

云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-009

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 投资者关系活动类别     | <div><div><input type="checkbox"/>特定对象调研</div><div><input checked="" type="checkbox"/>分析师会议</div><div><input type="checkbox"/>媒体采访</div><div><input type="checkbox"/>业绩说明会</div><div><input type="checkbox"/>新闻发布会</div><div><input checked="" type="checkbox"/>路演活动</div><div><input checked="" type="checkbox"/>现场参观</div><div><input type="checkbox"/>其他 _____</div></div> |
| 参与单位名称        | Goldman Sachs、FMR 基金、红杉基金、财通基金、工银瑞信、国泰基金、HSZ Group、永赢基金、国寿养老、华泰证券、长江证券、国泰海通等 14 家机构                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 时间            | 2025 年 11 月                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 地点            | 线上、线下交流                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 上市公司接待人员姓名    | <div>1、副总经理、财务总监、董事会秘书王龙</div> <div>2、投资者关系负责人张圣烨</div> <div>3、IR 王丹琦</div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <div><b>Q：子品牌 AOXMED 的发展情况及未来预期？</b><br/>A：瑗科缦 AOXMED 专注皮肤年轻化，发展迅猛，双十一期间荣获天猫美妆国货新品牌成交榜第二，其高端抗衰布局正为集团持续贡献爆发动能。通过坚持长期主义，凭借“生活美容+医疗美容”双渠道布局，构建高端增长极。</div> <div><b>Q：公司如何处理长尾 SKU？进展和效果如何？</b><br/>A：公司三季度毛利率下降的主要原因是收缩 SKU，清理长尾产品。目前清理已基本完成，未来将更聚焦于核心系列，避免资源分散和消费者选择困惑。</div> <div><b>Q：请问近日皮肤学重磅会议 CDA 大会举行，在此展会上公司有哪些具体成果？</b></div>                                          |

|          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | <p>A：公司旗下品牌薇诺娜已连续十七次受邀参会。本次薇诺娜携全新科研成果“NUTE 原则”亮相，相关论文作为封面文章已发表于中国皮肤学顶刊《中国皮肤性病学杂志》，获得行业学术认可。同时还举办了展台会议、卫星会等一系列学术活动，与业界学者共话敏感肌解决方案、敏感肌抗衰、敏感肌美白等领域前沿医研成果与实践。</p> <p><b>Q：公司今拿到美容仪初普的独家代理权后，对与薇诺娜的品牌协同，会有哪些方面的考量？</b></p> <p>A：公司持续完善“功效护肤+美容仪”的协同生态，初普Tripollar 作为家用美容仪品牌，其渠道策略将围绕专业体验与服务深化展开。在品牌协同方面，我们重点关注技术共享、服务整合与用户需求互补，以“械+妆”一体化方案提升综合解决方案能力。</p> |
| 附件清单（如有） | 无                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 日期       | 2025 年 12 月 1 日                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |