点，透明质酸终端产品不断受到市场认可，品类和销量增速可观，因此公司进行了前瞻性的产能建设，扩大原料产能和终端产品产能，以应对不断攀升的需求。

2、对于透明质酸的应用领域，如何选择自营和与其他厂商合作？

回复：

公司凭借自有研发平台和中试平台，会加速推进透明质酸在食品、轻纺、计生、香烟等领域应用，不断探索和拓展透明质酸及其衍生物以及其他生物活性物的应用领域。

第一，公司会重点推进食品级透明质酸的市场应用教育和消费者教育，让行业 and 消费者认识到透明质酸等生物活性物的功效以及它们在我们的日常生活中如何改善健康，促进传统行业进行优化升级。

第二，具体到细分赛道，公司会采取多元化的打法，运用自营、合作、组建合资公司、华熙生物研究院赋能等多种方式，灵活开拓新产品品类，为消费者带来健康、美丽、快乐的消费体验。

一方面，对于天花板比较高、成长空间大、专属性不强的细分赛道，公司会组建自己的团队去开拓，根据公司的优势和基础逐步推进，因地制宜。公司会优先打造具有行业示范性作用的产品，在展现透明质酸功效的同时也对传统厂商进行教育，让传统厂商认识到透明质酸等生物活性物的功效以及如何利用它们对原有产品进行升级。

另一方面，对于专属性较强的赛道，公司会与该领域内的

优质企业进行深度合作，优势互补，共同把赛道中适合华熙的生物活性物的新品类推出来，去快速推动产品在该领域的快速拓展和认知。

3、华熙与医美其他同行相比研发费用率较低，公司的研发是否投入不足？未来会采取哪些措施来保持技术的领先地位？

回复：

公司一直以来高度重视研发、持续进行研发投入。一方面，公司高度重视长远发展的基础研究工作，开展合成生物学关键技术及产业转化研究，构建微生物细胞工厂、酶催化体系等并实现工程化应用，推动生物产业技术升级和跨越式发展。另一方面，公司高度重视各种生物活性物的具体应用，通过开发具有不同修饰度、机械强度、降解性能的生物材料，满足骨科、眼科及整形外科不同的临床需求；通过食品、化妆品配方工艺研究，开发针对不同年龄人群、不同皮肤及健康问题的安全、有效的功能性产品；通过活性物应用机理研究，不断拓展活性物在组织工程、药物递送、生活用品等领域的创新性应用。

公司在研发领域的投入具体如下：

第一，公司 2020 年研发费用 1.41 亿元，无论在医美行业还是护肤品行业，公司的研发费用绝对值均位于行业前列。

第二，公司研发近三年保持高速增长，2017 年-2020 年增速分别为 105%、77%、50%。同时公司的研发费用率也在持续提

升，2018-2020 年研发费用率分别为 4.19%、4.98%、5.36%。这均体现了公司对研发的重视和持续投入。

第三，公司布局了上游原料到下游终端产品的全产业链，拥有各种规格的原料产品和多领域、多管线的终端产品，因此公司在某一环节的研发成果可以支撑公司的多个板块产出，具有更高的研发投入产出比。

第四，公司的核心技术是 20 余年公司研发不断积累与沉淀的成果，是长期持续投入研发的成果。

第五，公司积极开展与高校、科研机构的合作，产学研相结合，充分利用外部资源促进内部创新，内外结合提升研发效率。

综上所述，公司一直高度重视研发和底层技术的发展，长久以来持续投入技术创新和产品创新。公司的研发费用率看起来相对较低主要是由公司收入规模较大引起，而非研发投入不足。

公司在未来也将继续高度重视研发，持续引领行业发展。一方面，持续优化研发体系结构，积极探索行业前沿技术，开展与高校、科研机构的合作交流，内外结合共促创新。另一方面，公司将构建共享研发平台、企业中试平台以及应用平台，实现产业链的共赢，赋能生命健康领域消费升级。

4、公司的近几年净利润增长率一直在下降，想请教公司如何看

待这件事？

回复：

1) 公司一直致力于给股东带来持续稳健的回报。回顾公司经营历史，公司的收入和净利润一直保持着良好稳健的增长，2008-2020 收入的 CAGR 约 30%，2008-2020 净利润的 CAGR 约 25%。

2) 公司目前正处于战略发展机遇期，相较于短期净利润的增长，公司更看重业务规模的增长，因此公司会灵活运用多种营销方式，在进行品牌建设的同时促进销售增长。具体来看，“润百颜”将继续构建品牌力，提升品牌内涵和附加值，强化“全球玻尿酸第一品牌”；“夸迪”定位于“冻龄·抗初老”，通过品牌建设巩固高端护肤品品牌形象；“润致”在今年上半年将重新梳理产品，年中推出整合升级后的全新“润致”品牌，通过一系列的市场推广活动来扩大品牌声量，逐步打造“医美第一品牌”；今年是公司功能性食品终端业务的起始年，公司将在功能性食品的市场拓展和消费者教育进行一定的投入，通过数字化营销手段，多渠道、多触点激发消费者需求，最终实现终端食品、饮品业务的快速发展。

3) 公司在短期由于战略性投入可能会导致较低的净利润增速，但是公司收入的高速增长给未来净利润的增长带来充足的弹性和空间——随着公司品牌影响力和粉丝群体的扩张，当公司收入规模从高速增长进入到稳定增长区间时，公司将开始收

	<p>缩营销支出并加大运营效率的提升（这是一个持续的过程），公司净利润会出现显著提升。</p>
--	---