

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：2024-008

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	T.RowePrice 普徠仕 计嘉骐、T.RowePrice 普徠仕 方舒
时间	2024年5月16日 14:15-15:15
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女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>会议采取互动问答形式，主要沟通内容如下：</p> <p>Q：流量的去中心化、渠道多样化、线上监管环境等带来的挑战是否还存在</p> <p>仍然存在，但行业规范化发展是大方向。公司坚持合规经营，以长远发展的思路进行业务布局，随着相关法规陆续完善，行业规范化程度将进一步提高，为合规企业的健康持续发展创造较好的条件。</p> <p>Q：药店渠道是否有政策变化</p> <p>医保管理趋严是大趋势，目前阶段来看已成常态化。</p> <p>Q：如何看待VDS行业在药店渠道的发展</p> <p>从人均消费额、渗透率、人口老龄化趋势以及大健康的政策背景等方面来看，国内膳食营养补充剂行业仍有广阔的增长空间。基于处方外流等趋势，药店渠道仍然会长期存在并且是具备增长潜力的渠道。汤臣倍健是最早在药店渠道布局的VDS品牌，公司会通过品类拓展、提升品牌赋能和服务等策略推动在药店渠道的增长。</p>

	<p>Q: 未来保健食品的市场更分散还是集中</p> <p>因人口众多、城市之间的发展差异大，中国市场环境较为复杂，分层化情况较为明显。长远来看，通过单品牌覆盖全人群比较难实现，公司坚持多品牌大单品全品类全渠道单聚焦战略，通过多品牌全渠道布局实现份额增长并保持龙头地位。</p> <p>Q: 怎么衡量品牌和短期投流的投入产出比</p> <p>无论是短期或长期投入转化都存在一定不确定性，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。公司内部会确定费用率水平及营业收入增长目标，并对费用的内部结构进行调整，增加 A 类（品牌建设）费用，降低 P 类（销售转化）费用。</p> <p>Q: 今年投入加大，在收入上要求如何</p> <p>今年公司收入的增长目标是同比实现个位数增长，在去同期高基数影响，存在一定增长压力，销售费用率会尽量控制在过往两年差不多水平。</p> <p>Q: 线上费用使用效率要不要重点研究</p> <p>费用投放效率受到多品牌策略及消费者需求多元化的影响。公司营销希望能做到千人千面，但投入与销售转化之间存在较大的不确定性。</p> <p>Q: 如何看保健食品“零食化”</p> <p>消费者选择 VDS 产品主要基于其健康诉求，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偏好推出更多元化剂型的产品。</p> <p>Q: 公司在小红书是否有布局</p> <p>小红书是非常好的品类教育平台，公司已合作多年。</p>
附件清单	无