

证券代码：003010

证券简称：若羽臣

# 广州若羽臣科技股份有限公司

## 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"/> 媒体采访 <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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	线上参与公司2024年半年度业绩说明会的投资者
时间	2024年09月10日 15:00-16:30
地点	价值在线（ <a href="https://www.ir-online.cn/">https://www.ir-online.cn/</a> ）网络互动
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理 王玉 董事、副总经理、董事会秘书、财务总监 罗志青
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 请问管理层，对经济环境有怎样的预判，电商行业有哪些机会？</p> <p>答：尊敬的投资者，您好，2024年上半年，在外部环境日趋复杂多变的背景下，中国经济延续恢复向好态势，运行总体平稳、稳中有进。根据国家统计局数据，2024年上半年，社会消费品零售总额23.60万亿元，同比增长3.7%。今年上半年，网络购物促销力度加大，网上零售持续较快增长，全国网上零售额7.10万亿元，同比增长9.8%，其中，实物商品网上零售额5.96万亿元，增长8.8%，占社会消费品零售总额的比重为25.3%，比一季度提高2.0个百分点，今年以来占比持续提升。伴随直播带货、即时零售等电商新模式快速发展，线上消费有望持续增长，同时，行业头部效应加速释放，作为头部品牌数字化公司，将获得更多竞争优势。电子</p>

商务行业高速发展的同时，相关配套法规也在不断完善。消费者权益保护更加完善，各类电商平台也积极更新完善平台规则，推出管理规范、负面清单、处罚规则等细则，促进各方合规经营，共同驱动电商行业向高效、有序、理性方向发展。感谢您的关注，谢谢。

**2. 公司实现了营业收入和净利润的稳步增长。主要得益于哪些业务？**

答:尊敬的投资者，您好。面对全球消费品市场的复杂挑战，公司始终保持战略定力，致力于通过全链路、全渠道的数字化能力，全面推进品牌管理、自有品牌及代运营业务的发展，以扎实的业务布局和前瞻性的行业洞察，穿越经济发展周期，整体业绩稳中有进。报告期内，公司实现营业收入78,720.19万元，相比去年同期增长33.08%，提升显著；归属于上市公司股东的净利润3,893.51万元，同比增长72.51%。这一增长得益于公司在品牌管理业务、自有品牌业务以及代运营业务上的全面推进和优化，特别是自有品牌业务的大幅增长，实现营业收入17,623.43万元，同比大幅增长67.11%，占公司营业总收入的比重提升至22.39%，再次超预期完成业务目标；品牌管理业务上半年营业收入21,977.65万元，营收占比从2023年年底11.75%提升至27.92%，促进公司业绩整体增长。感谢您的关注，谢谢。

**3. 如今，公司品牌管理业务呈现爆发式增长态势。如何实现该业务的持续创收？目前公司品牌管理业务范围与布局是怎么样？**

答:若羽臣在过去十余年的发展过程中，已实现从品牌运营向品牌管理的跨越，沉淀了操盘品牌的全链路经验，能更好地将全渠道的营销运营经验渗透到品牌前端，深度赋能品牌的全方位价值提升。公司品牌管理业务自2023年开始加速布局，报告期内实现营业收入21,977.65万元，较去年同期增长2,091.08%，成为公司业绩新的增长曲线。未来公司将继续聚焦大健康等高潜行业，关注行业发展趋势，加强对原料配方及科技创新引领的品牌、产品研究，以高含量、强功效、新成分为重点方向，在全球方位内拓展、引进优质品牌，通过总代及经营权/所有权买断、海外品牌合资等多元方式，全面负责其相关产品在中国或更多地区的市场推广和销售运营。

**4. 绽家在电商平台和线下渠道的销售表现如何？如何实现全渠道健康发展？**

答:公司通过市场研究，精准定位不同产品线的目标消费群

体，制定差异化的市场策略。报告期内，公司自有品牌业务实现营业收入17,623.43万元，同比增长67.11%，营收占比从去年年底的19.27%提升至22.39%。如今，绽家产品线覆盖了专衣专护、环境清洁、专业消毒杀菌、环境香氛以及身体个护等多个领域，显示了公司对市场需求的快速响应和产品创新能力。绽家品牌在电商平台的销售继续保持强劲增长，同时在线下渠道也实现了显著增长。公司通过构建线上线下融合的全渠道销售网络，实现了品牌的广泛覆盖和深入渗透。线上全面覆盖天猫、京东、抖音、小红书以及有赞等超20个电商平台，线下强势入驻山姆会员店、盒马等优质线下销售渠道。且天猫、抖音、京东、小红书等多个渠道继续保持双位数快速增长，线下销售更是同比增长 15 倍。

