

华熙生物科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

(2023年09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 checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（ ）
参与单位名称	Matthews Asia、中欧基金、汇添富、太平基金、财通基金、天弘基金、浙商基金、国海富兰克林、淡水泉、工银瑞信、朱雀基金、华安基金、平安资管、润晖投资、Dymon Asia、上海证券、财通证券、申万宏源证券、开源证券、野村东方国际证券、方正证券、海通证券等约 100 名机构及个人投资者
时间	2023年9月15日 11:00
地点	上海市及线上
公司接待人员姓名	董事、副总经理兼董事会秘书李亦争，投资者关系管理 郑振刚、华宇婷
投资者关系活动主要内容介绍	主要交流问题及答复 Q：公司上半年的业绩情况？ A：2023年上半年，公司实现营业收入 30.76 亿元，同比增长 4.77%；归属于上市公司股东的净利润为 4.25 亿元，同比降低 10.27%。 原料业务板块，实现收入 5.67 亿元，同比增长 23.20%，占公司主营业务收入的 18.45%，其中，医药级占比 38.90%，化妆品级占比 32.74%，食品级占比

10.37%。原料业务整体毛利率为 65.65%，其中医药级透明质酸原料毛利率依旧保持在 85.29%的较高水平。

医疗终端板块，实现收入 4.89 亿元，同比增长 63.11%，占公司主营业务收入 15.90%，毛利率为 82.30%。

功能性护肤品板块，实现收入 19.66 亿元，同比下降 7.56%，占公司主营业务收入的 63.92%，毛利率为 74.49%，相比去年同期下降 4.25 个百分点。其中润百颜营收为 6.32 亿元，夸迪 5.43 亿元，BM 肌活 3.41 亿元，米蓓尔 2.17 亿元。

功能性食品板块，实现收入 3,291.33 万元。

Q：观察到公司上半年费用率有所优化，请问从中长期的角度，公司怎么看费用率状态，费用率应该如何优化？

A：2023 年上半年，公司销售费用率为 46.18%，中长期看销售费用率具备较大的优化空间。该问题需要动态结合具体发展阶段和以中长期视角来看待。公司 18-19 年开始发展功能性护肤品业务，四年左右的时间收入达到 2022 年的 46.07 亿，实现了建立品牌、构建体系、团队提升、占领市场等多方面的目标，销售费用率略高存在阶段性原因。

在降费措施方面，公司主要从以下方面降低护肤品业务的销售费用率：

1) 产品端：聚焦大单品，优化产品结构；2) 渠道端：优化渠道结构，稳步推行全渠道策略，在销售收入增长的同时提升天猫、其他线上垂直渠道、线下等销售费用率较低的渠道占比；提升日销、自播等销售方式的占比，加强品牌复购；3) 品牌端：让品牌锐角更锐，实现更好的消费者心智占领；4) 运营端：提升运营效率，提升 ROI，提升数据化运营能力等。

Q：公司 2023 年上半年的重大科研项目？

A: 2023年上半年公司继续进行了多项重要研发项目,包括国家级项目和山东省级项目。这些项目涵盖了医用多糖生物制造、医用蛋白的绿色生物制造、发酵法生产功能性营养化学品的生产技术、绿色工业酶催化合成等方向。公司采用了合成生物学为基础的生物活性物绿色制造方法,不断推进创新和技术升级,以实现高质量的产业化应用。此外,公司还参与了山东省发改委的新旧动能转换重大产业攻关项目,致力于透明质酸的可控合成与修饰技术以及生命健康绿色产业园的建设。

Q: 生物活性物方面与18家公司开展46项合作项目,作为平台型公司这方面的合作模式是怎样的?

A: 公司积极夯实产学研,作为平台型公司,拥有多样化的合作开发模式。公司与各大科研院所或高校签署战略合作协议,就双方共同开展的技术研究、应用领域等进行约定。比如,双方共同开展生物活性物质的基础研究和应用基础研究,科研院所和高校重点负责基础研究,公司重点负责应用基础研究,双方共同开发生物活性物质,联合申报项目。此外,公司建成的中试成果转化平台,能够同时承载六大类生物活性物质的产业转化,大幅度提升生物活性物产品的研产转化能力,提升产品产业转化速度,赋能科研院所和高校,助力研发机构实现产业转化和市场转化。

Q: 半年报提到“重组人源胶原蛋白已完成试产”,请问是几型的胶原蛋白?另外,公司目前掌握了多少种胶原分子?

A: 华熙生物目前有7-8种在研胶原蛋白,已经实现大分子的重组胶原蛋白制备,并于8月份完成了重组III型人源胶原蛋白原料产品的上市,该产品具有修复、促伤口愈合及促胶原再生等功效。下一步将会稳步推进自产重组人源胶原蛋白原料在护肤品中的应用。

Q: 今年公司医美业务经历过调整后, 增速明显不错, 请问公司在医美业务上内部做了哪些调整, 取得了什么样的成绩?

