

证券代码：300740  
债券代码：123188

证券简称：水羊股份  
债券简称：水羊转债

## 水羊集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-002

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"/> 媒体调研 <input checked="" 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	线上参加水羊股份 2023 年度网上业绩说明会的投资者
时间	2024 年 5 月 14 日下午 15:00—17:00
地点	进门财经路演平台
上市公司接待人员姓名	董事长 戴跃锋 董事会秘书 吴小瑾 财务总监 邹飞 独立董事 汪峥嵘
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、有网友认为我们重视未来的规划，不太重视现在的变现？当年在珀莱雅和御泥坊之间选择了今天的水羊，理由很朴素我们是一个年青团队（那年平均年龄 27），而他们是核心领导层接近六十，在面临年轻消费主力人群和互联时代信心十足。这些年也看到公司各种经营，真心觉得妙招频出，坚信水羊股份是一家有未来的公司，就是结果大家是知道的！请问管理层么样看！谢谢？</p> <p>尊敬的投资者，您好！公司坚持长期主义战略，注重可持续发展，基于公司多业务、多品牌、多品类、全渠道的布局，坚持用长期的确定性对抗短期的不确定性。公司积极储备并大力提拔年轻人才，不断为公司经营团队注入新思维，为品牌注入新鲜血液，保持团队的敏锐性，使</p>

公司能在不断变化的市场环境中保持长久稳定的竞争力。公司也将长期坚持“研发赋能品牌，数字赋能组织，自有品牌与 CP 品牌双业务驱动、双平台生态”的战略，努力实现业务的持续健康发展，争取以更好的业绩回报股东，感谢您的关注！

**2、抖音上粉丝人气为什么一直上不去？学学韩束和珀莱雅吧？ 建议不要再请明星代言了，加大科研投入，学学锦波生物，生产出胶原蛋白。加大收购兼并。**

尊敬的投资者，您好！公司始终注重围绕品牌建设制定相关宣传计划，采用多种形式如新媒体营销、电商平台推广、达人种草、线下主题推广活动等多种方式提升品牌知名度和形象，也将根据品牌定位及发展阶段选用合适的品牌代言人。公司始终坚持“研发赋能品牌”战略，致力于为消费者找到更匹配中国肌肤的解决方案，后续具体研发成果，敬请持续关注公司公开披露的信息。公司持续构建多元品牌矩阵体系，并积极关注国内外市场相关机会，感谢您的关注！

**3、为啥 2023 年要计提资产减值 4900 万多，存货跌价？为什么会跌价？以后如何避免？水羊股份的业绩不好，导致水羊股份的市值一直很低，你们管理人员要反省反省啊，好多次股权激励没有完成，能力不行的领导干部，就要辞职下来，让有能力的人上去。学学珀莱雅**

尊敬的投资者，您好！公司 2023 年资产减值主要为存货计提的跌价准备。公司根据以前年度不同剩余有效期产品采取的销售定价、促销策略等经验数据，确定公司存货的可变现净值，按照存货类别成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。

公司处于业务快速发展时期，存货资产占比提升符合公司当前发展的实际情况；公司将积极采取各项措施，加强存货库存管理，提升存货周转速度。感谢您的关注与支持！

影响公司市值的因素非常复杂，并不限于公司盈利水平和发展前景等基本面因素，还受国内外宏观经济、货币政策、市场流动性、二级市场

场活跃度及走势、市场投资热点、投资者心理等多方面因素的影响。公司也将持续关注股东价值回报，努力做好各项经营管理工作，以业绩回馈股东，感谢您的关注！

**4、尊敬的领导，建议把御泥坊名字改了，御泥坊太土了，玩泥巴的作坊吗？土里土气，像“珀莱雅，韩束”一样洋气点的名字。加紧改名字，水羊股份才有前途。**

尊敬的投资者，您好！“御泥坊”品牌有其自身发展的历史来源及市场知名度沉淀，现在消费者心中有一定的认知度。2024年5月份，御泥坊品牌定位“2+3 东方肌肤方程式”全新升级发布，并且基于已经获批的黑参原料，推出全新大单品——黑参胶原瓶；后续也会持续以东方的原料、东方的匠心科技、东方的美学为东方肌肤提供东方解决方案。感谢您的关注与建议！