**5. 公司在代运营业务中表现如何？代运营业务如何增强抗风险能力？**

答:报告期内，公司聚焦资源，持续优化核心合作品牌的生意交付结果，报告期内，代运营业务通过精细化管理，在稳步发展的同时，实现了毛利率和业务健康度的进一步提升。2024年上半年，公司在抖音平台的销售稳步增长，占比进一步提升至 18.66%，较2023年全年增长4.57个百分点，公司淘外渠道业务占比已达52.43%，通过战略性布局 and 全渠道能力不断深化，公司代运营业务的抗风险能力持续提升。

**6. 公司在数智化转型过程中，AI技术的应用带来了哪些具体业务改进？**

答:2024 年上半年，公司进一步深化 AI 技术在日常业务发展中的运用。体现在多个方面，例如，在页面制作上，通过AI绘画和AI照片生成，辅助商品图片、店铺页面以及资源位图片的设计制作；在客服服务上，运用AI语音技术制作客服语音回复；同时，公司还通过AI影像分析技术，梳理更多高效的信息展示模型，辅助强化消费者的成交意愿，赋能业务的成长。在商品管理方面，公司大数据分析和智能预测，精准地预测商品的需求趋势，制定更加科学合理的商品采购计划，维持库存产品与经营需求的动态平衡，避免过度备货或缺货的尴尬局面，降低了库存风险和资金压力。此外，日常经营过程中，公司通过订单结构分析，定期优化发货链路和仓储网络，实现成本管控和效率提升。报告期内，公司仓储物流费用同比降低了 9.92%。用户体验方面，在AI技术赋能下，电商平台的全链路体验均得到优化提升，例如智能推荐、智能搜索、智

	<p>能客服等功能，通过对用户行为数据进行分析，了解用户的购物习惯和需求，从而进行精准营销。</p> <p><b>7. 公司在提升人员效率、降低管理费用方面采取了哪些措施？</b></p> <p>答:尊敬的投资者，您好。公司在快消及电商市场的十余年发展过程中，淬炼出一支竞争力显著的核心骨干和管理团队，在产品研发、品牌战略管理、市场营销策划、全渠道运营等诸多领域中沉淀了深厚的专业素养与实践经验。在人员效率方面，公司着重于人才梯队的建设以及核心人才的储备，在内部发展培训讲师，鼓励优秀员工将个人的经验分享、赋能到组织建设中，进一步提升团队综合竞争力。在营收增长的前提下，实现管理费用的下降，报告期内，管理费用同比降低 11.13%。感谢您的关注，谢谢。</p> <p><b>8. 前公司代运营这块，通过淘系平台的营业收入占到47.57%，淘系依赖有所改变，其他渠道未来有什么规划？</b></p> <p>答:公司将持续推进全渠道发展战略，除了淘系之外，持续深化抖音、快手、小红书等内容社交平台的能力，比如2024年上半年，公司在抖音平台的销售稳步增长，占比进一步提升至18.66%，较2023年全年增长4.57个百分点，充分说明了公司对新生态平台的快速布局和渗透能力。</p> <p><b>9. 在保健品行业，公司是如何建立头部竞争优势？</b></p> <p>答:作为消费品品牌数字化管理公司，公司自2016年正式进军保健品市场，已沉淀起充沛的专业人才资源和深厚的知识储备。核心业务团队中，保健行业人才占比超过一半。公司先后服务了近50个大健康品牌，沉淀出超过20个渠道以及保健品100个叶子类目的深耕经验，多次荣获营养星球大赏奖、天猫国际医药保健双十一“最佳服务商奖”等行业殊荣，并助力多个服务品牌成功加入天猫国际亿元俱乐部，帮助十余个海外品牌成功进入中国市场，还取得了食品经营资质、医疗器械经营许可证等多项门槛服务资质，在保健品服务商中持续领跑。公司会充分发挥自身优势，深挖行业潜力，借助资本合作等多元化方式，整合全产业链优质资源，在业务发展中进一步加固自身竞争壁垒。</p>
<p><b>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</b></p>	<p>本次活动不涉及未公开披露的重大信息。</p>
<p><b>附件清单（如有）</b></p>	
<p><b>日期</b></p>	<p>2024年09月10日</p>

