

云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司

2023年度董事会工作报告

2023 年度，云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司（以下简称“公司”或“贝泰妮”）董事会严格按照《中华人民共和国公司法》（以下简称“《公司法》”）、《中华人民共和国证券法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》（以下简称“《上市规则》”）、《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 2 号——创业板上市公司规范运作》（以下简称“《指引》”）等相关法律、法规和规范性文件和《公司章程》《董事会议事规则》等公司制度的规定，本着对全体股东负责的态度，恪尽职守，勤勉尽责，认真履行相关法律、法规及规范性文件赋予的各项职责，严格执行股东大会的各项决议，积极有效地开展董事会的各项工作、推进董事会各项决议的实施，规范运作，科学决策，持续强化内部控制，完善公司治理，积极推动公司各项业务的良性发展，推动战略落地和经营目标达成，保障公司的高质量可持续发展，维护公司和全体股东的利益。

报告期内，公司董事会相关工作得到有关监管部门及社会各界的认可。2023 年，贝泰妮获得第十七届中国上市公司价值评选“创业板上市公司价值 50 强”，公司 ESG 实践案例在中国上市公司协会的评选中荣登“上市公司 ESG 优秀实践案例”，信息披露在深圳证券交易所 2022-2023 年度信息披露工作评价中获得 A 级评价。同时，公司还获得全景网投资者关系金奖（2022）“杰出 IR 团队、最佳机构沟通奖”、证券时报“中国上市公司投资者关系天马奖”、中国证券报“最具价值投资奖”和“ESG 金牛奖百强”等多项荣誉。

公司董事会 2023 年度具体工作开展情况如下：

一、2023 年度董事会运作情况

（一）董事会及各专门委员会履职情况

公司第二届董事会由 9 名董事组成，其中非独立董事 6 名、独立董事 3 名，独立董事由具备财务、法律、管理等专业知识的专业人士担任。公司董事会严格按照《公司法》《公司章程》《董事会议事规则》等规定运作，充分发挥其在公司治理中的核心作用，秉持对全体股东负责的原则，依法行使职权，进一步加强内部控制管

理，优化组织结构，科学决策重大事项，高效执行股东大会决议，有效提高公司统筹管理和风险防范的能力，持续提升公司治理水平和治理能力，确保公司规范运作，维护全体股东的合法权益。公司全体董事以认真负责的态度出席董事会和股东大会，积极参加有关培训，熟悉有关法律、法规，诚信、勤勉、尽责地履行职责。公司为专门委员会和独立董事履职提供了充分保障，专门委员会对公司定期报告的编制过程、董事和高级管理人员提名、薪酬考核实施过程等进行有效监督，提高了董事会的运行效率；独立董事在公司决策方面能够发挥独立作用，对公司重大事项享有足够的知情权，能够独立、客观的履行职责。

1.2023 年度董事会会议召开情况

报告期内，董事会共召开 9 次会议，董事会会议均严格按照《公司章程》《董事会议事规则》召集和召开，按规定事先通知所有董事，并提供充分的会议材料。全体董事均出席了董事会会议，无缺席的情况，董事会按程序审议了定期报告、临时公告及其相关议案。董事在审议过程中，从公司实际情况出发，结合自己的专业特长和管理经验，积极建言献策，就公司发展战略、财务管理、经营计划、风险控制等方面提供了科学和专业的意见参考。会议记录真实、准确、完整，充分反映与会董事对所审议事项提出的意见。董事会会议召开的具体情况如下：

序号	届次	召开日期	出席情况	议案审议情况
1	第二届董事会第五次会议	2023.2.28	应出席董事 8 人,实际出席董事 8 人	<ol style="list-style-type: none"> 1.《关于补选公司第二届董事会非独立董事的议案》 2.《关于补选公司第二届董事会专门委员会委员的议案》 3.《关于聘任公司高级管理人员的议案》
2	第二届董事会第六次会议	2023.3.28	应出席董事 8 人,实际出席董事 7 人,委托出席 1 人	<ol style="list-style-type: none"> 1.《关于公司<2022 年度董事会工作报告>的议案》 2.《关于公司<2022 年度总经理工作报告>的议案》 3.《关于公司<2022 年度财务决算报告>的议案》 4.《关于公司<2022 年年度报告>全文及其摘要的议案》 5.《关于公司<2022 年度募集资金存放与使用情况的专项报告>的议案》 6.《关于公司<2022 年度内部控制自我评价报告>的议案》

				<p>7.《关于公司 2022 年度社会责任报告的议案》</p> <p>8.《关于公司 2022 年度利润分配预案的议案》</p> <p>9.《关于公司 2023 年度向银行申请综合授信额度的议案》</p> <p>10.《关于公司 2023 年度非独立董事薪酬的议案》</p> <p>11.《关于公司 2023 年度高级管理人员薪酬方案的议案》</p> <p>12.《关于公司使用部分闲置募集资金及自有资金进行现金管理的议案》</p> <p>13.《关于公司续聘 2023 年度会计师事务所的议案》</p> <p>14.《关于修订<公司章程>的议案》。</p> <p>15.《关于修订公司<董事会议事规则>的议案》</p> <p>16.《关于制定公司<证券投资管理制度>的议案》</p> <p>17.《关于制定公司<创新业务孵化管理办法>的议案》</p> <p>18.《关于公司<2023 年限制性股票激励计划（草案）>及其摘要的议案》</p> <p>19.《关于公司<2023 年限制性股票激励计划实施考核管理办法>的议案》</p> <p>20.《关于提请股东大会授权董事会办理公司 2023 年限制性股票激励计划相关事宜的议案》</p>
3	第二届董事会第七次会议	2023.4.25	应出席董事 8 人，实际出席董事 8 人	<p>1.《关于公司<2023 年第一季度报告>的议案》</p> <p>2.《关于拟注销子公司的议案》</p> <p>3.《关于修订公司<投资者关系管理制度>的议案》</p> <p>4.《关于修订公司<信息披露管理办法>的议案》</p> <p>5.《关于提议召开公司 2022 年年度股东大会的议案》</p>
4	第二届董事会第八次会议	2023.6.29	应出席董事 9 人，实际出席董事 9 人	<p>1.《关于调整 2023 年限制性股票激励计划首次授予激励对象名单、授予数量及授予价格的议案》</p> <p>2.《关于向 2023 年限制性股票激励计划激励对象首次授予限制性股票的议案》</p>
5	第二届董事会第九次会议	2023.8.28	应出席董事 9 人，实际出席董事 8 人，委托出席 1 人	<p>1.《关于公司<2023 年半年度报告>全文及摘要的议案》</p> <p>2.《关于<云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司 2023 年半年度募集资金存放与使用情况的专项报告>的议案》</p> <p>3.《关于使用部分超募资金暂时补充流动资金的议案》</p> <p>4.《关于公司增加 2023 年度向银行申请综合授信额</p>

				度的议案》 5.《关于增加董事会授权公司对外投资额度的议案》
6	第二届董事会第十次会议	2023.8.30	应出席董事9人,实际出席董事9人	《关于回购公司股份方案的议案》
7	第二届董事会第十一次会议	2023.9.27	应出席董事9人,实际出席董事8人,委托出席1人	《关于对外投资收购股权及增资的议案》
8	第二届董事会第十二次会议	2023.10.27	应出席董事9人,实际出席董事9人	1.《关于公司<2023年第三季度报告>的议案》 2.《关于调整回购公司股份方案的议案》
9	第二届董事会第十三次会议	2023.12.1	应出席董事9人,实际出席董事9人	《关于注销合资公司的议案》

2.2023年度董事会对股东大会决议的执行情况

报告期内,公司召开了1次股东大会,会议由董事会召集,采用现场投票与网络投票表决相结合的方式,依法对公司相关事项作出决策,决议合法有效。股东大会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录均严格按照《公司法》《公司章程》《股东大会议事规则》等要求规范运作。公司董事会严格执行股东大会决议,合规实施股东大会批准议案,维护公司全体股东的利益,推动公司长期、稳健、高质量可持续发展。股东大会会议召开的的具体情况如下表:

序号	届次	召开日期	投资者参与比例	议案审议情况
1	2022年年度股东大会	2023.5.17	74.8615%	1.《关于公司<2022年度董事会工作报告>的议案》 2.《关于公司<2022年度监事会工作报告>的议案》 3.《关于公司<2022年年度报告>全文及其摘要的议案》 4.《关于公司<2022年度财务决算报告>的议案》

				<p>5. 《关于公司2022年度利润分配预案的议案》</p> <p>6. 《关于公司<2022年度募集资金存放与使用情况的专项报告>的议案》</p> <p>7. 《关于公司2023年度非独立董事薪酬的议案》</p> <p>8. 《关于公司2023年度监事薪酬的议案》</p> <p>9. 《关于公司使用部分闲置募集资金及自有资金进行现金管理的议案》</p> <p>10. 《关于公司续聘2023年度会计师事务所的议案》</p> <p>11. 《关于修订<公司章程>的议案》</p> <p>12. 《关于修订公司<董事会议事规则>的议案》</p> <p>13. 《关于修订公司<投资者关系管理制度>的议案》</p> <p>14. 《关于制定公司<创新业务孵化管理办法>的议案》</p> <p>15. 《关于公司<2023年限制性股票激励计划（草案）>及其摘要的议案》</p> <p>16. 《关于公司<2023年限制性股票激励计划实施考核管理办法>的议案》</p> <p>17. 《关于提请股东大会授权董事会办理公司2023年限制性股票激励计划相关事宜的议案》</p> <p>18. 《关于公司2023年度向银行申请综合授信额度的议案》</p> <p>19. 《关于补选公司第二届董事会非独立董事的议案》</p>
--	--	--	--	--

3.董事会专门委员会运行情况

公司董事会下设董事会战略委员会、董事会审计委员会、董事会提名委员会、董事会薪酬与考核委员会四个专门委员会。2023年度，董事会各专门委员会根据政策要求与制度规范，认真履职，充分发挥了专业优势和职能作用，为董事会的决策提供了科学和专业的意见和参考。

（1）董事会战略委员会

董事会战略委员会设委员5名，报告期内召开1次会议，研究行业发展趋势和公司未来发展战略规划，对公司经营状况和发展前景进行了深入的分析，为公司战略发展的实施提出了宝贵的建议，审议了公司《2022年度董事会工作报告》《2022

社会责任报告暨 ESG（环境、社会及管治）报告》，并提交公司董事会审议。

（2）董事会提名委员会

董事会提名委员会设委员 3 名，报告期内召开 1 次会议，严格执行上市公司董事、高管的选聘标准和程序，对《关于提名公司第二届董事会非独立董事候选人的议案》《关于提名公司高级管理人员候选人的议案》等议案进行认真审议，并按照相关法规及规范性文件要求，对被提名人的教育背景、工作经历、兼职情况、与提名人的关系、任职资格等进行认真审核后，提交公司董事会审议。

（3）董事会审计委员会

董事会审计委员会设委员 3 名，报告期内召开 4 次会议，围绕公司治理、内部控制、风险管理等，对公司 2022 年年度、2023 年第一季度、2023 年半年度、2023 年第三季度财务报告及内部控制自我评价报告、续聘年报审计机构、募集资金及自有资金进行现金管理等事项进行专项讨论，并提交公司董事会审议。

（4）董事会薪酬与考核委员会

董事会薪酬与考核委员会 3 名，报告期内召开 1 次会议，对公司非独立董事及高级管理人员 2023 年度薪酬方案情况进行了专项讨论，审议通过了《关于公司第二届董事会非独立董事成员薪酬方案的议案》《关于公司 2023 年度高级管理人员薪酬方案的议案》等议案，并提交公司董事会审议。

4. 独立董事履职情况

报告期内，公司独立董事严格按照有关法律法规和规章制度的规定和要求，秉承勤勉和尽职的态度，审慎行使公司和股东所赋予的权利，积极出席公司召开的相关会议，认真审议公司董事会各项议案。公司独立董事对报告期内历次董事会审议的议案及公司其他事项均未提出异议；对需要独立董事发表独立意见的重大事项均进行了认真审核并出具了书面独立意见。公司独立董事对公司的重大决策提供了专业的建议和意见，提高了公司决策的科学性和准确性；对公司信息披露情况等进行监督和核查，积极有效地履行了独立董事的职责，维护了公司和中小股东的合法权益。

（二）信息披露情况

报告期内，公司严格按照《上市规则》等法律、法规及公司《信息披露管理制度》的要求，及时依法履行信息披露义务，披露的信息真实、准确、完整，不存在

虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。公司持续提升信息披露工作质量，按照中国证监会和深圳证券交易所信息披露格式指引及其他信息披露的相关规定，结合公司实际情况，真实、准确、完整、及时地发布会议决议、重大事项等临时公告，全年共披露了公告文件共 124 个（其中含编号公告 74 个），涉及披露及报备文件 238 份，合计约 191.35 万字，确保了全体股东平等、及时地获取公司信息，最大程度地保护投资者利益。公司董事会重视防范内幕交易，严格执行内幕信息知情人登记管理制度，确保董事、监事、高级管理人员及其他相关知情人员严格履行保密义务。

（三）投资者关系管理情况

公司董事会高度重视投资者关系管理工作，设有专门的投资者关系负责部门，公平对待所有股东及潜在投资者。通过多种方式不断增进与投资者的沟通交流，积极听取投资者的意见建议，与资本市场建立双向沟通、良性互动。报告期内，公司组织了 2022 年度、2023 年一季度业绩说明会，参加了 2023 年云南辖区上市公司投资者网上集体接待日暨集体业绩说明会，认真接待投资者来访、来电。此外，公司充分利用电话、网络及现场接待等方式，加强与投资者的日常沟通和交流，及时解答投资者关心的公司业绩、公司治理、发展战略、经营状况、发展前景等问题，不断提升公司治理的透明度，增进投资者对公司的了解和认同，促进公司与投资者之间长期、稳定的良好互动关系，有效传递公司价值，提升公司的资本市场品牌形象。公司重视对投资者的回报，在不影响公司正常经营和持续发展的前提下，合理平衡股东投资回报和公司长远发展的关系，报告期内，公司董事会按照年度股东大会审议通过《关于公司 2022 年度利润分配预案的议案》，向股东派发现金红利 338,880,000 元，与全体投资者共享公司发展成果。

二、公司主营业务发展情况

（一）公司 2023 年经营业绩情况

报告期内，公司实现营业收入人民币 552,216.83 万元，同比上升约 10.14%；实现归属于上市公司股东的净利润人民币 75,679.50 万元，同比下降约 28.02%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润人民币 61,805.88 万元，同比下降约 35.20%；实现销售毛利率约 73.90%，同比下降 1.31 个百分点；实现归属于上市公司股东销售净利率约 13.71%，同比下降 7.26 个百分点。报告期内，公司营业收入取得同比双位数增长，其他主要业绩指标出现波动，主要系：1) 美妆行

业2023年“双11”等线上大促活动销售普遍不如预期，公司未达成“双11”预期销售目标；2）报告期内公司产品配方、生产工艺以及外包装升级导致毛利率略有下降；3）中央工厂新基地项目建成投产，公司长期资产折旧摊销成本、费用增加以及4）报告期内公司主要线上自营店铺平均获客成本上升，公司线上渠道销售业绩受到一定程度影响。未来，公司将坚持长期主义的前提下，从1）消费者深度洞察；2）媒体投放优化；3）会员精细化运营驱动销售等方面着手，实现降本增效，提升投放效率，线上线下多渠道开展针对性全链路精细化运营。

（二）公司 2023 年主要工作回顾

乘风破浪展英姿，奋发向前勇者先。在充满挑战和机遇的2023年度，公司稳步前行，通过品牌塑造、产品矩阵、研发创新的持续进阶，在构建皮肤健康生态系统上迈出了坚实的一步。报告期内，全新中央工厂生产基地正式投产、贝泰妮首家法国研发中心建立、三款新原料备案成功获批以及战略性地收购“姬芮(Za)”及“泊美(PURE&MILD)”等一系列里程碑事件，均展现了公司稳健的发展步伐和对未来的坚定信心。

1.积极进行品牌及学术建设，强化品牌护城河

报告期内，公司构建了完整的营销矩阵，建立了权威媒体、社交媒体、垂直媒体的矩阵式传播平台，形成全链路传播，并联合专家医生、流量KOL、KOC等进行分层宣传、口碑营销，精细化内容运营，深度触达消费目标人群，刻画专业品牌形象，有效推广产品。

2023年4月，“薇诺娜(Winona)”研究院联合中国皮肤性病学杂志、中国非公立医疗机构协会皮肤专业委员会等医学机构举办第四届中国敏感性皮肤高峰论坛，联合TMIC发布《泛敏感皮肤行业趋势洞见》，联合天猫新品创新中心共同推出《2023泛敏感发展趋势白皮书》，联合丁香医生共同首创《敏感，泛敏感护理新理念》。论坛现场讨论了敏感肌消费人群发展趋势、人群特征及护理需求，发布消费者大数据分析结果，通过将用户洞察与临床经验相结合，提出敏感、泛敏感分型护肤新标准，并针对不同肌肤敏感类型，提出精准护肤新对策，提高对护肤人士的参考价值，发挥正确护理引导作用。

2023年7月，以“超越国界的皮肤病学”为主题的第25届世界皮肤病学大会在新加坡举行，贝泰妮携“薇诺娜(Winona)”等品牌作为中国护肤品牌代表连续三

届受邀参加世界皮肤科大会。贝泰妮走出国门，向世界展示精准护肤时代下中国皮肤健康生态新征程。大会期间，公司同步举办了“2023国际皮肤健康高峰论坛”，云集一众国内外皮肤学权威，聚焦皮肤学前沿议题、发展趋势及中外圆桌对话，在学术交流与思想碰撞中，贝泰妮向大家展示中国皮肤学级领航企业的专业实力，开启精准护肤时代下中国皮肤健康生态新征程。

2023年12月，由贝泰妮作为发起人之一的“云南省健康产品和化妆品行业协会”成立大会暨第一届第一次会员大会在美丽的春城云南省昆明市召开，贝泰妮荣幸被选举担任首届会长单位。下一步，贝泰妮将助力云南省健康产品和化妆品行业协会，通过筹建设立药品生产、药品经营、药品监督管理研究、化妆品香精香料、医疗器械、医院制剂、药物临床等12个专业委员会，发挥公司专业性、学术性特点，进一步提升云南省健康产品和化妆品行业协会在行业中的管理水平和服务能力，更加精准、专业地为会员服务，未来公司将不断加强行业内、协会间合作，为推动健康产业规范化管理而努力。

公司一直以来秉持“为人们带来健康和美丽”的美好愿景，持续开展公益活动，积极承担社会责任。2023年是“薇笑阳光计划”公益IP活动的第八个年头，报告期内，公司携手权威皮肤科专家团队、云南省红十字薇诺娜公益基金、昭通市红十字会以及媒体和“薇粉”们走进云南省楚雄州永仁县、丽江市以及西藏自治区日喀则市多地开展8场义诊，构建品牌价值底色，多圈层传播品牌理念。云南红十字薇诺娜公益基金会“薇笑阳光计划皮肤癌救助项目计划”于2023年3月官宣启动，针对义诊筛查中的光损伤皮肤病重症患者送予疾病救助及产品关怀，开辟了针对皮肤癌的专项救助，从而实现公益闭环。除此之外，公司还积极进行学术推广和线下建设，包括“5·25科学护肤周”、“薇诺娜第二届青春校园行”、“9·19痤疮周”等主题公益学术宣传活动，深化了品牌专业的形象的同时，引起消费者的共鸣，提高消费者对品牌的认同感。

2. 主品牌不断拓圈，完善功效矩阵

公司主品牌“薇诺娜（Winona）”深耕敏感肌护肤领域，始终保持标杆品牌的形象，坚持以“舒敏”为基点，不断拓展“敏感PLUS”的产品策略。2023年“双11”，“薇诺娜（Winona）”品牌成功晋级天猫美妆护肤类目TOP5，是唯一连续7年上榜天猫“双11”美妆护肤类目TOP10的国货品牌。报告期内，“薇诺娜（Winona）”品

牌核心大单品强势依旧，“面霜乳液+防晒”两大超级爆款表现稳定，公司跨越周期的大单品“薇诺娜舒敏保湿特护霜”蝉联天猫“双11”舒敏类面霜TOP1；“薇诺娜清透防晒乳”取得天猫防晒霜年度风云榜排名TOP1的优异成绩，防晒系列产品积极布局更多使用场景，与知名咖啡品牌“Manner”等联名和线下硬广加持实现防晒系列产品声量、销量双赢。报告期内，“薇诺娜（Winona）”推动品牌、视觉升级，官宣中国女子击剑运动员、世界冠军孙一文成为品牌大使。2023年5月，正值迪士尼100周年，“薇诺娜（Winona）”品牌与迪士尼品牌成功跨界联名，推出的两款迪士尼限定礼盒，开售4小时旋即售罄。报告期内，“薇诺娜（Winona）”品牌向线下渠道发力，包括OTC连锁药房等专业渠道和KA、免税商店等大众化渠道，稳步探索线下直营店模式，拓宽各渠道规模，扩大线下布局，增强“薇诺娜（Winona）”品牌和产品曝光度，多维度深层次触达终端消费者。

报告期内，“薇诺娜（Winona）”品牌实现从敏感肌修护进阶到了“敏感肌PLUS”，敏肌美白专研“修白瓶”系列新品应运而生。基于“四位一体美白淡斑机制”，“薇诺娜（Winona）”品牌在第25届世界皮肤病学大会期间发布了皮肤学级淡斑产品“薇诺娜光透皙白淡斑精华液（薇诺娜修白瓶）”。目前针对黄褐斑的“四位一体”疗法已形成专家共识，并译为全英文版本，通过International journal of dermatology and venereology向全球发布，作为国际引领性的理论，获得国际皮肤学专家认可。“薇诺娜（Winona）”品牌成功抓住“敏肌美白”新赛道爆发机会，多次登顶美容护肤类目品牌榜TOP1。“薇诺娜修白瓶”、“薇诺娜光感冻干面膜”等系列产品在抖音渠道爆品的成功出圈，也标志着“薇诺娜（Winona）”品牌从大单品到多明星产品矩阵不断扩大，既是扎根敏感肌修护的破局重生，亦是专研敏感进阶PLUS的立根之本。

3.积极孵化新品牌，打造多品牌矩阵

2023年4月，公司专注于婴幼儿肌肤健康的专业皮肤学级护肤品牌——“薇诺娜宝贝（Winona Baby）”携手中国优生优育协会儿童皮肤专业委员会举办“儿童皮肤健康促进论坛暨中国儿童特应性皮炎专家委员会成立仪式”在上海正式启动，专委会旨在聚焦儿童特应性皮炎（AD）领域，提高儿童AD患者系统和规范化诊疗的效果，推动中国儿童皮肤学科建设，打造国内儿童皮肤学领域杰出专家就儿童皮肤健康问题展开学术分享与讨论的平台，为中国宝宝肌肤提供权威的护肤方

案与指导意见。报告期内，公司不断丰富“薇诺娜宝贝（Winona Baby）”品牌的产品系列，满足婴幼儿洗浴、润肤、防晒等多种需求。报告期内，“薇诺娜宝贝（Winona Baby）”品牌取得了亮眼的成绩和行业的认可，天猫婴童护肤品类的排名提升两位跻身TOP5；天猫“双11”销售排名冲顶至婴童护肤品类TOP3，同时获得天猫“双11”婴童护肤卓越奖；“薇诺娜宝贝（Winona Baby）”品牌荣获京东母婴2023年年度最受消费者喜爱品牌奖。行业上，《母婴行业观察》评定“薇诺娜宝贝（Winona Baby）”品牌位列婴童功效性护肤品中排名第二，并获“CBME中国孕婴童展—年度新势能品牌奖”。报告期内，“薇诺娜宝贝（Winona Baby）”品牌积极抢占婴幼儿肌肤健康线下市场份额，2023年线下门店及终端数量已覆盖超5,000家以上，其中包括终端医院覆盖985家；屈臣氏覆盖近4,000家门店，更获屈臣氏婴童护肤品类排名TOP4，报告期内，公司和“薇诺娜宝贝（Winona Baby）”品牌坚实强大的产品研发能力以及品牌运营能力。

报告期内，公司内部孵化的国货首个高端专业抗老科技品牌“瑗科缦（AOXMED）”品牌开启市场元年，“瑗科缦（AOXMED）”品牌以循证医学与先锋科研为根基，围绕灵魂专利成分“美雅安缦MLYAAT-1002®多维抗衰精萃”在抗老领域的多靶点功效以及全层抗衰的核心优势，打造从医美到家美所需的全渠道产品矩阵，以满足求美者在多场景下的皮肤年轻化诉求。报告期内，“瑗科缦（AOXMED）”品牌通过以与医美及生美机构的战略合作为专业背书，以线上渠道广域触达纳新，并投资国内头部百货的高端陈列和价值服务，持续打造具有硬核功效、专业品质及高端形象的医美级全程抗老品牌。报告期内，“瑗科缦（AOXMED）”品牌斩获“VOGUE美容大奖2023中国品牌特别大奖单元配方研发大奖”等4大时尚美容奖项。“瑗科缦（AOXMED）”品牌将持续致力于打造卓效安全的专业美容方案与致臻护肤体验，以前沿科学研发和先端配方科技作为品牌根本，聚焦皮肤多维年轻化，串联医美和家美打造“全程抗老”新理念的专业抗老科技品牌理念。

2023年8月，公司在上海市举办了“定「智」蜕变之美”新品发布会，推出了公司旗下全新祛痘品牌“贝芙汀（Beforteen）”。“贝芙汀（Beforteen）”品牌依托植物科技和产学研医，利用云南自然植物资源优势，从云南特色的高原植物中提取核心功效成分运用于“贝芙汀（Beforteen）”产品中，并将人工智能技术与痤疮诊

疗相结合，深入提出了“分级定制，精准抗痘”的模式和理念。“贝芙汀（Beforteen）”品牌通过AI技术将痘痘情况进行分级，针对不同级别的痘痘，形成定制化护肤解决方案，惠及普通痤疮患者，公司和“贝芙汀（Beforteen）”品牌共同开拓了AI科技与大健康产业融合的新领域，同时开启了“AI+护肤”的新时代。“贝芙汀（Beforteen）”品牌将诊疗一体化为准则，以“药品+功效性护肤品+功能性食品”的综合方案探索痤疮皮肤问题的治疗路径，面向18-30岁痘肌人群，主推平台为B站、抖音、小红书等新势力渠道。报告期内，“贝芙汀（Beforteen）”品牌打造的“分级祛痘贝芙汀”搜索词，成功取得曝光量超过2.8亿次，“贝芙汀（Beforteen）”品牌官方阵地累计粉丝超过20万。

4.投资并购，不断拓展生态版图

为满足更多消费者的个性化、多样化需求，报告期内，公司通过投资不断拓展生态版图。公司贯彻“区域龙头、定位互补、渠道渗透，技术革新”的投资逻辑，务求实现全地域、多品类、宽人群的覆盖。同时，投资并购有助公司穿越周期，抓住趋势和机会，均衡公司不同业务、区域的资源，并多样化公司的收益来源。报告期内，公司成功并购了悦江投资，获得了“姬芮（Za）”和“泊美（PURE&MILD）”两个品牌，补齐了公司大众线护肤及彩妆版图。并购投资是外在之形，能够将标的运营成功、有效磨合，需要依靠其强大的渠道和研发赋能、协同内生与外延品牌发展，这是内在之实，也是公司的优势。公司将一如既往重视每一个品牌的自身的发展逻辑，放弃模板化改造思路，尊重品牌多元化、尊重原有品牌的传播基础，尽可能为每一个品牌成长留足空间。同时进行研发成果共享、将公司先进科技与自然护肤理念融合至子品牌，同时也提供运营资源全方位支持、利用渠道资源助力品牌实现扩张。

5.持续研发创新，增强竞争优势

报告期内，贝泰妮充分发挥贝泰妮研究院的引领作用，依托云南特色植物提取实验室，以自主研发为主导，产学研相结合的研发模式，与法国前沿实验室及日本前沿实验室紧密合作，共同开展皮肤学靶点与机理的深入研究，积极整合全球科学研究资源，与国内外知名大学、研究院所及专家学者开展深度合作与交流，不断拓宽研究视野，提升科研水平，这标志着公司开启了“产学研医”全球化的第一步，也是公司科技创新迈向全球的第一步，以创新精神和开放姿态加强国际

科技合作，通过全球化视野战略，全面推动皮肤健康事业的发展。

公司经过多年技术攻关已自主研发并掌握10余项国内领先水平的关键核心技术，致力于为消费者提供针对皮肤问题安全有效的皮肤学级化妆品综合解决方案。报告期内，公司持续开展系统性的研发体系建设，优化完善功效性化妆品研发中心、创新原料研发中心、功能性食品研发中心、皮肤健康研究院、医疗器械研发部、特色植物筛选研究部及科技成果转化部七大模块功能。

