**广东丸美生物技术股份有限公司**

**2023年三季度业绩交流会会议纪要**

**一、会议召开情况**

时间：2023年 10 月31日 15:05-16:05

召开方式：线上

参会人员：董事长兼CEO孙怀庆、董事兼 CFO 王开慧、董事会秘书程迪

主要参会机构：详见“附件：参会机构清单”

**二、会议纪要**

**（一）管理层介绍2023年三季度财务情况**

**营业收入方面：**

2023年前三季度公司实现营业收入15.36亿元，同比上升34.34%，其中线上占比、直营占比情况较今年上半年基本保持。增长主要原因：1、主品牌丸美的抖音、快手渠道同比高速增长；2、第二品牌PL恋火同比高速增长。

公司一季度、二季度、三季度营业收入分别为4.77亿元、5.83亿元、4.77亿元，同比增长分别为24.58%、34.10% 、46.10%. 公司从去年转型获得阶段性成果后，今年在销售端逐渐向好，单季度环比增速稳健提升，转型成果在持续固化。

**毛利率方面：**

公司整体毛利率为70.84%，同比增长2.87个百分点。自去年以来，公司持续推进货品结构的系统梳理、调整和优化，积极推进大单品策略，减少非心智品和低价品，同时加强产销协同，优化供应链流程降本增效，严控促销和配赠力度。

公司2022年度、2023年一季度、2023年上半年、2023年前三季度的毛利率分别为68.40%、68.68%、70.12%、70.84%，公司的毛利率水平保持稳健维持向好。

**净利润方面：**

公司2023年前三季度归属于上市公司股东的净利润为1.74亿元，同比上升44.84%，归属于上市公司股东扣除非经营性损益后的净利润为1.57亿元，同比上升75.99%,主要是因为营业收入增长、产品结构优化从而毛利率提高所致。

**净利率方面：**

公司2023年前三季度归属于上市公司股东的净利率为11.31%，同比上升0.82个百分点，整体处于行业中等水平。今年线上竞争进一步加剧，特别是抖音类渠道流量创新高，公司兼顾当下收益和未来发展，平衡费用和投放，为公司长期可持续稳健发展蓄势蓄能。

**产品平均售价：**

2023年第三季度公司眼部类、护肤类、洁肤类、美容类产品均价较2022年第三季度分别提升7.71%、35%、31.6%、28.78%。公司持续调整产品结构，优化销售策略，推进大单品策略，各品类产品均价持续提升。单从丸美品牌来看，眼霜品类维持在30%收入占比。

**营运指标：**

公司应收账款周转率及存货周转率等营运指标健康良性且在持续优化。

**（二）管理层回答投资者提问**

**Q：毛利率提升的主要原因？**

**A：**毛利率持续提升，主因两点：一是大单品聚焦的能力提升。举例，小红笔300元左右、小金针380元左右，较高客单价；二是进行了大量SKU精简，淘汰了透支品牌的低价产品。毛利率提升反映了货盘的优化和大单品策略的成功。

**Q：公司明年产品发展规划？**

**A：**坚定推行大单品策略。今年大单品在线上取得了一定的成功，进步是和自己比，要努力做到类目第一，大单品还有很大潜力和进步空间，任重道远。努力做到今年四季度大单品的持续突破，明年在大单品上要更进一步发力和深化。

**Q：关于抖快渠道的运营策略？**

**A：**在2023年前三季度，公司实现了翻倍增长，成为整个线上业务发展的发动机，更重要的是，丸美在抖音5A人群资产上已发生了量级的突破，这是未来持续增长的重要基础。今年公司对线上电商团队进行了重大调整，将原来的大电商部分拆为电子商务部、达播电商部和直播电商部。这些部门分别负责不同类型不同属性的电商平台，这种组织变革有助于提高公司的线上业务效率和竞争力。电商团队非常年轻，平均年龄28岁，对电商平台的变化非常敏锐也能很好把握。

现在内容电商非常卷，增量很大但不赚钱。怎样在增量很大的平台上获得增量的同时，还拿到合理的利润，这是对我们团队的挑战。相信我们团队能够接受这个挑战，我们能够实现火中取栗，仍然拿到合理的利润率。

**Q：对线下渠道的判断？**

**A：**由于大环境原因，线下渠道受到了严重影响。今年对于线下很不容易，但我们会和线下的合作伙伴一起努力。我们认为线下在社会零售总额中具有重要地位。D 在打造线上竞争力的同时，我们不会丧失原有的线下竞争力，有信心明年实现恢复性增长，成为线下复苏增长品牌中的佼佼者。

