

证券代码：003006

证券简称：百亚股份

## 重庆百亚卫生用品股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2023-002

投资者关系活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（投资者电话会议）
参与单位名称及人员姓名	排名不分先后，具体名单详见附件
时间	2023年3月25日
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事长冯永林先生，公司董事会秘书、财务总监张黎先生，营销总监曹业林先生，生产总监彭海麟先生，证券事务代表陈凤女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>1、介绍公司 2022 年年度报告基本情况</b></p> <p>2022 年公司实现营业收入 16.1 亿元，同比增长 10.2%，净利润 1.87 亿元，同比下降 17.8%。其中，公司上半年受外部因素影响较大，下半年业务已逐步恢复常态。</p> <p>从产品端来看，自由点卫生巾保持两位数增长，全年同比增长了 15.3%。纸尿裤品类同比下降 17%，其中婴裤同比下降，成裤保持较快速增长。ODM 业务基本持平。后续公司将会继续推进产品结构升级，进一步提高产品竞争力，并持续推动自由点品牌建设。</p> <p>从渠道端来看，电商渠道收入保持快速增长，全年同比增长了 76.9%。电商渠道是公司拓展的重要渠道，公司会持续保持投入力度。就线下渠道看，不同区域之间存在一定差异，但整体受外部因素影响较大。全年来看，川渝云贵陕营收略有下降，外围市场收入同比增长了 13.6%。</p>

2022 年公司综合毛利率 45.1%，同比增长了 0.4 个百分点，原因主要是品类结构变化和电商投入产出效率提高。受原材料采购价格上涨的影响，材料端对毛利率影响接近 2 个百分点。

2022 年公司销售费用 4 亿元，同比增长了 41.6%，主要是公司对产品、品牌等广宣类的费用投入增加以及员工薪酬支出增加。公司会继续保持对电商渠道和线下外围省份的拓展投入力度，并增加自由点品牌费用投入。

## 2、介绍股权激励计划中业绩考核指标调整基本情况

2022 年受多重因素影响，公司层面业绩未能达成股权激励计划中的考核指标，非线上业务员工所授予的限制性股票或者股票期权不能够按期解禁或者行权。

考虑到原方案中的公司层面指标，已不能与公司目前所处的市场环境相匹配，为了充分调动员工积极性，更有利于公司长期发展，对公司层面的业绩考核指标进行了调整。经调整后的业绩考核指标，公司 2023 年营业收入同比增长约 20%，且 2023 年净利润同比增长约 15%，调整后指标更具有激励性，同时兼顾了挑战性。

## 3、问答环节

**Q1: 公司自由点的市场份额逐步提升的核心原因？从渠道端和产品端来看公司与其他竞品相比的核心优势？**

A1: 公司在产品升级迭代、新品上市后的创新营销模式、团队能动性和激励方面具有一定的竞争优势。公司高度重视产品迭代升级，2022 年推出敏感肌系列大健康产品，通过成熟的百亚营销模式带动中高端产品的快速成长。此外，公司业务团队的调整充实及不断优化的激励体系，也有助于公司竞争力的提升。

**Q2: 当前外围省份拓展进度如何？今年外围省份拓展的策略如何？**

A2: 2022 年公司外围省份销售收入同比实现两位数增长，整体来看，由于外部市场环境变化，部分省份市场业绩受到一些影响。

2023 年公司将持续推进外围省份市场拓展，重点聚焦河北、两湖、广东等省份市场。线上电商渠道快速增长对全国拓展形成协同作用，线下方面公司通过进驻重点 KA 卖场、布局 CVS 渠道和开发经销商客

户等多样化方式拓展外围省份市场，在全国化拓展中将根据区域特点加大对大健康产品的布局。在有一定市场基础的成熟市场，公司会加速经销商开发，获取市场份额。

**Q3:公司对于卫生巾品类线上化稳态水平的看法？及今年公司在电商渠道的策略打法如何？**

A3: 目前行业来看，卫生巾品类线上占比接近 30%。随着消费者购物习惯改变和渠道结构变化，卫生巾品类线上化程度将会继续提高。

2022 年公司电商业务增长近 77%，随着公司电商业务结构占比优化，公司将继续通过线上渠道推进品牌建设，形成线上线下大健康中高端产品的有效融合，优化品项结构。此外，公司将加强京东和猫超等电商渠道的建设，进一步提升业务规模。

