

证券代码：300132

证券简称：青松股份

福建青松股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2023-001

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 checked="" 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"/> 一对一沟通 <input type="checkbox"/> 其他____
参与单位名称及人员姓名	通过价值在线参与公司 2022 年度网上业绩说明会的广大投资者
时 间	2023 年 5 月 10 日 15: 00-17: 00
地 点	网络交流——价值在线（www.ir-online.cn）
上市公司接待人员	青松股份公司董事长兼总裁范展华先生，独立董事唐清泉先生，副总裁兼董事会秘书骆棋辉先生以及财务总监汪玉聪先生。
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司于 2023 年 5 月 10 日（星期三）下午 15: 00—17: 00 在价值在线用网络远程方式举行 2022 年度网上业绩说明会。本次交流的主要内容如下：</p> <p>问 1：面膜市场的驱动力主要体现在哪些方面？如何看待目前低价产品对面膜市场的冲击？</p> <p>答：尊敬的投资者您好，面膜品类在经历 20 多年高增长后迎来消费需求迭代，但面膜品类在护肤品市场的市场容量依然很高，我们对面膜品类非常看好，美妆行业逐渐由高速增长转向高质量发展，加上逐步完善的行业标准对企业综合能力提出更高要求，市场份额向头部集中。我们将不断创新研发，为下游客户开发具有市场竞争力的优质产品。感谢您的提问。</p> <p>问 2：公司未来三五年的发展战略和目标是什么？如何进一</p>

步提高自身的竞争优势？

答：尊敬的投资者您好，未来，公司将把深入挖掘面膜核心产品优势，大力做优全品类护肤品作为主要业务目标，主要通过以下方面提高自身竞争力；1、明确研发定位及方向，努力把握市场需求，做深产品研发护城河，提升产品力。2、优化业务、生产管理，提高公司产品品质。3、精细化管理，改善激励机制，努力压降各项成本。4、探索在美妆行业新形势环境下业务发展新模式。感谢您的关注！

问 3：公司主要以国内市场为主，国外市场大概占比多少？国外市场主要是面向哪些国家地区？

答：尊敬的投资者您好，公司面膜及护肤品主要以国内市场为主，消毒湿巾以出口欧洲为主。

问 4：公司的产品结构有些单一，是否考虑拓展新的业务？

答：尊敬的投资者您好，公司将继续遵循精准把握客户需求，不断加大研发投入及新产品开发力度，注重以技术优势打造行业领先地位的经营策略，增强可持续盈利能力和发展潜力，为品牌商提供从创意到产品、设计与制造等全案服务，深挖产业纵深，扩大市场份额，成为国际一流的化妆品制造服务商。感谢您的提问。

问 5：23 年一季度公司的经营情况如何？

答：尊敬的投资者您好，受宏观经济及行业环境等影响，公司主要子公司诺斯贝尔 2023 年一季度实现营业收入 39,465.72 万元，同比下降 9.65%；营业利润-5,117.01 万元，同比增长 9.21%；实现归属于诺斯贝尔所有者权益的净利润-4,426.47 万元，同比增长 9.61%。公司将积极拓展客户资源和销售订单，提高公司盈利能力。谢谢关注。

问 6：领导好，请问公司下游客户有哪些，客户粘性如何？主要是什么合作方式？

答：尊敬的投资者您好，诺斯贝尔的主要客户包括国际知名品牌、国内知名品牌、知名渠道商品牌、社交电商品牌、新锐电

商品牌、微品牌等。国际知名品牌包括联合利华、宝洁、丝芙兰、屈臣氏、资生堂、妮维雅、elf、滴露、GAMA、爱茉莉、曼秀雷敦、斯维诗、蜜丝婷等；国内知名品牌包括上海家化、植物医生、自然堂、高姿、韩后、相宜本草、伊贝诗、薇诺娜、欧诗漫、百雀羚、福瑞达、华熙生物、佩莱等；新锐电商品牌包括完美日记、花西子、肤漾、半亩花田、三草两木、纽西之谜、云集、谷雨、花皙蔻、HBN、PMPM、C 咖等。知名品牌对供应商筛选非常严格，并对优质供应商存在持续依赖，因而能够为诺斯贝尔持续增长的订单提供良好保证。多元化的客户类型有利于诺斯贝尔长期、可持续稳定的发展。公司为客户主要提供产品配方研发、合作研发、按订单生产等服务。感谢您的关注！

