证券代码：600223 证券简称：福瑞达

**鲁商福瑞达医药股份有限公司投资者关系活动记录表**

|  |  |
| --- | --- |
| 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 √其他电话会议 |
| 参与单位名称及人员姓名 | 开源证券 华泰证券 国金证券 上海证券 海通证券浙商证券 朱雀基金 国元证券 西部证券 民生证券中泰证券 国泰君安 新华基金 东吴证券 中信建投德邦证券 广发证券 英大基金等  |
| 时间 | 2024年10月31日 15:00-16:00 |
| 地点 | 线上会议 |
| 上市公司接待人员姓名 | 张红阳、白天明、姜良艳、徐世香、张泰生 |

|  |  |
| --- | --- |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | **一、公司三季度经营情况介绍**2024年1-9月，公司实现营业收入28.03亿元，实现归属于母公司所有者的净利润1.71亿元。公司共享企业成长价值，公司2024年第一次临时股东大会审议通过了《公司2024年半年度利润分配方案》，向全体股东进行现金分红，每10股派发现金红利 0.5 元（含税），共计派发股利50,828,438.75元。化妆品方面，2024年1-9月，公司化妆品板块营业收入 17.08 亿元，同比增长 3.25%，毛利率62.32%。其中，颐莲品牌 1-9 月实现营业收入 6.58亿元，同比增长7.57%；瑷尔博士品牌1-9月实现营业收入9.09 亿元，同比增长1.80%。研发端，加强原料储备，利用合成生物学手段制备的王浆酸完成化妆品新原料备案；积极推进医疗器械注册工作，取得透明质酸凝胶医疗器械产品注册证，公司二类医疗器械产品注册证增加至 3 项。销售端，颐莲品牌喷雾品线创新文创IP联名销售，2.0喷雾销售同比增长21%；嘭润品线实施“亿元嘭润面霜”项目，以面霜带动同系列嘭润水乳销售，嘭润霜销售同比增长54%；软膜品线上新颈膜新品，拉升该品线增量，软膜销售同比增长22%。瑷尔博士品牌闪充水乳升级，销售同比增长12%，益生菌面膜销售同比增长5%。继续拓展胶原蛋白和洗护赛道，珂谧品牌达播渠道主推胶生棒和胶原贴，即沐品牌抖音平台已上新控油蓬松洗发水，即沐洗发水产品获“中国好配方”年度洗发产品。品牌端，颐莲首家线下店入驻济南明水古城，瑷尔博士组织举办第五届微生态健康大会，福瑞达智美科创园入选山东省级绿色工厂名单，世界美妆科技馆正式开馆，开启美妆工业旅游新纪元。医药方面，2024年1-9月，公司医药板块营业收入3.70 亿元，毛利率50.48%。药品研发方面，取得单剂量左氧氟沙星滴眼液（0.6ml）生产批件。药品销售方面，调整销售价格，管控销售渠道，第三季度药品销售止跌回稳，7-9月份医药销售收入1.29亿元，同比增长18.96%。新业务拓展方面，完成药食同源产品供应链服务平台建设并投入运营，实现黄精原浆植物饮料、灵芝双参透明质酸钠饮等9项药食同源功能性食品上市；中药提取物方面，完成明颜蝶萃、莳葵茵等5项化妆品原料备案。原料及添加剂方面，2024年1-9月，公司原料及添加剂板块营业收入 2.49亿元，毛利率39.39%。研发端，原料研发方面，通过对透明质酸酶纯化工艺研究，推动透明质酸二糖的研发，产品已成功上市；高端客户定制产品开发方面，完成水活5D 透明质酸钠产品、百颜露产品的开发并上市销售。销售端，前三季度食品级、化妆品级透明质酸销量同比增长12%，医药级原料业务随着客户的积累，销量持续攀升。**二、投资者主要问题回复汇总****1.关于公司颐莲品牌相关情况**在产品方面，颐莲今年主要围绕高保湿线增加了产品活动以及营销投入，目前来看第二增长曲线占比提升，喷雾占比由80%降至65%左右，二线产品如水乳面膜均有所提升。**2.关于瑷尔博士品牌相关情况**品牌调整方面，目前瑷尔博士的的规划正在调整过程中，今年双十一期间将有较大变化。下一步的调整包括：一是将在价格和策略上进行调整，二是完善益生菌线。此外，公司今年还将在人员和团队上进行调整，聚焦大单品持续发力。新品规划方面，瑷尔博士今年对闪充水乳进行了升级，摇醒线发展良好，下一步，将稳住益生菌基本盘，对老品进行迭代和升级，并围绕益生菌品线尝试新的符合当下市场的新品打造。目前已完成25年规划，团队目前正在积极对新品进行打造。**3.关于珂谧、即沐品牌相关情况**新品牌珂谧以“专研轻医美围术期，科技美塑年轻化”为品牌定位，公司今年一方面丰富其产品线，另一方面从产品定位等方向对其进行调整，在抖音渠道不断加强自播升级。下一步，珂谧品牌线上将建立珂谧轻医美品牌认知，以医美用户抗老诉求打造过千万单品“胶生棒”次抛精华，线下力推仪器到店，打造医美生活化，聚焦胶原抗衰，强化轻医美心智。即沐为公司今年新推出的头皮微生态护理品牌，目前已在抖音平台上新控油蓬松洗发水，并获评“中国好配方”年度洗发产品，后续将陆续上新洗前修护发膜、水感发香喷雾、头皮精华等产品，并强化品牌宣传，拓展产品渠道布局，重点布局自播实现破圈，推动业绩增长。**4.关于化妆品业务相关情况**2024年1-9月，公司化妆品板块营业收入17.08亿元，同比增长3.25%。下一步，公司将持续做优做强主营品牌，强化研发创新及生产数字化转型，促进化妆品业务销售增长。 |