

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：2024-006

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他：2024 年投资者线下活动
参与单位名称及人员姓名	详见附件
时间	2024 年 4 月 11 日 15:00-17:00
地点	珠海市金湾区三灶科技工业园星汉路 19 号汤臣倍健透明工厂会议室
上市公司接待人员姓名	公司董事长梁允超先生，董事、总经理林志成先生，董事会秘书唐金银女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>为便于广大投资者进一步了解公司发展战略和经营规划，公司于 2024 年 4 月 11 日 15:00-17:00 在汤臣倍健透明工厂举办 2024 年投资者线下活动。</p> <p>一、签署《承诺函》；</p> <p>二、公司管理层交流；</p> <p>三、参观智能工厂和营养探索馆，云健康中心检测。</p> <p>公司管理层与参会投资者进行互动交流，主要沟通内容如下：</p> <p>Q：公司未来销售费用率下降的空间</p> <p>公司 2023 年销售费用率与 2022 年相当，公司近两年销售费用率提升，主要是基于公司“多品牌、全渠道、全品类”战略，在一定程度分散费用，短期影响费用效率。另外渠道结构变化，线上渠道占比提升也导致了费用率的提升。未来，随着大单品品牌的规模增长、品牌力及产品力增强等因素看，费用率仍有优化空间，但短期下降的概率不高。</p> <p>Q：一季度业绩下降除了基数原因，是否与费用投放策略的转换相关</p>

首先，公司去年下半年调整了投放策略，增加了品牌宣传投放占比，并将与销售转化相关的投入如信息流投放控制在一定范围内；第二，公司全品类布局的背景下，主品牌在个别高增速品类布局缺失；第三，公司全渠道布局的背景下，核心品种多渠道同一盘货，对单一渠道发力带来制约，今年公司将通过产品迭代升级及货品差异化规划，打造全渠道差异化多货盘。

Q：关于剂型布局方面，感觉市场软糖接受度高，是否思考软糖剂型的布局

公司持续提升产品力，丰富剂型是其中一个方向；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。

Q：公司哪些营销工作是为长期服务的

公司基于长期品牌构建投入的费用都是服务品牌的长期发展。去年公司进行了事业部改制及第二波人才引入计划，都为推动公司强品牌战略落地助力。

Q：公司今年能落地的新品有哪些

去年8月，在新功能开发方面，公司在行业内率先递交“有助于维持正常的血小板聚集功能”的新功能申报及产品注册申请，目前在积极推动中。现有产品中，蛋白粉和健力多都获取了新批文，争取年内有新产品推出。

Q：公司多个品类布局，在人员和管理方面如何安排

未来三年公司将聚焦八大核心品类，通过旗下多个品牌来承接落地，公司按品牌进行事业部划分，对应成立了主品牌事业部、大单品一部和大单品二部，品牌事业部负责旗下各品牌包含品牌策略、产品开发、资源分配、销售结果在内的全周期管理。

Q：行业市占率为何没有大的提升，对行业天花板怎么看

公司定期报告中引用欧睿数据，存在数据预估和后续追溯调整的情况。近几年，公司在行业市占率增长确实并不明显，这与公司目标存在差异，公司在主要销售人员的KPI中加入市占率目标，希望进一步提升市占

率势能。从行业覆盖率、渗透率和人口老龄化趋势等看，行业还有较大增长空间。

Q: 公司在生产、研发上是否引入人才

公司在研发团队搭建上，给予了较大的倾斜，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。去年引入的人才在生产智能化、供应链数字化方向的人员。

Q: 未来分红的规划

上市以来公司累计现金分红金额占累计实现归属于上市公司股东净利润的比例超过 70%。公司坚持积极、持续、稳定的利润分配政策，后续会在综合考虑公司经营业绩、经营发展的资金需求、现金储备需求、股东合理回报的基础上进行分红。

Q: 无人化进展如何

无人化是数字化的极致体现。2024 年，公司成立了数字化委员会，梳理集团数字化的建设方向，落实公司未来三到五年的数字化战略核心目标，

Q: 事业部设立后产生了哪些影响

事业部设立的核心是改变从渠道运营驱动业务发展，转向以品牌及产品驱动业务发展。

Q: PCC1 的进展

公司持续开展抗衰老及精准营养等前瞻性基础研究，基于研究成果进行相关产品研发，产品商业化周期存在不确定性。

Q: 未来几年收入和利润增长，什么情况下费用率可以有下行空间，今年股权激励 8% 增长目标达成的信心

收入是公司非常关注的重要指标，市场份额是公司管理层重要的 KPI，在确保收入增长的情况下，提高费用投放效率是确保利润的重要手段，在这一块公司仍然存在优化空间，未来公司费用率的水平受渠道结构和品牌结构变化影响。今年公司收入的增长目标是同比去年实现个位数增长。

	<p>Q: 对药店渠道的策略</p> <p>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>
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
交银施罗德基金	韩威俊
君和资本	刘坚
中金公司	方云朋
中信证券	赵康
国盛证券	陈熠
上海行知创业投资有限公司	章涌涛
上海行知创业投资有限公司	顾涵蓓
华夏基金	李柄桦
尖峰投资	尹峰
西藏合众易晟投资管理有限责任公司	徐兴科
华福证券	杜采玲
财通证券	高子怡
广东比邻投资基金管理有限公司	易楠钦
方正证券	谌保罗
银华基金	谭嘉竣
银华基金	李爽
华福证券	左行
广东乾阳投资管理有限公司	何辉
南京耀泉投资管理有限公司	郑云朋
中国基金报	吴海飞
个人投资者	张晓晖
个人投资者	丁彤

个人投资者	吴泽明
个人投资者	吴清
个人投资者	郑珊
个人投资者	姚婵
个人投资者	吴京
个人投资者	魏利雄
个人投资者	王中伟
个人投资者	纪海艳
个人投资者	田玉坤
个人投资者	刘永发
个人投资者	吴智宏
个人投资者	张颖国
个人投资者	屈春光
个人投资者	陈奕圳
个人投资者	俞春云
个人投资者	杨成溪
个人投资者	祝晓天
个人投资者	俞炜
个人投资者	何婵菁
个人投资者	李军
个人投资者	吴启泽
个人投资者	曹平
个人投资者	高鹏
个人投资者	罗荣乐
个人投资者	张安忠