

证券代码：300791

证券简称：仙乐健康

证券代码：123113

证券简称：仙乐转债

仙乐健康科技股份有限公司
2023 年 11 月 10 日投资者关系活动记录表

编号：2023-006

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 及人员姓名	陈力宇（国泰君安证券），陈硕昉（长江证券），陈瑶（重阳投资），陈熠（国盛证券），方云朋（中金公司），郭梦婕（太平洋证券），韩冬伟（国华兴益），黄薇（浙商资管），黄越（招商食品），金含（兴业证券），李雨桐（富安达基金），李竹君（平安资管），刘敏（德邦基金），刘天雨（和谐汇一），闫志刚（中信保诚基金），潘宇（华泰自营），孙天一（浙商证券），孙宛（太平资产），唐朝（中泰自营），田荣（华泰保兴），万任澄（磐耀资产），王策源（天治基金），王海亮（巨曦资产），王嘉琦（兴业证券），王亦沁（鹏扬基金），王雨丝（华泰柏瑞），王郁冰（中庚基金），王泽华（方正证券），谢知霖（光大保德信基金），邢恺（东方证券自营），姚启璠（鑫元基金），游彤煦（汇华理财），余璇（中信建投），张冰灵（广发资管），张惠灵（Alpines Capital），张伟欣（彤源投资）等机构投资者
时间	2023 年 11 月 10 日 10:30-12:00

方式	公司上海研发中心现场参观调研
上市公司接待人员姓名	<p>董事、战略和投资副总裁：姚壮民</p> <p>副总经理、董事会秘书：郑丽群</p> <p>证券事务代表：陈安妮</p>
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司邀请机构投资者到公司上海研发中心参观调研，调研活动中，我公司严格遵守相关规定，保证信息披露真实、准确、及时、公平，没有发生未公开重大信息泄露等情况。本次主要沟通内容如下：</p> <p>问题：中国明年的市场情况怎么样？</p> <p>答：保健品虽然是可选品，但是消费一直非常稳定。行业持续增长，而且增速不错。今年欧睿的数据预测中国增速大概是 10%左右，公司对明年国内行业外部环境依然非常有信心。</p> <p>问题：公司软糖的味道口感特别好，想请问软糖在代工环节的壁垒是什么？</p> <p>答：营养软糖是有技术壁垒的。一是软糖的制造过程是一个高温、高酸、高糖的环境，在这个环境下很多营养素会被降解、被破坏，软糖的难度在于这种环境下让营养素保持稳定。二是口味调节，一般来说营养素的味道都不是太好，公司很好地解决了这些问题，我们会用专有技术，做到营养素含量高且味道好。三是不断创新，公司可以做无糖软糖、果胶软糖、夹心软糖、流心软糖、充气软糖和双层软糖等，这些都是对软糖的创新，保持了软糖品类在全球的竞争力。</p> <p>问题：有没有可能其他的代工厂商也做软糖，导致毛利率未来有一些压力？</p> <p>答：随着市场发展，价格竞争是不可避免的。短期市场还没走到供需失衡、供过于求的阶段，展望更长期也不是特别担心，除了美国之外，别的市场软糖还是新品类。即使在美国，我们有技术能力，能够持续产品创新，还</p>

是可以保持比较好的竞争力。

问题：展望 BF 明年如何？

答：BF 今年有两部分业务，一是传统保健品业务，上半年美国行业去库存导致销售收入下跌；二是新业务，软糖和个人护理产线延误了一个季度投产，造成亏损。Q3 开始美洲区客户去库存情况已逐步消退，Q3 和 Q4 的销售收入和订单都呈现正增长。传统业务 Q3 已经盈利，个人护理产线的产能逐渐爬坡，软糖产线也会在年底试生产。

问题：美洲个护的产线主要的一些产品类型？

答：类似沐浴露、洗发水、膏霜之类的个人护理产品，主打天然、营养、有机的概念。

问题：今年高毛利的持续性？

答：今年毛利率改善，原因有几方面。第一，内部降本提效。第二，业务端加强管理，展望未来毛利水平是可持续的，但可能会随着产品结构的变化，在一定范围内略有波动。

问题：现在上游端保健品蓝帽子批文发放好像整体趋严，对中游上游还有对下游有些什么影响？

答：营养健康食品分两大类，蓝帽子产品和功能性食品。蓝帽子产品又分注册制和备案制。现在国内趋势在放开备案制，功能性食品的增速远高于蓝帽子产品。蓝帽子趋于收紧，但对公司影响不大，公司有充足的批文储备；而备案制批文放开，对整个行业都有正面的影响。

问题：会不会有很多客户逐步自己去建工厂？

答：公司的核心剂型是具备技术难度的软糖、软胶囊和饮品。同时，营养健康食品行业产品迭代更新速度非常快，软糖、软胶囊、饮品有很多创新的空间，公司现在每年都会有剂型上的微创新，能够赋能客户差异化竞争。

	客户自建工厂并不是好的选择。
附件清单 (如有)	无