**Q：如何应对双十一平台流量的争夺？**

**A：**今年双11平台政策力度空前。公司内部严格要求：绝不允许任何部门，在任何平台，以任何理由破价、内卷，如果发生一定严肃处理。我们不是只有这一个双十一，未来还有很多个双十一，不能也不会为当下做任何不计后果的动作。我们要健康和良性，不要破坏透支行为，这也是团队的共识。我们已基本掌握平台玩法并开始创新玩法，已初见成效。做品牌不能只看当下，要有自己内心的坚持。

**Q：公司在重组胶原蛋白领域有什么规划?**

**A:** 重组胶原蛋白是目前解决皮肤衰老问题的最有效办法，未来是非常长的赛道。公司未来重组胶原蛋白的核心竞争力要拉长来看，坚定研发、产品、营销等各维度都会持续投入力量，做大做强。爆发力很重要，但持久力是更为重要的。

公司今年9月举办了第三届丸美重组胶原蛋白年度科学家论坛，展示了在重组胶原蛋白领域的研究和成果，也发布了重组胶原蛋白医美术后面膜和修复精华（二类医疗器械证产品）。公司有10年的重组胶原蛋白发展蓝图，研究开发等各项工作正按照计划持续推进。

公司还邀请了法国科学院院士穆里埃先生作为公司首席科学家，希望借助他成功的科学研究方法来拓宽公司的研发边界。

**Q：PL恋火的产品策略？**

**A：**现在PL两条产品线，针对干皮和油皮的看不见和蹭不掉系列，其中每个系列又分为粉底液、妆前乳、气垫、粉霜、遮瑕等等。这两个系列我们在今年都做了升级，我们认为底妆的市场空间很大。我们在每个单个类目只是名列前茅，要努力做到每个类目前三。品不在多而在专精强。PL可能将推出色彩产品，但重心永远是底妆，坚定做底妆第一品牌。

附件：参会机构清单（排名不分先后）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 申万宏源证券 | 首创证券 | 浙商证券 | 万联证券 |
| 上海证券 | 西部证券 | 中泰证券 | 中信证券 |
| 国联证券 | 西南证券 | 中国国际金融 | 方正证券 |
| 开源证券 | 华创证券 | 安信证券 | 中国银河证券 |
| 国盛证券 | 摩根士丹利证券 | 长江证券 | 瑞银证券 |
| 东方证券 | 东方财富证券 | 国泰君安证券 | 招商证券 |
| 东亚前海证券 | 财通证券 | 海通证券 | 中邮证券 |
| 东兴证券 | 东吴证券 | 兴业证券 | 天风证券 |
| 华泰证券 | 国元证券 | 光大证券 | 国海证券 |
| 东北证券 | 国信证券 | 信达证券 | 国金证券 |
| 民生证券 | 深圳凯丰投资 | 上海涌乐私募 | 银河国际证券 |
| 广发证券 | 鸿运私募基金 | 上海明河投资 | 本营国际 |
| 甬兴证券 | 深圳兴亿投资 | 珠海怀远基金 | 中国银河国际 |
| 华宝证券 | 深圳瑞文私募 | 理成资管 | 中信期货 |
| 中信建投证券 | 华美国际投资 | 浙江沁源私募 | 汇百川基金 |
| 朱雀基金 | 淡水泉 | 上海摩旗投资 | 深圳新高投资 |
| 中海基金 | 上海致畅投资 | 武汉山水私募基金 | 上海顶天投资 |
| 新疆前海联合基金 | 健顺投资 | 名禹资管 | 郑州智子投资 |
| 路博迈基金 | 鸿竹资管 | 泾谷私募 | 长安汇通投资 |
| 中航基金 | 福建泽源资管 | 天贝合资管 | 高腾国际 |
| 大成基金 | 相生资管 | 泰康资管 | 广东佳润实业 |
| 西部利得基金 | 尚诚资管 | 中银三星保险 | 恒泰盈沃资产 |
| 中信保诚基金 | 上海荟金私募 | 盛博香港 | 兴海荣投资 |
| 富国基金 | 深圳善道投资 | 麦格理证券 | 紫金矿业投资 |
| 中信建投基金 | 深圳山石私募 | 摩根士丹利亚洲 | 颢科私募基金 |
| 华宝基金 | 同犇 | 里昂证券 | 上海牛乎 |
| 先锋基金 | 上海臻宜投资 | 睿思资本 | 上海申银万国 |
| 长安基金 | 北京源乐晟资 | Valliance Asset | 佛山东盈投资 |
| 北京百镕投资 | 尚雅投资 | Acuity Knowledge Partners | 深圳市加零科技 |
| 复胜资管 | 上海丹羿资管 | 方瀛 | AB Bernstein |
| 国盈资本 | 深积资管 | 成都启铭辰拓 | 兴证集团成员单位 |