

证券代码：300791

证券简称：仙乐健康

仙乐健康科技股份有限公司
2022 年 10 月 26 日投资者关系活动记录表

编号： 2022-008

投资者关系 活动类别	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（ ）
参与单位名称 及人员姓名	张若伦（宝盈基金）、李燕宁（大成基金）、黄波（光大保德信）、秦聪（工银瑞信）、房俊（光证资管）、冯汉杰（中加基金）、张云（磐厚动量）、魏玮（韶夏资本）、陈瑶（重阳投资）、李陌凡（中和资本）、韩冬伟（国华兴义保险资管）、华夏基金（李柄桦）、张羽鹏（中信自营）、卢日欣（泰康资产）、张文豪（中欧基金）、张小仁（长乐汇资本）、石宁（裕晋投资）、戴晔（高盛高华证券）、陈文博（中金公司）、杨骥（浙商证券）、严晓思（华创证券）、苏文晶（相生资产）、周金菲（平安基金）、李有为（中信资管）、许炯东（金信基金）、张亦蕾（Destination Partners）等机构投资者
时间	2022 年 10 月 26 日 9:00-10:30
上市公司 接待人员姓名	董事、投资副总裁：姚壮民 董事会秘书、财务总监：郑丽群 证券事务代表：陈安妮
投资者关系活 动主要内容介	公司于近期发布《2022 年三季度报告全文》，并围绕公司 2022 年第三季度经营情况和 2022 年第四季度规划通过视频会议的形式和参会机构投资

绍	<p>者进行了互动交流，主要沟通内容如下：</p> <p>问题：今年股权激励的目标是否有压力？ 答：按照目前对 Q4 的展望，确实有压力。公司各渠道会加快推进项目落地，缩小截止目前实现的营收和目标的差距。</p> <p>问题：明年 BF 和公司的收入端预计？ 答：明年的计划和预算正制定中，目前没有明确的指引。</p> <p>问题：展望后续毛利率的趋势？ 答：原材料价格的波动、产品结构的调整 and 变化会引起毛利率的波动，但整体会保持相对稳定，公司会提高产品技术壁垒来提升议价能力。</p> <p>问题：目前来看软糖和饮品产能的建设到了什么阶段，今年年底和明年整体产能爬坡以及产能利用率上能达到多少？ 答：软糖三季度投产了一条生产线，后续暂没有新的计划。饮品目前产能是足够的，所以没有新计划。产能利用率上，新的软糖生产线需要大概 1~2 年的爬坡时间。</p> <p>问题：饮品目前大致的方向或未来产品的研发方向？ 答：饮品是公司主要剂型之一，有三个包装形式，袋装、玻璃瓶和精华瓶。公司会重点发展精华瓶和玻璃瓶，袋装暂时不会再去投新的产能。饮品主要以女性美容产品为主，有很多新锐品牌都专注于这一领域，饮品的发展在渠道策略上来说，会以转产为主，也会以推新品为主，两条腿走路。公司在研发上也会加大对饮品的投入，让饮品在口感还有物料的应用上取得竞争优势。饮品通过两年的投资，目前已经具备了一些技术的优势。</p> <p>问题：净利率环比二季度下降原因，明年各个品类的毛利率的展望情况？ 答：导致 Q3 毛利下滑的主要原因：一是软胶囊毛利率下滑，欧洲工厂 Q3</p>
---	--

成本上涨、产能利用率低毛利率表现不佳叠加产品结构变化，如鱼油等大宗产品在品类里占比较大，导致整个软胶囊毛利率有明显的下降。二是 Q3 粉剂以及部分策略性的大订单毛利率偏低，综合影响了整个第三季度的毛利率。预期四季度毛利率会回到正常水平，欧洲实施价格调整在四季度会落地；部分物料也已经开始有一些回调；一些大单品优化项目也持续在做，成效会陆续显现出来。