**5、现在合成生物概念大热，水羊股份已形成产品 800Da，400Da 透明质酸，建议领导们加大科研成果转化，多赚钱，为老百姓服务。**

尊敬的投资者，您好！在合成生物领域，公司较早开始与江南大学陈坚院士团队合作，并于2022年聘请陈坚院士为首席科学家，已取得11项专利技术，并将相关技术应用于御泥坊微800、微400玻尿酸次抛精华等产品中。此外，与江南大学合作开发的四氢嘧啶（依克多因）菌株已可实现量产。公司始终坚持“研发赋能品牌”的战略，致力于为消费者找到更匹配中国肌肤的解决方案，后续具体研发成果，敬请持续关注公司公开披露的信息，感谢您的关注与建议！

**6、目前公司对目标市场的选取和定位具体是哪些呢？**

尊敬的投资者，您好！公司认为，美妆消费者的群体是庞大且具有多层次结构的，消费者对美妆品牌和产品的需求也是多元的。作为多品牌的美妆集团，公司坚持多业务、多品牌、多品类、全渠道发展，目前拥有了从高奢、中产、国潮到大众多元的品牌矩阵体系，各个品牌都有着自己的品牌定位与独特的价值主张，如EDB品牌定位敏感肌抗衰，目

标成为高奢的新晋品牌之一，御泥坊定位“2+3 东方肌肤方程式”，致力于为东方肌肤提供东方解决方案，大水滴定位熬夜肌护理等，感谢您的关注！

**7、请问到 5 月 10 日的股东人数,具体到个位数,谢谢**

尊敬的投资者，您好！截至 5 月 10 日，公司总股东人数 1 万 9 千余户，感谢您的关注！

**8、目前公司对目标市场的选取和定位是？**

尊敬的投资者，您好！公司认为，美妆消费者的群体是庞大且具有多层次结构的，消费者对美妆品牌和产品的需求也是多元的。作为多品牌的美妆集团，公司坚持多业务、多品牌、多品类、全渠道发展，目前拥有了从高奢、中产、国潮到大众多元的品牌矩阵体系，各个品牌都有着自己的品牌定位与独特的价值主张，如 EDB 品牌定位敏感肌抗衰，目标成为高奢的新晋品牌之一，御泥坊定位“2+3 东方肌肤方程式”，致力于为东方肌肤提供东方解决方案，大水滴定位熬夜肌护理等，感谢您的关注！

**9、戴总您好，我在线下购买过两次伊菲丹产品，线下购买这种高档产品真的体验感很好，且销售还能耐心讲解产品功效，可目前全国来看，仅有两个专柜，虽马上武汉和上海专柜要开业了，总觉得速度太慢，请问今年和明年线下自有专柜的铺店计划？谢谢**

尊敬的投资者，您好！EDB 品牌将持续完善匹配品牌高奢基因的渠道体系搭建，线下渠道是高端品牌建设的重要部分。目前 EDB 已进驻杭州、合肥的银泰百货以及各大 SKP，今年品牌也将于上海张园打造除了 EDB 法国南法城堡以外的全球第一个城堡店，当前已经在设计阶段；上海也将有新的 pop up、店面铺开。公司也将聚焦品牌资产建设持续有节奏布局线下渠道，展现品牌的高奢属性，拓展渗透更多的高奢人群，给消费者带来高奢护肤体验。感谢您的关注与支持！

**10、尊敬的董事长：针对伊菲丹顶奢定位，您看“男人的飞天，女人**

的伊菲丹”这样的宣传词怎么样？

尊敬的投资者，感谢您的关注与建议！

#### 11、请谈公司在合成生物方面的情况

尊敬的投资者，您好！在合成生物领域，公司较早开始与江南大学陈坚院士团队合作，并于 2022 年聘请陈坚院士为首席科学家，已取得 11 项专利技术，并将相关技术应用于御泥坊微 800、微 400 玻尿酸次抛精华等产品中。此外，与江南大学合作开发的四氢嘧啶（依克多因）菌株已可实现量产。