自2021年牵头建设云南特色植物提取实验室以来，公司以产业化为核心，以解决产业需求为导向，整合国内外优质创新资源，聚焦基于云南特色植物的功效性化妆品、功能性食品及药品研发，持续突破核心关键技术，推进成果转化与共享，逐渐发展成为培育发展云南生物医药产业新质生产力的新动能。报告期内，云南特色植物提取实验室联合贝泰妮研究院共同支撑公司开发防晒、高端抗衰、痘肌护理、婴幼儿肌肤护理等系列新产品并获普通化妆品备案73个、特殊化妆品行政许可批件6个；获发明专利授权14项，实用新型专利授权30项；发表论文83篇，其中SCI论文66篇；累计制定发布55项团体标准。公司内部孵化的抗痤疮新品牌“贝芙汀”创造性地结合AI智能诊疗技术、在线医生开方，通过“药品+功效性护肤品+功能性食品”的综合方案探索痤疮皮肤问题的治疗路径，首创痤疮AI诊断技术“从0到1”的专业科技研究，填补了科研空白。

报告期内，公司研发的“水龙提取物”、“蜂生假丝酵母/葡萄糖/扁核木油发酵产物”以及“蜂生假丝酵母/葡萄糖/椰子油/扁核木油发酵产物”3款新原料在国家药监局备案通过，获批数量居全国同行业前列。在入选全国第37家“天然产物国家标准样品定值实验室”的基础上，公司研发的人参皂苷CK、乌金苷等4个标准样品通过专家论证进入国家标准样品研制计划，将逐步构建应用于功效性化妆品的云南特色植物原料标准样品体系。公司在云南省昆明市和上海市均投资设立了公共检测平台，报告期内，先后通过CMA（检验检测机构资质认定）和CNAS（中国合格评定国家认可委员会实验室认可）双资质认定，公司在两地均成为具备相应能力的专业第三方公共检测机构，可为云南省植物健康产品相关企业提供功效性化妆品和食品检测分析的当地、异地服务。

6. 数字化建设，助力高速发展

公司将本着“定标准，建中台”的原则，择机有序开启数字化转型征程，以

打造适应未来数字化需求的企业组织。报告期内，公司自研过程中的“产供销数字化协同平台”项目以整合产品研发、供应链、销售以及营销等全链路数据为抓手，追求实现有效的会员和产品的全生命周期管理，实现合理的资源整合，达到公司效率最大化。报告期内，公司通过持续的优化升级，建立了高效的供应链管理体系，包括“SRM”采购管理系统、“PLM”产品生命周期管理系统、“ERP”企业资源管理系统、“OMS”订单管理系统以及“WMS”物流管理等系统在内的完整的供应链管理系统。报告期内，公司已上线的“端到端”供应链计划管理系统，通过搭建供应网络模型，实现了需求、库存、补货、调拨、生产到物料的供应链计划一体化决策。通过敏捷感知需求变化，拉动供应链快速响应，缩短计划周期，助力供应链信息化、数据化、智能化转型。

报告期内，公司上线“单点登录SSO平台”，结合数据文件加密、数据备份系统，强化了全渠道消费者和潜在消费者个人信息管理和维护能力，同时优化了加密、脱敏、存储等算法程序管理，更新应急机制以应对可能出现的数据泄露、损毁和丢失等风险。报告期内，公司发布了《数据安全规范》，对内部数据进行分级管理及访问范围限制，确保不同级别的数据得到适当保护。

三、公司未来发展的展望

（一）未来发展战略

公司以“打造中国皮肤健康生态”为使命，致力于不断提升产品研发能力，持续品牌升级，通过新形象、新产品和新科技力，持续塑造品牌力，通过更强的产品力，进一步夯实“敏感肌就用薇诺娜”的品牌心智。

公司坚持长期主义，根据市场趋势和客户需求不断开发创新产品配方和产品系列，同时，加大服务体系和物流体系的优化，针对消费者触点的全维度进行精细化运营。公司将品牌对于循证医学的坚持、科学护肤的理念，与消费者在多维度建立更深入的沟通，让薇诺娜成为敏感肌人群的首选品牌，继续围绕敏感肌肤痛点，进行更深入的成因研究，开拓更丰富的产品线，满足消费者“敏感肌 plus 需求”，打造2.0敏感肌护理的全功效系统解决方案。

公司将立足皮肤科学，放大医研共创基因，围绕“皮肤医学”品牌关键词，通过“聚焦主品牌、拓展子品牌”的品牌矩阵策略，逐步提升子品牌的品牌影响力和市场地位，对各类产品的配方和功效进行迭代升级，给消费者提供更好的解决方案。

同时搭建和完善不同功效的护肤产品矩阵，不断沉淀产品口碑，提升用户粘性和品牌美誉度。

（二）2024 年度主要经营计划

在 2024 年宏观环境、消费和经济运行整体好转，经济不确定因素逐步消除的大背景下，贝泰妮全体员工将以时不我待的精神，坚持开拓创新，以产品质量为生命，以客户满意为目标，以员工福祉为责任，以股东利益为宗旨，以产业发展为使命，努力加速发展，为越来越多的人带去健康和美丽。

1.主品牌品牌升级与势能打造

2024 年度，“薇诺娜（Winona）”品牌的核心策略为「强品牌，固认知，聚焦打穿」，建设“薇诺娜（Winona）”品牌 2.0 的皮肤健康自由美新时代。公司将从以下五大维度入手：1) 持续提升品牌势能，全新代言人官宣；2) 深耕品牌皮肤科学文化，强化医学靶向化机制，打造植物科技大单体成分进阶；3) 进一步聚焦敏感肌，稳固“敏感肌就用薇诺娜”心智；4) 打造敏感肌 PLUS 精品系列，梳理并精简产品线；5) 坚持“薇笑阳光计划”、“5·25 全民护肤日”等品牌核心行动，持续践行共续共生。

