

证券代码：300146

证券简称：汤臣倍健

汤臣倍健股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2024-005

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input 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
参与单位名称及人员姓名	详见附件
时间	2024年4月2日 11:00-12:00； 15:00-16:00
地点	广州市黄埔区科学城科学大道中99号科汇金谷三街3号公司会议室
上市公司接待人员姓名	公司董事会秘书唐金银
投资者关系活动主要内容介绍	<p>会议采取互动问答形式，主要交流内容如下：</p> <p>Q：公司一季度收入及费用率情况</p> <p>公司于2024年4月1日披露《2024年第一季度业绩预告》，去年同期因增强免疫力相关产品市场需求强，高基数影响下，预计公司2024年第一季度收入较上年同期出现一定幅度下降。另外，今年一季度品牌推广投入较上年同期增加，预计公司报告期利润较上年同期有较大幅度下降。</p> <p>Q：全年费用率的预期是否可以降低</p> <p>公司销售费用率预计趋近于近两年水平，主要基于以下原因：（1）公司坚持强品牌和强科技战略，在这方面的投入主要基于公司长期发展需要；（2）公司坚持多品牌全品类全渠道布局，一定程度分散费用投向；（3）线上销售占比提升，费用端压力大。</p> <p>Q：一季度收入下滑的情况下，对于达到全年的增长目标是否有压力</p> <p>因2023年增强免疫力相关产品市场需求强，拉高了行业和公司</p>

的同期基数，高基数影响下会对公司今年收入目标实现带来一定压力。

Q：全年业绩指引定在个位数的基础上，线上线下的增速预计

2023年中国维生素与膳食补充剂行业线上渠道占比56%，直销渠道20.8%，药店16.4%，现代商超1.4%，其他渠道5.4%，线上渠道占比持续提升，为行业新增人群的主要渠道，线上增量应高于线下，但具体实现情况存在不确定性。

公司将通过重点品类聚焦、打造差异化多货盘、发力新零售、加强线下深度分销和渠道下沉等方式，巩固线下渠道竞争壁垒。同时公司将通过成立集团数字营销中心，搭建全网数字媒介中台、会员数字化平台，强化集团电商整体策略，赋能全渠道高质量增长；通过进一步强化品牌事业部全周期管理能力，增强品牌对业务的驱动作用，赋能全渠道业务增长。

Q：在药店整体增速下降的情况下，公司有什么举措

(1) 持续夯实公司强品牌战略，提升品牌认知度，增强品牌对业务的驱动作用；(2) 通过搭建多品牌全品类的产品矩阵为终端及经销商创造增长点；(3) 打造差异化多货盘，针对不同渠道推出专供产品；(4) 不断提升对消费者、零售终端店员和经销商等利益相关方的服务质量。

Q：线上品类的迭代周期是不是比较快，1-2年就出现新的优势品类

全渠道来看，维生素、钙、益生菌等基础品类的市场份额仍排名前列。公司坚持多品牌大单品全品类全渠道单聚焦战略，在深耕基础营养赛道的同时，通过大单品模式布局未来增长潜力较大的细分赛道。

Q：23年各个平台的增长如何

2023年主品牌在抖音平台的GMV实现翻倍增长。

Q：分红率2024年是否可保持2023年的水平

上市以来公司累计现金分红金额占累计实现归属于上市公司股东净利润的比例超过70%。公司坚持积极、持续、稳定的利润分配政策，后续会在综合考虑公司经营业绩、经营发展的资金需求、现金储备需求、股东合理回报的基础上进行分红。

Q：公司境内线上经销增长速度为何有41%的增量

受益于国民健康意识提升带来的多个品类产品市场需求增长，2023年

	<p>公司在主要电商平台的分销业务收入实现较大幅度增长。</p> <p>Q: lifespace 近几年一直维持较好增长，怎样看 2024 年的增长</p> <p>公司持续看好益生菌品类赛道和 lifespace 品牌发展，今年益生菌依然是公司重点关注品类。</p> <p>Q: 境外澳洲本土占比多少，这块是否比较稳定</p> <p>LSG 跨境占比 7 成，澳洲当地收入较为稳定，跨境渠道竞争较为激烈。</p> <p>Q: 主流的品类用户画像是怎样的？</p> <p>线上和线下的用户人群的年龄结构会有一定差异，线下渠道用户群体年龄 40 岁以上占比较大，线上渠道年轻人群比重较大。不同品类之间也会有一定的差异，如 Yep 对应的用户群体年轻女性占比高。BYHEALTH 相对旗下其他品牌，男性用户群体占比较大。</p> <p>接待过程中，公司严格按照《信息披露管理制度》等规定，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平，没有出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
附件清单	参会人员名单

附：参会人员名单（排名不分先后）

机构名称/个人投资者	姓名
广发基金	龚路成
广发证券	彭珂
广发证券	高鸿
财通证券	赵婕
中信保诚基金	杨传忻
德邦证券	韦香怡
华泰证券	倪欣雨
华金证券	王颖
GL Capital	邹悦
博时基金	李佳
惠正投资	陈哲