问 7：618 快到了，公司目前的产能及库存情况如何？

答：尊敬的投资者您好，目前公司生产、订单正常，针对 618 已做好充足的订单生产准备。

问 8：公司在研发上有哪些创新吗？可否简单说明一下？

答：尊敬的投资者您好，产品开发方面，诺斯贝尔作为全品类发展企业，拥有超过 190 人的专业技术研发和产品开发团队，为客户提供全案服务。目前研发创新方面包括公司以重组胶原蛋白和纤连蛋白的应用为主的功效护肤产品研究、纳米脂质体的开发及其在化妆品中的应用、美白静电纺丝面膜的研发、具有海洋生态友好的绿鱼标志防晒产品的开发等。具体请参阅公司 2022 年度报告。感谢您的提问。

问 9：请问公司对于优质客户资源的进一步拓展是否有下一步的计划？

答：尊敬的投资者您好，公司凭借优质的产品及服务，与多家国际及国内知名品牌商建立了良好的合作关系。公司将持续关注行业前沿发展趋势，进一步深化与优质客户的合作，同时，公司仍将积极拓展优质客户资源，提高公司盈利能力。感谢您的提问。

问 10：22 年营收 29.17 亿元，同比下滑 21%，请问构成业绩

下跌的主要因素有哪些？

答：尊敬的投资者您好，公司 2022 年营业收入下滑主要基于以下原因：1、受宏观经济因素影响，2022 年大消费及化妆品行业出现短暂不景气，导致部分化妆品产品订单减少，叠加海外需求趋于饱和，湿巾系列产品订单下滑。2、化妆品行业经过多年快速发展，行业产能持续提升，市场竞争更加激烈。3、公司于 2022 年 11 月完成转让从事松节油深加工业务两家全资子公司青松化工，收入并表期间并非全年；同时由于客观环境影响，产品市场价格下跌，运输出货受到影响，同比收入下滑。公司未来不再经营松节油深加工业务，不再受该业务影响。感谢您的关注！

问 11：请问公司，化妆品业务产能利用率下降的原因？

答：尊敬的投资者您好，受化妆品业务 ODM 模式对产能较高的要求、公司各系列产品具体种类较多且部分种类无法共用设备产线，以及由于气候和消费习惯的差异，公司部分产品的生产和销售存在淡旺季区分等影响，公司产能利用率总体不高。此外，基于历史业绩长期增长和对未来市场乐观的预期，公司从 2020 年下半年开始投入了较大规模的化妆品生产线改扩建项目，使得公司近两年化妆品业务产能有了较大的提升；但由于受宏观经济环境变动、行业增长趋势短暂向下等影响，自 2021 年以来公司化妆品业务既有客户及新增客户下单量不及预期，部分新品生产线投入后，产品尚需进一步市场推广，新增产能短期未能得到释放，因此导致了公司 2021 年以来的产能利用率的下降和不足。感谢您的提问。

问 12：公司 2022 年归母净利润亏损 7 个亿，请财务总监解释相关原因。

答：尊敬的投资者您好，公司 2022 年亏损原因主要包括：1、受宏观经济及行业环境等影响，2022 年化妆品业务主要经营主体诺斯贝尔实现营业收入 207,824.62 万元，同比下降 17.17%，毛利率 4.39%，同比下降 6.05 个百分点；松节油深加工业务实现营业收入 82,761.62 万元，同比下降 30.09%，毛利率 7.54%，同比下

降 10.91 个百分点。收入下滑以及毛利率下降导致经营业绩受到影响。2、资产减值影响：2022 年，公司对存在可能发生减值迹象的资产，范围包括应收款项、存货、固定资产、无形资产、商誉等，进行全面清查和减值测试，在半年度报告计提各项资产减值准备 5,536.09 万元基础上，公司下半年度计提各项资产减值准备 52,860.28 万元，全年合计计提各项资产减值准备 58,396.37 万元。其中，2022 年 9 月末，公司经对商誉进行减值测试后计提了商誉减值准备 45,270.37 万元。本次计提商誉减值准备后，公司商誉账面价值为零。感谢您的提问。

问 13：董事长您好！请问您如何看待公司二级市场股价表现？

答：您好，股票价格变化不仅受公司经营环境、财务状况、经营业绩等因素的影响，同时还受到国际国内政治、宏观经济、行业状况、股票供求关系等因素的影响，敬请广大投资者谨慎决策，注意投资风险。公司管理层将继续做好公司经营管理业务，切实保护中小投资者权益。

问 14：诺斯贝尔持续借钱改造产线升级后利用率极低，这样的项目谁拍板同意，现在这样的结果有没有问责制？

答：尊敬的投资者您好，基于历史业绩长期增长和对未来市场乐观的预期，公司从 2020 年下半年开始投入了较大规模的化妆品生产线改扩建项目，使得公司近两年化妆品业务产能有了较大的提升；但由于受宏观经济环境变动、行业增长趋势短暂向下等影响，自 2021 年以来公司化妆品业务既有客户及新增客户下单量不及预期，部分新品生产线投入后，产品尚需进一步市场推广，新增产能短期未能得到释放，因此导致了公司 2021 年以来的产能利用率的下降和不足。未来公司将积极拓展客户资源和销售订单，提高公司盈利能力。谢谢关注。

