

证券代码：301371

证券简称：敷尔佳

哈尔滨敷尔佳科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2023-001

投资者关系活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	中信证券：杜一帆 中信证券：何锦鹏 中信证券：张佳绘 中信证券：邹文璐 中信证券：顾祺隆 中信证券：章思思 招商基金：马思瑶 博时基金：徐鹤元 红杉资本：尚嘉琛 海富通基金：赵晨凯
时间	2023年11月2日（下午）14:00-16:00
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	张立国先生 董事长、总经理 孙娜女士 董事、副总经理 郝庆祝先生 副总经理 邓百娇女士 董事会秘书、财务负责人 齐鑫鑫女士 证券事务代表
投资者关系活动主要内容介绍	Q1: 希望公司未来成为一个什么样的企业，未来三年至五年的发展愿景？ A: 公司坚持以高质量、可持续业绩增长为前提，以科学品牌发展观为战略指导，夯实医疗器械与功能性护肤品双轮驱动的赛道，以打造国内领先的医用敷料和功能性护肤品的专业皮肤护理领域优秀企业为发展目标，敷尔佳将持续秉持“科技赋能、

品质第一、功效先行”的产品理念，不断扩充研发队伍、持续加大研发力度，不断打造超越消费者期望的高品质产品，不断提升公司的核心竞争力，努力引领行业发展，力争成为皮肤护理产品行业的领导者。

Q2: 围绕发展愿景的战略布局如何安排？

A: 公司将加强合作研发，通过寻求与科研院所等外部研发机构合作，扩充研发产品线并提高研发效率，增强公司整体研发实力。丰富公司既有产品线的同时，多渠道布局，加强市场营销和服务能力，增强消费者对品牌的认知。公司将优化人力资源结构，有计划地吸纳多学科、高层次的技术与管理人才，完善人才培养、管理和激励体系，构建高水平的人才团队，为公司可持续发展提供必要保障。未来，敷尔佳将秉持以产品为核心优势，在品牌建设方面向传统意义上的知名品牌不断借鉴和学习，深度运营社交媒体，借势明星、KOL 与各类 IP 热点，通过多渠道与用户建立有效沟通，为中国消费者带来更多选择的专业皮肤护理产品。

Q3: 请介绍一下公司目前的组织结构及未来发展方向

A: 公司组织架构完整，涵盖研发、生产、技术，质量、采购、储运、电商和综合行政管理等各个组织模块，公司已在上海建立子公司，其设立主要在市场拓展、研发创新、电商运营、品牌建设等领域，为公司的整体发展赋能，进而提升公司综合竞争力和市场占有率，此外公司拟设立上海分公司，建立上海研发中心，引进高端人才，夯实自主科研能力，优化公司战略布局，助力公司的长期可持续发展。未来公司将继续完善公司组织架构，提升公司的综合实力。

Q4: 公司目前品牌比较单一，未来公司会考虑发展其他品牌

吗？

A: 公司在立足敷尔佳老品牌的同时，也将大力拓展其他品牌，如“卉呼吸”品牌将重点发展，同时公司将有计划地增加多个SKU，并适时考虑利用多种手段推出更多新品牌系列，实现多品牌共同发展的策略。

Q5: 公司的核心竞争力或核心优势是什么？

A: 在皮肤护理产品市场不断规范发展的环境下，公司不断实践产品创新、渠道创新、营销创新，洞察产品技术演变趋势，整合渠道资源，突出品牌竞争力。敷尔佳品牌是消费者买出来的品牌，并在行业内已经建立一定的市场地位，公司医用敷料和功能性护肤品得到了广大消费者的认可。公司未来通过加大研发投入开发大单品，相信一定会巩固扩大品牌心智，赢得公司未来持久健康发展。

Q6: 从渠道上来看，我们相比同行业公司有哪些优势？

A: 公司在渠道布局上较为成熟，是国内较早利用经销模式将医用敷料产品从公立医院销售推广到院外医疗机构、美容机构、连锁零售药店等终端渠道的企业，拥有先发优势；并且我们采用线上和线下相结合的方式，线下挖掘、线上放量，直销、经销、代销全渠道覆盖，打造了多元化终端消费场景，综合销售实力领先。公司未来将凭借领先的产品优势和品牌优势加大市场开发力度，在巩固既有市场份额的同时，公司将通过渠道分类管理，更加专业的开拓市场。持续倾注资源做到线上、线下渠道相互联动、有机融合，多渠道分布形成优势互补、共同发展的局面。

Q7: 今年“双 11”筹备如何？

A: 公司销售业绩不完全依赖“双 11”来实现,今年“双 11”公司正常参加平台活动,基本与往年相同,不同点就是抖音自播和达播规模增大。

Q8: 公司的用户人群有什么特点?

A: 消费者普遍为女性,用户年龄主要在 18 至 35 岁之间。根据不同品类的产品,公司的用户人群的特点也大不相同,未来我们也将有计划的根据用户特点制定公司的产品布局以及营销推广策略。

Q9:公司三季度销售费用、管理费用、研发费用的情况,上海子公司及分公司的费用情况?

A: 公司三费处于增长的状态,销售费用增长主要是公司加大宣传推广力度,线上销售占比增长带动相关销售费用增加所致,管理费用增加主要是管理人员薪酬、敷尔佳北方美谷房屋及设备折旧费、物业费增长所致,研发费用增长主要是公司持续加强与高校、科研院所合作,加大研发投入所致,上海子公司及拟设立的分公司产生的费用较少,对整体费用率不会产生较大影响。

Q10: 未来三年内有有望带来较大增量的新品有哪些?

A: 优选修护、祛痘、美白、抗皱四个功效大赛道的产品,重点布局第二类医疗器械、第三类医疗器械、面膜、精华、水乳、霜,公司未来有潜力大单品可能包括重组胶原蛋白的注射填充剂、与中国科学院昆明植物研究所合作的积雪草升级等产品、与深圳杉海创新技术有限公司合作的超分子技术抗皱精华、水、乳、霜等产品。

附件清单 (如有)	无
日期	2023年11月2日