A: 医美业务经历 1-2 年的变革调整, 从产品层面、渠道层面和组织架构层面等都做了一定的调整。医美业务 2023 年上半年实现了比较不错的成绩, 具体来看:

产品层面, 润致品牌占比持续提升。润致品牌的产品有两个主要方向, 第一是微交联赛道, 目前润致娃娃针的大单品逻辑持续发力, 销量相较于去年同期有较大提升; 第二是填充领域, 公司整合润致产品打造分层抗衰理念(润致单相、2、3、5 号), 从之前的流量单品转向提供面部轮廓美学方案为导向的产品组合落地, 产品组合深受终端机构及消费者认可, 销量相较于去年同期实现较大提升。

渠道层面, 公司将会持续提升在终端机构的覆盖率和复购率, 继续优化直销和经销的比例。其中, 对于头部客户, 将持续提升直销的比例, 加强公司对头部客户的服务能力; 对于中小客户, 公司将通过经销渠道持续提升覆盖率, 并提升经销商服务能力, 保障客户享受到高质量的产品及服务质量。

组织架构层面, 事业部已经完成组织架构调整, 向解决方案所需能力方面转移, 公司在 2022 年将部分前端销售人员转化为运营赋能专家, 提升机构对消费者交付的专业度和服务细节, 提升销售人员对终端机构的服务能力。2023 年上半年, 公司对终端机构的服务效果显著。

Q: 请问公司医美线下渠道的覆盖数据?

A: 2023 年上半年, 公司医美线下渠道有动销机构数量大约 3500 家, 同比新增超过 1000 家。未来, 公司将会持续提升在终端机构的覆盖率和复购率。

Q: 公司收购 Revitacare 后, 目前 Revitacare 的经营情况如何?

A: 2017年,公司通过全资收购法国 Revitacare,掌握其在皮肤护理领域的国际领先的技术和产品,其主要产品在国际国内同步销售,国际为 CYTOCARE,国内为丝丽动能素。丝丽动能素致力于解决保持青春和恢复光泽的难题。2023年上半年营收合计约为1.18亿元,实现净利润2970.86万元。

Q: 公司功能性护肤品业务上半年业绩承压,请问公司原因是什么?护肤品板块下半年的调整方向是什么?

A: 公司功能性护肤品业务经历3-4年的高速增长,已经形成了一定的市场认知,然而从一个颇具规模的品牌迈向真正意义上的国民品牌仍然任重道远,公司在产品层面、渠道层面和品牌层面均有优化调整的空间,因此公司于2023年主动放慢发展速度,着力修炼内功。

公司2023年下半年将持续聚焦品牌定位、优化渠道结构,强化大单品战略和数字化运营等工作,不断增强组织能力,提高精细化运营管理水平。

产品层面持续打造大单品及大单品系列,提升大单品及大单品系列占比,通过大单品的稳定复购为品牌带来稳定的业务基础。渠道层面优化渠道结构,提升自有渠道占比,降低对其他渠道的依赖,提高品牌的渠道抗风险能力。品牌层面锐化品牌锐角,通过使品牌形象更鲜明、更有辨识度,同时聚焦核心用户的心智占领等,通过多方面举措以更好地应对市场挑战,促进业务增长。

Q: 公司功能性护肤品板块的销售费用率的情况如何?

公司功能性护肤品板块的销售费用率从长期来看,有很大的优化空间,从占比较高的两个线上渠道天猫和抖音,天猫渠道的费用率低于抖音渠道,2023年上半年,公司抖音渠道的费用率仍然较高,未来公司将通过精细化运营来提升投放效率和转化效率,保持抖音渠道在公司线上渠道一定占比的同时,将抖音渠道的费用率控制在合理的水平。

Q：公司目前在抖音上有哪些直播间？

A：公司在抖音有完善的矩阵布局，四大品牌均有品牌直播间，包括润百颜护肤旗舰店、润百颜美妆旗舰店、夸迪护肤旗舰店、肌活旗舰店、米蓓尔护肤旗舰店等。此外，也有公司级直播间，包括华熙卖场旗舰店、华熙生物快乐GO！、华熙生物直播间、华熙海御护肤专营店以及华熙生物生活馆等，不同直播间有不同战略定位。公司将通过深耕精细化运营来加大在抖音自播渠道的构建，为以后抖音渠道的复购提升奠定基础。以润百颜为例，该品牌抖音自播营收在抖音营收已占较大比例。

Q：护肤品板块的库存策略是什么？

库存方面，公司采用以销定产的生产模式，根据市场需求预测来设置安全库存水平，以确保公司能够及时满足客户需求，同时最大程度地减少库存积压。公司将继续密切关注市场变化，灵活调整库存策略，以支持业务增长。