

证券代码：600223

证券简称：福瑞达

鲁商福瑞达医药股份有限公司投资者关系活动记录表

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 checked="" type="checkbox"/> 其他电话会议
参与单位名称及人员姓名	财通证券、华创证券、方正证券、广发证券、国泰海通证券、天风证券、中泰证券、东方证券等
时间	2026年6月
地点	线上：腾讯会议 线下：公司会议室
上市公司接待人员姓名	窦茜茜、张泰生

投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、围绕公司主要美妆品牌，开展相关交流</p> <p>1. 公司核心品牌近期发展概况</p> <p>公司打造“强研发+强营销”经营体系，三大核心品牌颐莲、瑗尔博士、珂谧均依托自有科研积淀孵化，各品牌具备独家技术壁垒。其中颐莲增长态势稳健；瑗尔博士预计下半年渠道修复效果逐步验证；珂谧当前体量基数较小，长期有望成为公司第三大核心主品牌。</p> <p>2. 关注单品牌珂谧发展情况</p> <p>珂谧单品产品竞争力表现亮眼，品牌清晰定位围术期轻医美赛道，主打术前、术中、术后与联合医美项目协同增效，项目期间居家抗衰护理，可针对性有效改善肌肤皱纹松弛等核心衰老问题，用户认可度高。依托自研穿膜胶原解决胶原蛋白难渗透的技术难题，2.0版本可有效激活成纤维细胞分泌更多胶原蛋白，实现抗皱效果。</p> <p>问：珂谧当前体量偏小，公司是否会加大营销投入重点孵</p>
---------------	--

化该品牌？

答：珂谧品牌整体营销投放基数符合其体量规模，年度营销预算由品牌自主规划，整体费用规模可控。下半年公司将珂谧进行营销资源倾斜，目前看该品牌投入产出比符合预期。

问：珂谧品牌盈利表现优异的核心原因是什么？

答：核心依托胶原蛋白赛道中穿膜胶原的强科技属性，叠加确切的功效体验带来的高复购比例。目前品牌产品客单价处于 360-700 元的中高端区间。

二、围绕公司主要渠道结构，开展相关交流

整体渠道趋势为自播占比持续提高。今年公司梳理线下分销渠道，修复线下渠道生态，下半年是全渠道调整效果的关键观察窗口。

问：公司销售团队人才模式如何，以自主培养为主还是外包代运营为主？

答：公司销售团队核心人员主要是内部自主培养，业务层有少量细分渠道、单品牌细分产品线采用外部代运营团队合作模式。

问：如何看待海外头部美妆在各大平台的降价，对公司产品影响是否明显？

答：海外头部美妆品牌在国内有相对稳定的客户。公司通过不断自研核心原料成分，提高配方科学性，以及传承医药企业基因的严格质控能力，积累高粘性复购用户。我们希望通过品牌的稳定性、产品的可信赖，为客户提供优质的体验，以留住更多客户。

三、围绕公司研发项目与决策体制，开展相关交流

公司执行刚性研发投入规则，持续支撑产品迭代。加快市场响应灵活度，美妆板块、原料板块、医药板块在上市公司管控下相对独立运营。由上市公司总部统筹研发资源，各板块根据自身的产业特点，在常规采购、新品规划、线上营销等方面

自主决策，兼顾效率与风险管控。

问： 医美器械研发进度与市场规划？

答： 公司现有二类医疗器械 7 项，目前营销在各渠道推广中。三类医疗器械进度成熟的有 2 项，III类医疗器械 HA 水光针已完成临床试验，重组III型人源化胶原蛋白冻干纤维进入临床准备阶段。今年公司将继续推进医疗器械研发，加大新产品立项。

问： 公司具备扎实的产品力与科研基底，后续经营核心是否聚焦商业化变现落地？

答： 现阶段公司正通过团队配置优化、运营模式升级，构建“强研发+强营销”的经营体系，持续培育全新增长品牌。