2024 年度，“薇诺娜（Winona）”品牌将进一步聚焦敏感肌以提升品牌势能。「敏感肌赛道」过往由贝泰妮和“薇诺娜（Winona）”品牌打造和奠基，公司不仅守土有责维护赛道良性发展还应义无反顾回应消费者在此基础上提出的敏感肌二级诉求。2024 年度“薇诺娜（Winona）”品牌继续遵循“小切口、深研究、真管用”的研发方针，不断进行包括学术、配方、包装以及色系等产品迭代升级，打造敏感肌 PLUS 相关精品系列，以特护系列为基，同时打造敏感肌防晒、敏感肌美白、敏感肌抗老等几个核心品类。公司将对内部各体系的管理边界、战略承接、品类规划、目标分解上设置更加清晰的目标，实现公司内部各司其职、协同发展。

2.新品牌不断丰富产品品类，精心孵化生态链品牌

2024 年公司将统筹安排资源，让新品牌实现“从 0 到 1”的突破，为最有潜力的品牌聚焦投入资源，赋能做强做大。

“薇诺娜宝贝（Winona Baby）”品牌将持续深耕婴童功效性护肤品赛道，不断丰富产品矩阵，聚焦重点打造“舒润霜”大单品，并将以此为核心推动其他“薇诺娜宝贝（Winona Baby）”品牌相关产品线的成长。2024 年度，“薇诺娜宝贝（Winona Baby）”重点要做好品牌建设，将从五个方面入手：1) 聚焦婴童湿疹专研，持续深耕婴童功

效性护肤；2) 产学研医，进一步强化医学专业形象；3) 精准渗透核心湿疹宝宝和婴童防晒人群，强化品牌心智；4) 丰富产品矩阵，持续打造核心大单品舒润霜和婴童防晒，精耕宝宝湿疹产品线；5) 优化渠道策略，线下扎根专业机构，线上天猫抖音京东联动发力。

公司“瑗科缙 (AOXMED)”品牌将于 2024 年度深化串联医美与家美的品牌定位，将全层抗老理念，升级至全程抗老的皮肤年轻化管理思路，以“械妆联合”的产品组合新思路，围绕“专妍”系列产品线核心单品，打造“光电术后 0-28 天术后医学护理”解决方案，与业内专业团队深度合作，共探医美后市场的价值运营。美妍线将深度聚焦追求医美功效的准医美群体及日常抗老高追求的非医美质量消费群体，完善产品线及功效定位，抢占目标人群心智，加速提升高端护肤渠道市场份额。2024 年度，“瑗科缙 (AOXMED)”品牌将在：1) 深化“串联医美与家美”的品牌定位；2) “专妍”系列产品线深耕核心大单品，做好医美术后市场的价值运营；3) “美妍”系列产品线深度聚焦抗衰，完善产品线，加速提升高端护肤渠道市场份额；4) 持续扩张线下专业机构合作规模和广度的四个方面入手，建立渠道间的协同效应，整合市场资源，聚焦全渠道的联动推广效能，强化和植根品牌的市场定位和价值背书，力求全渠道的业务高速增长。

“贝芙汀 (Beforteen)”品牌是一个涵盖人工智能、医疗、功效护肤品及内服美容产品的创新品牌，聚焦解决痤疮问题。2024 年度公司将通过以下四点不断提升品牌认知：1) 建立全渠道 AI 诊断体系，提升消费者的使用体验；2) 持续扩张新品布局，聚焦痤疮和痤疮肌肤问题；3) 品牌推广将以小红书为品牌种草主阵地；4) 以微信小程序为核心渠道，天猫渠道立好价格标准。

与此同时，2024 年度公司也将精心孵化更多皮肤健康生态链上的新品牌，公司也将通过少数股权投资、并购、合资 JV、授权 License、内部孵化等途径不断完善战略版图。

3.梳理并精简产品线，做好全渠道控价

公司将在 2024 年度严格维护各品牌的市场秩序与价格体系。基于“薇诺娜 (Winona)”品牌的目前销售和产品规模，价格稳定是品牌的生命线，2024 年度，公司要发力跳出价格竞争进入价值竞争，持续降低对大促的依赖。2024 年公司将强化具有业务前瞻性的渠道货品策略，以确保产品产出效率以及渠道产品线布局的合

理性，同时制定公司各个品牌的市场秩序与价格管理制度，便于各品牌明确清晰的价格管控目标。

2024 年度，公司不断梳理并精简现有品牌产品线，在新品开发层面协同消费者需求、渠道特点，做好开品的严格评估及控制。结合公司不同品牌的主推功效线布局，做到不同品牌人群有机引流、互补。

4.不断丰富线下渠道，探索下沉市场

2024 年度，公司将继续发力线下渠道，包括 OTC 连锁药房、院线等专业渠道以及线下 KA、免税商店等渠道，稳步探索线下直营店模式，拓宽各渠道规模，扩大终端布局，增强各品牌和产品曝光度，多维度深层次触达终端消费者。随着国内城市化不断深入发展，一二线城市市场趋向饱和，2024 年度公司将抢占下沉市场的先机，争取获得更大的市场份额和更高的利润空间。目前，下沉市场消费者的消费观念、消费行为都在发生变化和升级，这为公司的抢驻提供了极大的机会。2024 年度，公司将择优择机进入 CS 渠道，通过 CS 渠道覆盖更多消费者，并努力打造线下的购物体验和服务，通过深耕细作加强与顾客的粘性链接。

5.海外业务拓展，开启国际化新篇章

公司于 2023 年布局海外市场，在泰国曼谷建立了东南亚业务总部。2024 年度，公司将通过建设本地化运营团队，真正做到品牌出海，开启国际化的新篇章。针对泰国市场，公司计划开设 KA 美妆连锁和本地知名医美诊所两类线下渠道，同步也会布局当地主流电商平台，营销渠道将覆盖主流的社交媒体平台，如 Facebook、Instagram、YouTube、Twitter、TikTok 等，做好本地化营销内容，邀请本地优质 KOL 做好内容传播。