问题：海外当前的开工率的情况？

答：德国工厂目前可以开到 6 条生产线，德国工厂新招聘生产人员 14 位，接下来公司会继续提升开机率，缩短订单的交付周期。

问题：后续有考虑充裕的粉剂产能做一些调整吗？

答：粉剂产能多，但是公司的粉剂没有价格优势，因为粉剂没有太多技术含量，而且在行业里很多粉剂品牌商有自己的工厂。对粉剂虽然公司内部做了很多努力，也有一些项目落地，但是成效暂时还不是特别好。

问题：欧洲国家区位比较分散，不像美洲这么集中，这些问题是怎样去解决的？预期未来欧洲可以像美洲一样增速这么高吗？

答：公司对欧洲事业部架构进行调整，具体举措一是在欧洲成立了大客户的团队；二个是分地区和分国家，把市场细化，招聘更多的销售人员，由当地的销售去拓展当地的市场。相信在新的团队和架构优化调整后，整个欧洲的业务会有明显的改善和提升。

问题：饮品产品特性和竞争的激烈程度决定了它毛利率是 20%多吗？

答：目前公司饮品毛利率水平不高主要由于：一是公司在饮品业务的开展上是市场后来者，需要时间进行研发储备；二是饮品的生产线比较大，需要有足够的订单让生产线跑起来。这段时间公司有较多的转产项目来让生产线跑起来，所以毛利比较低。但是随着更多的项目落地，产能利用率更高以后，摊销就会变小，在制造端的毛利就能提升。同时随着公司的研发

项目的落地，会有更多的创新项目进来，这些项目的毛利也是比较高的，饮品是有技术门槛的剂型，我们预期饮品剂型能够给公司赢得比较好的毛利。

问题：片剂毛利率下滑的原因？

答：片剂毛利率下滑主要还是产品结构的影响。另外有一个影响因素来自于片剂有一些物料在上半年上涨，但是在9月份部分物料价格又有回落，所以在Q4有一些涉及到的产品的毛利会逐步回升。

问题：软糖有感受到竞争加剧和竞争压力变大吗？有价格战吗？

答：没有价格战。因为软糖的技术壁垒还是比较高的，不是一两年就能够获得竞争能力的。

问题：新开拓的客户的表现情况，老客户和新客户的增长贡献占比？

答：公司的增长主要是以新项目驱动。公司新项目既包括了老客户的新项目，也包括了新客户的新项目。

问题：公司后续出于能源成本的考量，海外会不会考虑提价？

答：欧洲受到燃料影响业务有涨价计划，因为原料、燃料这些客观存在的因素导致的上涨，海外客户一般都会接受供应商的涨价。

问题：公司对植物胶软胶囊的后续期待？

答：我们植物胶软胶囊发展策略有两个，一是用公司的植物胶软胶囊去与市场上其他植物胶竞争，因为公司植物胶软胶囊有成本优势，这个市场是比较小的；另一个是用植物胶软胶囊替代明胶软胶囊，这个市场很大。所以公司在2023年的战略就是进一步优化成本架构，而且这是公司全球营销的战略，特别是针对海外市场。国内的软胶囊需要蓝帽子的批文，还需一段时间后才能拿到批文。

	<p>问题：从经营上面来看，4个季度是有淡旺季的吗？</p> <p>答：有淡旺季，但是不明显。</p> <p>问题：德国的工人问题有一些解决是整体德国劳动力市场都有所解决，还是公司自己做了一些努力去完成的？</p> <p>答：公司做了努力，如加大招聘的力量，有针对性地提升员工出勤率的福利补贴。目前整个德国的劳动力市场也是有改善的，所以目前公司在招聘上还是取得比较好的成效。</p> <p>问题：德国人员到岗后，人员成本这边会有拖累吗？</p> <p>答：增加的是直接的生产人员，人员上岗之后，整个产值会上升，同时缩短交付周期，提升效益。</p> <p>问题：整体产能利用率情况？</p> <p>答：各剂型产能目前还有空间，新的软糖生产线已于今年7月份投产。</p> <p>问题：直销渠道公司的业务情况？</p> <p>答：直销模式已经过了快速增长期，直销公司出现分化。部分直销公司完成了客群年轻化、传播数字化、产品科学化的转化后，从重视会员增长转为重视品牌建设，这部分直销公司还是会维持高位增长。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>