问 15：目前行业竞争格局如何？公司具有哪些优势？

答：您好，我国化妆品行业属于充分竞争行业，市场化程度极高。同时，我国化妆品市场集中度较低，生产企业规模普遍偏

小，整体竞争实力仍相对较弱。

公司子公司诺斯贝尔是国内较早将无纺布及日用化工技术结合起来进行生产及拥有超过十年信誉的知名化妆品 ODM 研发生产企业之一，目前已发展成为中国最大的化妆品 ODM 企业之一。诺斯贝尔的目标客户以主营面膜、护肤品及湿巾系列等化妆品及相关产品的国内外化妆品品牌企业为主，发展至今，先后与国内外众多知名客户建立了稳定的 ODM 合作关系。

经过多年的积累，诺斯贝尔形成了人才、客户资源、供应链资源、研发创新能力、严格的质量控制体系、生产制造等六大竞争优势。详细请参阅公司 2022 年度报告，谢谢关注。

问 16：公司目前的研发能力和优势？

答：您好，公司的研发能力和优势主要体现在以下几方面：

(1) 产研学方面，公司全资子公司诺斯贝尔一直遵循着可持续发展和“产研共举、强强联合”的原则，在原料、配方、工艺、品类等领域不断创新。先后与暨南大学、广东暨大基因药物工程研究中心有限公司共建“暨南大学-诺斯贝尔联合研发中心”、“基因工程药物国家工程研究中心-诺斯贝尔联合实验室”，与浙江大学华南工业技术研究院共建“浙江大学（华南）诺斯贝尔联合研发中心”，与深圳大学共同进行中药-益生菌精准护肤功能研究及产业化技术开发。报告期内，诺斯贝尔与广东食品药品职业技术学院共建“油性和敏感肌肤研究中心”，与江苏海洋大学共同开发可电纺面膜用鱼胶原蛋白及产业化技术开发，与广东药科大学共同进行银耳提取物生化转化制备嗜热栖热菌发酵产物技术研究及产业化技术开发，与广州华玺生物科技有限公司针对雪莲的美白淡斑功效进行研究及产业化，并与圣泽松茸菌丝宝（深圳）生物集团有限公司就松茸菌丝体在化妆品中的研究及开发进行多维度合作。

(2) 产品开发方面，诺斯贝尔作为全品类发展企业，拥有超过 190 人的专业技术研发和产品开发团队，为客户提供全案服务。此外，青松股份全资子公司广东丽研主营化妆品原料开发，

助推企业在原料端的升级，为产品提供更有技术壁垒的原料，增强竞争力。

面膜产品方面，诺斯贝尔在面膜品类上不断创新，研发出新一代速溶精华贴系列、冻干面膜系列、双腔鲜颜面膜系列、精华面膜系列、纯净美肌花研面膜系列、创新膜材面膜系列、臻贵水面膜系列等多款特色产品。同时，诺斯贝尔从差异化肤感及外观、热门功效、热门概念成分和使用场景四大维度出发，推出多款涂抹面膜，在面膜创新的路上为品牌逐步开拓市场。

护肤品方面，诺斯贝尔推出油痘肌护理系列产品，精准护理油痘肌肤问题；基于功能性护肤品市场的劲增，推出了以精粹水代替水的臻贵水水乳系列，融入 CLEANBEAUTY 的护肤理念，引领化妆品行业可持续的发展潮流；在身体护理精致化趋势下，与市场上大热的功效成分结合，推出了身体护理系列，以及具备面护级别的洗护发系列，含基础洗发系列、功效护发系列、头皮养护系列等。此外，诺斯贝尔还推出更丰富的冻干粉系列、美容仪耗材系列、卸妆系列、唇部护理系列、洁颜霜系列等紧跟市场趋势的新品。

（3）配方储备方面，诺斯贝尔基于潮流市场发展趋势，集合市场产品需求及消费者对产品使用喜好，开发各种质地、各种功效、各个成本梯度的配方。诺斯贝尔在 2021 年设立了创新包材库和成熟配方库，能有效的缩短产品开发周期，为客户提供更快速、优质的服务。同时坚持绿色发展理念，选用天然植物原料，精简配方、减少防腐剂，推出更多可持续发展、高功效的化妆品，用科研创新形成一个良好的行业循环，实现多方的共生、共赢。在 2022 年 12 月公布的《广东省药品监督管理局生物医药产业重点项目、重点企业、重点地区创新服务管理办法》中，诺斯贝尔获批成为广东省药监局创新服务重点企业。

