

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：2023-002

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：邹文璐 中信证券：顾祺隆 中金公司 樊俊豪 中金公司 徐卓楠 中信建投 于佳琪 广发证券 嵇文欣 广发证券 王薇 方正证券 周昕 方正证券 谷寒婷 华泰证券 孙丹阳 财通证券 马嘉欣 信达证券 林凌 西部证券 吴岑 长江证券 罗祎 国信证券 孙乔容若 中银基金 丁雅纯 诺安基金 王月 臻宜投资 徐蕾 农银汇理基金 蒲天瑞
时间	2023年12月7日（下午）14：00-17：00
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: 公司未来成长的驱动力在哪里?

A: 公司功能性护肤品和医疗器械的贴片类产品在市场上已经深入人心, 尤其是医用敷料产品, 目前公司也在布局 III 类医疗器械产品; 公司有足够的资金和盈利能力来布局更加高质量的产品, 未来我们要充分在技术上创新, 不断加大研发投入, 公司目前在哈尔滨和上海同时布局, 哈尔滨保留原有的研发团队, 在上海将广泛招聘吸引高科技人才, 并持续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, 增进公司整体科研实力。此外我司的首款新原料已经备案成功, 以增强公司的竞争壁垒, 未来公司将利用贴片类产品的声量与优势继续将贴片类产品做强, 同时培育非贴片类的大单品, 保持公司健康稳定的发展。

Q2: 公司上市后会有收购的打算吗?

A: 公司目前资金充足, 未来会考虑进行产业上的收购, 但速度不会太快, 不会盲目的选择, 公司会慎重考虑寻找一些与敷尔佳强关联的企业。

Q3: 公司未来在渠道上有哪些规划?

A: 公司仍然会采用线上线下协调发展的策略, 未来线上渠道收入占比可能会加大, 但是公司不会特别偏重哪个平台, 而是通过根据市场情况动态调整各个平台的销售策略, 采用健康与可持续性的方式进行发展; 未来针对线下渠道, 将继续推进在医疗机构、美容机构、连锁零售药店、化妆品专营店及大型商超等多元化销售渠道, 完善营销网络。

Q4: 目前公司电商团队规模多大? 未来会有哪些调整吗?

A: 目前公司电商团队有一百多人, 规模相对较小, 以往公司没有把传统电商平台与抖音、快手等新兴媒体平台分开管理,

未来将在哈尔滨总部保留传统电商业务,在上海子公司要招募抖音、快手及视频号等新兴媒体平台的运营人员,在上海重新组建新的团队。

Q5: 公司下半年电商业务发展较为快速, 主要是什么原因呢?

A: 第一, 以往公司跟达播的合作较少, 今年我们开始与抖音、快手、淘系的达人进行合作, 主要是抖音平台的自播和达播表现比较好。第二, 在品类上, 我们去年新增的美白和祛痘面膜, 在电商业务渠道上销售增速较快。

Q6: 未来的电商综合利润率是怎么看的呢?

A: 从行业整体情况来看, 未来线上的利润率会有所下降。

Q7: 我们未来是否有人群突破的打算?

A: 公司的消费者从地区上来看华东和华南占比较多, 从年龄上来看, 大多数为 18-35 岁的女性, 目前公司属于中高端市场, 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。

Q8: 非面膜的品类哪个产品表现较好, 明年能落地哪些非面膜产品?

A: 公司的次抛产品从上市到目前销售情况较好, 明年有希望上市的产品可能有超分子技术的精萃水, 以及胶原蛋白成分的水乳霜等产品。

Q9: 公司产品全部是自主生产吗?

A: 公司产品大部分为自主生产, 部分化妆品产品进行委托生产, 公司向受托生产企业提供生产产品所需配方, 受托生产企

	<p>业按照公司要求生产产成品后交付公司验收。</p> <p>Q10: 未来产品定价策略如何? 是否会降价?</p> <p>A: 公司未来的产品价格不会走低, 公司要进行差异化竞争, 不断提升产品和品牌的知名度和美誉度, 要人找货, 不要货找人。品牌是最宽的护城河, 流量红利不具有稳定性, 聚焦品牌价值, 积累品牌复利, 才能形成更确定、更长期、可持续的增长驱动力。</p> <p>Q11: 公司产品从研发到销售整体决策链路是怎样的?</p> <p>A: 首先市场需求是我们考虑产品上市的根本因素, 捕捉到市场需求之后, 公司研发团队、市场调研小组充分进行市场分析, 评估产品未来的趋势、潜力以及成长性, 评估以后由销售和研发共同发起提案, 研发团队进行研究, 生产部门进行生产, 销售团队负责营销与推广。</p> <p>Q12: 公司注射针剂未来的产品有哪些? 什么时候能够上市?</p> <p>A: 公司与江苏江山聚源生物技术有限公司有合作重组胶原蛋白的注射填充剂, 与上海聚源智创生物研究有限公司合作重组人源纤连蛋白及重组人源弹性蛋白的设计、构建表达、性能测试及发酵提取工艺开发。以上产品需经过动物实验、临床试验、产品注册等工作完成后才能上市。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2023 年 12 月 7 日</p>