合成生物学的核心是菌种，公司目前已经完成合成生物产业化体系的搭建，可以实现快速构建目的菌株，并确保核心菌种不外泄或者被污染；另外，公司具备完善的中试转化平台，可以自主实现从实验室小试开发到生产的放大工艺；公司拥有自主的合成生物学工厂加上完备的质量管控和生产管理体系，可以保障原料批次间的稳定以及相关原料成本可控。

公司始终坚持“研发赋能品牌”的战略，后续具体研发成果，敬请持续关注公司公开披露的信息，谢谢！

#### 12、看到御泥坊出新品了，价格带还蛮高的，请介绍一下御泥坊的品牌规划有什么变化？

尊敬的投资者，您好！御泥坊品牌定位“2+3 东方肌肤方程式”已于 5 月全新升级发布，带来全新升级的品牌产品体系。如东方黑参系列，以中国新原料——黑参精粹为核心，以东方珍稀原材结合东方科技匠心，打造东方女性专属抗衰方案；东方牡丹系列，以菏泽药用牡丹打造牡丹聚光精粹，以油养肤，为用户带来焕亮体验；东方灵芝系列，选用云南无柄灵芝打造灵芝复苏精粹，对东方女性脆弱肌肤屏障进行针对性的保护，目前也正在新原料的申报备案中。

御泥坊未来将以 2+3 东方肌肤方程式，基于对东方历史和东方肌肤的研究，深入研发东方珍稀原料，和东方肌肤配方体系，通过东方哲学

和东方女性美学相结合的视觉语言，和消费者沟通；致力于为东方女性提供东方专属解决方案，让每一位东方女性都能拥有适合自己的护肤品，让东方护肤引领全球，感谢您的关注！

**13、尊敬的董事长：**公司 23 年取得了巨大的进步，但是资本市场没有给予正反馈，主要因为公司财务数据未能真实反应公司实际经营情况，表现的季度间起伏不定，波动非常大，对投资者持股影响很大，建议公司采取更适用的会计处理方式，平滑业绩波动，给资本市场正反馈！

尊敬的投资者，您好！公司严格按照企业会计准则及各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定执行。公司将持续关注股东价值回报，努力做好各项经营管理工作，以业绩回馈股东，感谢您的关注！

**14、戴总您好，关于御泥坊近期黑参胶原瓶的推广，公司可有比较大的活动？**

尊敬的投资者，您好！2024 年 5 月，御泥坊品牌定位“2+3 东方肌肤方程式”全新升级发布，后续也将持续围绕品牌建设、根据品牌市场反馈推进相关宣传计划，采用多种形式如新媒体营销、电商平台推广、达人种草、线下主题推广活动等多种方式有节奏地进行宣传推广，并注重宣传渠道与品牌的适配性及投入产出比，具体的宣传举措敬请关注品牌官网等信息。感谢您的关注和建议！

**15、尊敬的董事长：**您在机构调研中提到伊菲丹全球去年 GMV 增长 100%，高达 10 亿，请问国内多少？谢谢

尊敬的投资者，您好！通过持续的品牌建设和培育，产品体系和渠道的完善和打造，EDB 品牌势能正在逐步释放，2023 年国内保持了高速增长，具体财务数据敬请关注公司公开披露的信息，感谢您的关注！

**16、戴总您好！**请问 9 号发布的御泥坊新品开始推广售卖了吗，对于新品的营销推广具体的时间计划可以谈谈吗，谢谢！

尊敬的投资者，您好！2024年5月，御泥坊品牌定位“2+3 东方肌肤方程式”全新升级发布，后续也将持续围绕品牌建设、根据品牌市场反馈推进相关宣传计划，采用多种形式如新媒体营销、电商平台推广、达人种草、线下主题推广活动等多种方式有节奏地进行宣传推广，并注重宣传渠道与品牌的适配性及投入产出比，具体的宣传举措敬请关注品牌官网等信息。感谢您的关注和建议！

**17、尊敬的董事长： 请问今年伊菲丹增长目标如何？能否延续 23 年的增长幅度？谢谢，主要措施？**

尊敬的投资者，您好！EDB 在 2023 年增速较高，客观来说是基于 2022 年基数相对较低。目前阶段将更聚焦在品牌资产建设上，2024 年将针对品牌投入、目标人群渗透、渠道铺设等方面针对性发力，感谢您的关注！

