

证券代码：300146

证券简称：汤臣倍健

汤臣倍健股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2024-001

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	详见附件
时间	2024年1月11日 11:00-12:00
地点	广州市黄埔区科学城科学大道中99号科汇金谷三街3号公司会议室
上市公司接待人员姓名	公司董事会秘书唐金银
投资者关系活动主要内容介绍	<p>会议采取互动问答形式，主要交流内容如下：</p> <p>Q：请介绍一下新推出的股权激励计划以及相关考核指标的设定原则，为何公司层面业绩考核指标制定的标准较低</p> <p>本次激励方案通过设置公司层面的业绩考核指标和严格的激励对象个人绩效考核指标，兼顾挑战性与可实现性，以调动激励对象的积极性，推动公司经营目标达成。公司选择营业收入作为公司层面业绩考核指标基于营业收入是衡量企业经营状况和市场占有能力、预测企业经营业务拓展趋势的重要标志。公司在个人层面设置的绩效考核指标包括激励对象所在BU的收入、利润及市占率等多个维度。</p> <p>公司的股权激励计划一直坚持是激励而非福利的原则。从激励对象仅36人和往期的激励计划达成情况来看，在公司层面业绩考核达标的情况下，因严格的个人绩效考核，实际可行权人数和行权数量占比较低。</p> <p>Q：公司之前提到过科技转型，为何本次激励对象名单中未见研发人员</p> <p>本次激励计划的激励对象是直接承担公司收入、利润、市场份额的主</p>

要业务部门关键岗位人员。除股权激励外，公司设有项目奖、增量奖等多元化的激励机制。针对研发人员，公司提升了核心研发人员的基础薪资，并在此基础上设置了几项专项激励，以保证研发投入更聚焦产品创新、迭代及技术创新领域，而不受短期业绩波动的影响。

Q：公司今年四季度的收入和业绩情况

因上年第四季度增强免疫力类产品消费需求强，收入基数较高，今年第四季度收入较上年同期略有下降。另外，由于品牌建设投入较大，单季度销售费用率全年最高，预计公司 2023 年第四季度业绩较上年同期下降。

Q：针对未来降低销售费用率是否有相关举措

销售费用率水平与公司所处行业赛道及行业发展阶段等相关。近年来公司销售费用率上升一是由于线上渠道收入占比提升带动销售费用率提升，二是由于公司实施“多品牌大单品全品类全渠道单聚焦”战略，不断加大品牌建设费用。随着公司运营能力的逐步提升，销售费用仍有优化空间，希望未来 3-5 年内销售费用率能够向 35%-40%过渡。

公司重视品牌建设，旗下各品牌的媒介投放结构向中长线投资资源倾斜，即更重视曝光型的品牌广告、心智转化型的种草推广，降低短线投资资源，立足在中长期占领消费者心智。

Q：终端的库存水平如何，是否需要一定时间去做消化

每年第四季度公司会重点关注库存情况，内部有分销管理系统对经销商库存进行严格监控。

Q：对于健力多明年的预期

希望“健力多”品牌收入可以恢复增长。

Q：怎样看待疫情对于增强免疫力类产品后续的影响，是否具有持续性

后疫情时代国民健康意识显著提升，VDS 行业的消费环境、消费心理和群体等都发生了变化，为行业的长期发展带来新一轮更确定的长期增长机会。行业目前处于成长期，长期的增长有赖于消费习惯的构建，仍需要持续进行消费者教育。

Q：行业在抖音平台的发展情况

	<p>核心电商渠道整体来看，抖音已超过京东成为行业第二大平台，其2023年的整体增速也最快。相对于传统的货柜式电商，抖音的直播电商形式是很好的教育场，公司可通过输出优质内容的方式进行消费者培育。2023年公司在抖音渠道增速超过100%。</p> <p>Q：公司在线上各平台的收入占比情况</p> <p>阿里和京东合计超过6成，抖音约2成。</p> <p>Q：怎样看待后续创新剂型的发展</p> <p>公司首先关注的是品类赛道，在细分赛道拓展中再结合消费者需求推出更多元化剂型的产品。</p> <p>Q：公司后续在线下的打法</p> <p>目前行业在渗透率层面仍然有很大的增量空间，在药店渠道公司的增长机会来自：(1)品种机会：实施多组合产品策略，进一步拓展全品类发展空间；(2)提升单店产出：加强终端动销和服务，沉淀用户资产，提高指定购买和复购率；(3)增加销售网点：渠道下沉、提升品种分销等。公司在线下覆盖网络、经销商体系和服务质量等方面有比较大的优势，未来将继续从这块稳定的市场去扩大份额。</p> <p>Q：后续的分红考虑</p> <p>上市以来公司平均分红比例基本维持在60%-70%。</p> <p>接待过程中,公司严格按照《信息披露管理制度》等规定，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平，没有出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
附件清单	参会人员名单

附：参会人员名单（排名不分先后）

机构名称/个人投资者	姓名
中信证券	薛缘
中信证券	汤学章
龙蟒投资	刘淼蝉
合众易晟	徐兴科
招银理财	杨鉉毅

山证资管	李培玉
星石投资	吴雨航
圆石投资	谭灿辉
海通证券	程碧升
东方财富证券	班红敏
东方财富证券	崔晓静
大华信安资管	骆林
东海证券	陈宜权
观合资产	王萧睿
太平洋证券	肖依琳