证券简称：丸美股份 证券代码：603983

**广东丸美生物技术股份有限公司**

**投资者关系活动记录表**

# 编号：2023-002

|  |  |
| --- | --- |
| 投资者关系活动类别 | ☑特定对象调研 □分析师会议□媒体采访 □业绩说明会□新闻发布会 □路演活动□现场参观 □一对一沟通□电话会议 |
| 参与单位及人员 | 4家机构 4名参与人员（详见附件《与会人员清单》） |
| 时间 | 2023年 3月20日-2023年 3月22日 |
| 接待人员 | 公司管理层 |
| **投资者关系活动主要内容** |
| 公司就经营情况、市场情况、主要经营举措等内容做了介绍。 |
| **主要互动问答部分** |
| **Q1、电商团队运行的机制和架构？*** 设电商正副总，电商总管理以天猫为代表的平台电商，电商副总管理以抖音为代表的内容电商、并向电商总汇报。
* 2023年将一个达播组拆分为四个达播组（抖音、快手/视频号、机构（对接代理公司达人）、助播组（帮助主播进行直播）。努力做到2023年抖音自播/达播保持5：5比例的同时，销售维持2022年Q4的良好表现，实现量级突破。
* 平台电商进一步做精细化运营，组织结构进一步优化。

**Q2、3.8大促（3.1-3.8）情况：*** 丸美天猫旗舰店同比增长36%、抖音自播同比增长58%，恋火天猫同比增长59%。

**Q3、抖音渠道发展情况？*** 2022年抖音自播能力迅速提升，2022年底双11大促月抖音自播月销售额突破3000万元，全年自播与达播占比约5:5。2023年抖音继续发力，一季度抖音达播/自播销售额都有望高速增长（达播/自播接近5：5）。

**Q4、大单品策略？*** 今年进一步打爆小红笔眼霜、双胶原次抛精华，并且同时推出围绕小红笔眼霜、双胶原次抛精华的全系列家族产品，通过爆品带系列，目标是两大系列（小红笔+双胶原）销售额占比能达到60%。

**Q5、新产品双胶原眼霜上新计划？*** 4月18日天猫小黑盒首发

**Q6、丸美线上消费人群客户画像？*** 线上消费人群呈现年轻化趋势：93.8%女性；31-40岁年龄段占52.5%，24-30岁年龄段占24.8%，83后占七成；新一线城市占19%，二线城市占18%，三线城市占27%，三线及以上城市总计占64%。

**Q7、线上的营销策略？*** 三八节邀请脱口秀演员和美妆博主进行“眼光高错了吗”主题讨论，实现了亿级曝光量，在推产品的同时推产品心智，穿越时间的一定不是产品，而是品牌，所以打造产品同时需要建设品牌。

**Q8、为什么抖音渠道公司做得比较好？*** 抖音渠道是这两年才起来的，而这两年公司正好在转型（全面重视电商），所以公司在抖音渠道是从0到1快速发展。而且公司抖音渠道相较于同业冲得不是最凶（兼顾增长和赚钱），抖音渠道也在算成本、做费控，所以公司抖音渠道是赚钱的。
* 线上几个渠道（费控指标定的都一样）的利润率差不多、区别不大。

**Q9、恋火情况？*** 2022年前三季度收入达2021年全年2.5倍，Q4双11期间仍有不俗表现，预估全年同比增长超300%。2023年目前来看仍然增长在线，将会是公司重要的增长引擎。

**Q10、丸美线下渠道的恢复与占比？*** 目标是2023-2025年分步实现2021年-2019年的终端零售额，逐步恢复疫情前规模，收入端2023年不负增长、明年进入正增长轨道。
* 长期来看维持线上/线下比例7:3。
 |

**附件 《与会人员清单》**

|  |  |
| --- | --- |
| **机构** | **姓名** |
| 国金证券 | 罗晓婷 |
| 富国基金 | 赵伟 |
| 红筹投资 | 葛云霄 |
| 财通证券 | 沈犁 |