**18、尊敬的董事长： 去年佩尔赫乔产能不足，请问今年情况如何？目前公司持有 30%股权和中国区业务，请问有没有进一步股权收购计划？**

尊敬的投资者，您好！2023 年，PA 的供应链问题已基本解决，2024 年整体呈现稳定增长趋势。关于 PA 后续发展，请关注品牌后续发布的官方消息，感谢您的关注！

**19、请问到 5 月 10 日的股东人数，具体到个位数，谢谢**

尊敬的投资者，您好！截至 5 月 10 日，公司总股东人数 1 万 9 千余户，感谢您的关注！

**20、请问贵司对伊菲丹的定位是怎样的？会拿出怎样的资源和资金扶持其发展呢？**

尊敬的投资者，您好！法国高奢护肤品牌 EDB 专为敏感肌衰老研发，目标成为新晋的高奢美妆品牌。2023 年始，公司聚焦优势资源匹配到高增的板块和品牌如 EDB 上，未来也会持续聚焦资源、聚焦质量，不断提升 EDB 品牌的市场知名度及消费者认知，强化其国际高奢护肤品牌的

定位。感谢您的关注！

**21、吴总，伊菲丹线下店具体铺店计划？2024 以及 2025 的数量？这很关键啊。**

尊敬的投资者，您好！针对 EDB 品牌，公司制定了完善的线下渠道布局计划，将持续完善匹配品牌高奢基因的渠道体系搭建。除已开业的杭州、合肥的银泰百货及各大 SKP 入驻外，品牌 2024 年将在上海张园打造除 EDB 法国南法城堡外的全球第一家城堡店，并在上海等城市进行 pop up、店面铺设等动作。具体详情请关注后续品牌发布的官方消息，感谢您的关注！

**22、吴总，关于线下伊菲丹专柜的数量，2024 年新开店数量都还没有明确的规划吗？**

尊敬的投资者，您好！针对 EDB 品牌，公司制定了完善的线下渠道布局计划，将持续完善匹配品牌高奢基因的渠道体系搭建。除已开业的杭州、合肥的银泰百货及各大 SKP 入驻外，品牌 2024 年将在上海张园打造除 EDB 法国南法城堡外的全球第一家城堡店，并在上海等城市进行 pop up、店面铺设等动作。具体详情请关注后续品牌发布的官方消息，感谢您的关注！

**23、戴总您好，目前伊菲丹代言人团队也已经初步形成了，线下店的铺设正是关键时期，如果今年的铺店计划都没出来，我们也比较无语了。**

尊敬的投资者，您好！针对 EDB 品牌，公司制定了完善的线下渠道布局计划，将持续完善匹配品牌高奢基因的渠道体系搭建。除已开业的杭州、合肥的银泰百货及各大 SKP 入驻外，品牌 2024 年将在上海张园打造除 EDB 法国南法城堡外的全球第一家城堡店，并在上海等城市进行 pop up、店面铺设等动作。具体详情请关注后续品牌发布的官方消息，感谢您的关注！

**24、尊敬的董事长！我们非常关注伊菲丹今年线下新增自营专柜数量初步规划？线上渠道毕竟不能完全吸引伊菲丹价格定位的适用人群。另**



	<p>外御泥坊的黑参胶原的推广有没有比较出众的计划？例如短剧和种草。</p> <p>尊敬的投资者，您好！线下渠道是高端品牌建设的重要部分，EDB品牌将持续完善匹配品牌高奢基因的渠道体系搭建。公司也将聚焦品牌资产建设持续有节奏布局线下渠道，展现品牌的高奢属性，拓展渗透更多的高奢人群，给消费者带来高奢护肤体验。具体数量敬请持续关注品牌官网等信息。御泥坊全新大单品黑参胶原瓶将持续围绕品牌建设、根据品牌市场反馈推进相关宣传计划，采用多种形式如新媒体营销、电商平台推广、达人种草、线下主题推广活动等多种方式有节奏地进行宣传推广，敬请持续关注，感谢！</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024年5月14日