（4）专利研发方面，截至报告期末，诺斯贝尔已拥有专利 140 项，其中发明专利 30 项，实用新型专利 79 项，外观设计专利 31 项。上述专利成果为公司打造差异化定位产品提供有力背

书。感谢您的提问。

问 17：公司目前的客户结构，在市场拓展方面的策略？

答：尊敬的投资者您好，公司全资子公司诺斯贝尔为化妆品业务主要经营主体，诺斯贝尔主要客户包括国际知名品牌、国内知名品牌、知名渠道商品牌、社交电商品牌、新锐电商品牌、微商品牌等。国际知名品牌包括联合利华、宝洁、丝芙兰、屈臣氏、资生堂、妮维雅、elf、滴露、GAMA、爱茉莉、曼秀雷敦、斯维诗、蜜丝婷等；国内知名品牌包括上海家化、植物医生、自然堂、高姿、韩后、相宜本草、伊贝诗、薇诺娜、欧诗漫、百雀羚、福瑞达、华熙生物、佩莱等；新锐电商品牌包括完美日记、花西子、肤漾、半亩花田、三草两木、纽西之谜、云集、谷雨、花皙蔻、HBN、PMPM、C 咖等。知名品牌对供应商筛选非常严格，并对优质供应商存在持续依赖，因而能够为诺斯贝尔持续增长的订单提供良好保证。多元化的客户类型有利于诺斯贝尔长期、可持续稳定的发展。谢谢。

问 18：公司对行业的判断以及未来趋势的展望？

答：尊敬的投资者您好，经过 20 多年的迅猛发展，我国化妆品总体市场规模已超越欧盟、日本，仅次于美国，成为世界上化妆品第二消费大国。基于我国人口众多，人均消费水平还较低，还存在相当大的市场消费潜力，给化妆品企业带来很多发展机会。公司将继续遵循精准把握客户需求，不断加大研发投入及新产品开发力度，注重以技术优势打造行业领先地位的经营策略，增强可持续盈利能力和发展潜力，为品牌商提供从创意到产品、设计与制造等全案服务，深挖产业纵深，扩大市场份额，成为国际一流的化妆品制造服务商。感谢您的关注！

问 19：贵公司撤回了长达半年的定增，后续仍没有实控人的情况下，对公司以后的发展会不会有所影响？能否尽快解决这个问题？毕竟有实控人对公司的发展来说也是一件好事。同样，希望公司重视二级市场的股价。

答：尊敬的投资者您好，自公司公布本次向特定对象发行股

票方案以来，公司与相关中介机构一直积极推进各项工作。基于公司本次向特定对象发行股票的进展、相关政策变化情况，并综合考虑公司整体业务调整等诸多因素，并与相关各方充分沟通后，公司决定终止本次向特定对象发行股票事项并撤回相关申请文件。公司未来将根据自身战略、业务发展需要及政策变化，对是否启动再融资事项作出审慎安排。同时，公司仍将积极拓展优质客户资源、加强内部管理，提高公司盈利能力。感谢您的关注。

问 20: 公司出售松节油深加工业务以后的总体发展规划？是否有定增和收购兼并计划？

答：尊敬的投资者您好，随着国家促进经济增长的各项政策陆续出台，以及国内行业环境恢复措施的有序放开，化妆品行业整体消费有望逐步恢复。在宏观经济及行业环境复苏短期仍存在较大不确定性、特别是居民消费倾向有待修复的背景下，公司在2023年将执行稳中求进的经营目标，公司仍然将在产品研发、市场开发、成本控制、结构调整和人力资源管理等方面深耕细作，强化公司化妆品业务的核心竞争力，同时积极采取措施进一步优化生产经营管理，以实现降本增效。此外，公司将积极布局、多元化探索，通过团队整合、项目参投及外延式并购等多种方式深入发展化妆品、大消费行业。感谢您的关注！

问 21: 为什么撤回定增？

答：尊敬的投资者您好，自公司公布本次向特定对象发行股票方案以来，公司与相关中介机构一直积极推进各项工作。基于公司本次向特定对象发行股票的进展情况、相关政策变化情况，并综合考虑公司业务发展规划等诸多因素，并与相关各方充分沟通、审慎分析后，公司决定终止本次向特定对象发行股票事项并撤回相关申请文件。谢谢您的提问。

问 22: 请问后续实控人问题如何解决？

答：您好，感谢您的关注！上市公司具有独立的法人治理结构和规范的运作体系，公司目前无控股股东、实际控制人不会对公司日常经营活动产生不利影响。后续情况请关注公司相关公

	告，公司将按照相关法律法规认真和及时地履行信息披露义务。
附件清单	无
日 期	2023 年 05 月 10 日