6.持续加大研发投入加强产品研发创新

2024 年度，公司将持续聚焦皮肤学、功效性化妆品、云南特色植物相关研究方向重点领域的基础研究、平台建设、关键技术等开展攻关。继续加大力量投入皮肤学、特色植物、配方制剂、脑电等领域的基础研究；持续推动创新平台建设，以国际一流实验室为目标推动云南特色植物提取实验室 2 期升级改造工程；瞄准国际前沿技术，在日本、瑞士设立国际研发中心，联合攻关核心关键技术，为下一步公司创新产品开发和全球化布局奠定坚实基础。2024 年度，公司将攻克运用于原料及产品的关键技术开发，完成多款新原料研发，争取形成产业转化。核心关键技术的突

破预期将能为公司舒缓、祛斑美白、屏障修护、紧致抗皱、防晒等方向的功效性化妆品以及舒缓、祛斑美白、紧致抗皱等功能性食品赋能。2024 年度，公司将持续挖掘云南特色植物转化应用于药品、二类/三类医疗器械等新增一批具有强技术壁垒且高附加值的健康产品并实现产业化。

7.全面数字化，拥抱 AI 新技术

2024 年度，公司将全面拥抱信息技术，构建全数字化企业。报告期内，公司已启动了“产供销数字化协同平台”等一系列数字化系统项目建设，这些系统将有效提升营销计划的准确性、降低库存、减少效期品、提升供应链运营效率以满足不断变化的市场需求；目前正在推进的基于大数据的“数智化营销中台”系统，以赋能和服务好前台各品牌的业务需求，这将助力公司的会员生命周期运营能力更上一层楼。2024 年度，公司也继续拥抱 AI 新技术，探索 AI 数字人直播、AIGC 内容生产、AI 客服、AI 投放等不同领域，降低运营成本的同时提升公司运营效率和技术化水平。

2024 年度，公司将部署基于阿里云的“数据中台（包含销售，供应链运营，财务和会员中台）”，为业务提供基于数据的决策平台。同时通过“产供销数字化协同平台”整合产品研发，供应链，销售和营销的全链路数据，管理会员和产品的全生命周期，充分考虑公司内部资源并拉通公司前中后业务部门，实现公司“一盘棋”管理，最大化发挥公司的产品优势，提升消费者体验。

8.深化组织变革，打通员工晋升通道

员工是企业的第一资源，只有真正关注员工幸福感的企业才能变得伟大。2024 年公司将坚定地进行组织变革，通过强大的中后台体系赋能前台业务并将经营决策权充分地授权到前台业务单元，以激发一线员工的积极性和组织创新活力，让更多前线业务管理者参与到重大项目的决策和执行中，充分发挥团队的智慧和力量，提升公司对客户和市场的反应速度。在组织变革的过程中，2024 年度，公司将进一步强调核心价值观，使公司员工在极具挑战的市场中始终保持韧性和拼劲。2024 年度，公司全面落地实行职级管理体系，打通员工职业晋升通道。公司将要保持行业极具竞争力的薪酬激励体系，让内部人员自豪、外部人员向往。公司不仅要以待遇留人，更要以事业留人。

9.完善合规体系搭建，为公司发展保驾护航

公司始终恪守相关法规，坚持依法合规经营。公司一直致力于遵循高标准

业行为规范，坚决抵制贪污、腐败、不正当竞争、洗钱等违法行为，并积极带动员工、供应商及客户共同践行，为塑造更良好的商业环境贡献力量。为确保业务合规和风险控制，公司已经构建了全面的内部管理体系，定期接受内外部审计。

2024 年公司将继续深化合规模块工作，完善合规体系构建。公司将结合实际并灵活运用 OECD《内控、道德与合规，最佳实践指南》《公司治理原则》，财政部等六部委《企业内部控制基本规范》等文件梳理的合规管理方式，组织构建公司基础合规管理体系：内部环境、风险评估、控制活动、信息与沟通、内部监督；内部控制的目标是合理保证企业经营管理合法合规、资产安全、财务报告及相关信息真实完整，提高经营效率和效果，促进企业实现发展战略。开展公司基础运营合规管理、证券法、反不正当竞争法、反垄断法、广告法及公司行业所属化妆品、医疗器械法规类合规管理，从上市公司证券法、信息披露合规着手，逐渐开展至企业全面合规管理；根据最高检《关于开展企业合规改革试点工作的方案》等国家政策方针，开展合规刑事管理工作，构建风险识别、机制建设、合规培训与宣传工作的事前合规体系，形成浓厚的企业合规文化，保障公司制定的合规目标实现，保持未来持续改进的能力，把控流程合规。

10. 坚定用 ESG 重塑企业价值

公司一直将社会责任融入公司战略，致力于商业向善、回馈社会，实现可持续发展。2024 年，公司将坚持以可持续发展理念全面融入企业战略和生产经营全过程，致力创造可持续的经济效益、环境效益及社会效益，做负责任的企业公民。公司将以良好公司治理为基石，扎实筑牢可持续发展根本。以绿色低碳循环发展为己任，为应对全球挑战贡献贝泰妮解决方案。以追求卓越品质为核心，用科技研发赋能健康和美丽。以人为出发点，用商业向善向员工、消费者、伙伴、社区传递美好。通过多元化的发展舞台、完善的薪酬福利制度和安全友善的工作环境，致力成为最受员工喜爱的公司。建立多支专项基金，持续投入资金和资源用于社会公益，通过深度指导基层医护团队、开展护肤课堂、捐赠物资、设立希望浴室、实施特应性皮炎（AD）患儿帮扶项目等方式，助力乡村地区医疗技术和儿童皮肤健康水平提升。

唯拓新者行远，2024 年度，公司将锚定树立皮肤健康生态的新高度，致力于开启皮肤健康新时代，为越来越多的人带去健康和美丽。公司将坚定地用 ESG 的实际行动重塑企业价值，内外兼修，夯实基础，围绕主业不断提升竞争力，助力经济

社会高质量持续发展。公司期待开拓者和引领者之姿，跨越增长周期的界限，持续为消费者、行业、社会和国家创造可持续价值。

云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司董事会

2023年4月25日