**Q4: 预计 2023 年外围省份是否实现盈利目标？**

A4: 公司外围省份亏损幅度在逐渐收窄，现阶段外围省份个位数亏损。不同省份市场的盈利水平有所不同，当前阶段公司更加注重整体市场份额的提升，随着收入规模的不断提升，预计部分省份市场 2023 年有望实现盈亏平衡。

**Q5: 除了股权激励外，公司 2023 年有无其他激励措施？公司未来的人才引进及人才梯队建设有何新思路？**

A5: 公司秉承“人才致胜”原则，一直坚持通过具有行业竞争力的薪酬体系、荣誉体系和激励机制等引进优秀的技术人才、研发人才、营销人才和管理人才，并营造良好的工作氛围，给予优秀人才职业发展全方位支持。

本次公司对激励计划中部分考核指标进行调整也是对团队激励性的有效表现。除了股权激励外，公司也将不断优化激励方案，考虑采取多样式的激励方式，激发员工活力，发挥股权激励效果，实现公司长期可持续发展。

**Q6: 公司 2023 年品牌建设策略如何？**

A6: 2023 年公司将会持续对产品进行升级迭代，开发更符合消费者需求的产品，实现产品力和品牌力的逐步提升。此外，公司也将围绕大健康产品加大对线上品牌投入，通过线下终端的推广和与消费的互动，建立消费者心智，带来品牌建设方面的突破。

**Q7: 请公司拆分一下有机纯棉、敏感肌、安睡裤等高毛利产品的收入、增速及毛利率情况？此类产品未来的发展趋势如何？公司 2023 年有无新的大健康产品推出？**

A7: 公司近年来推出的安睡裤、有机纯棉和敏感肌卫生巾营收增长较好，整体来看，22 年这些产品系列的营收增速超过 50%。不同品类毛利率水平有所不同，在新产品上市阶段，营销费用投入短期对毛利率水平会有所影响。安睡裤毛利率接近公司自由点整体毛利率水平，有机纯棉和敏感肌卫生巾毛利率水平比常规品高出 10 个百分点左右。

随着消费场景、渠道结构及消费需求变化，卫生巾行业面临几大趋势，首先产品更具功能化，其次中高端趋势，再者围绕女性经期护理以及新品类出现。公司将结合行业发展趋势，加大研发投入和市场投入，开发新产品以满足消费者不断升级的经期护理需求，为消费者创造更多价值，预计 23 年公司将有其他大健康品类卫生巾产品推出。

**Q8: 公司如何看待在非核心区域如华东、华南成熟市场核心城市自由点与其他品牌的竞争关系？**

A8: 公司与其他友商的竞争更多地在于获取消费者，在非核心区域的竞争策略主要是聚焦重点省份增加消费者对自由点品牌的认知和使用。根据前期市场数据反馈，公司在非核心区域市场已具有一定的消费者基础，2023 年公司将继续加大线上对重点区域消费者的精准投入，如小红书、抖音等年轻女性消费者较喜欢的平台。

公司在非核心区域仍对标国内外头部品牌，根据市场竞争情况寻找机会点。经过多年发展，公司有一套成熟的营销方法，公司团队在行业内有着丰富的经验，针对不同区域的竞争特点，公司会执行因地制宜的策略和作战方法，现阶段公司会聚焦到锁定的重点省份市场进行有效的业务突破。

**Q9: 公司 2023 年省外拓展节奏如何安排？预计 2023 年哪些省份市场将有所收获？**

A9: 2023 年公司仍将聚焦河北、湖南、华南等重点区域市场，通过公司业务团队打造、重点渠道进驻和经销商数量拓展来实现业务规模提升。此外，公司还将锁定重点省份市场，通过线上加大品牌种草投入，线下通过梯媒广告、终端展示等方式，增加产品在特定市场的

广宣和渠道覆盖。全国拓展过程中，公司也会结合各区域综合情况，加快大健康产品的区域拓展，提高公司盈利水平。

**Q10: 友商竞品不断加大抖音投入，也在不断调整渠道结构和营销策略，面对竞争对手在电商渠道的发力，公司如何看待这种竞争格局？2023年费用投入方面公司有无针对性地调整策略及应对措施？**

A10: 当前行业竞争态势激烈，但公司与友商竞品所处阶段不同，策略上也有所不同。目前来看，部分友商在抖音投入力度确实较大，但对于公司而言，电商渠道除了营收规模发展外，还承担了品牌宣传及大健康类中高端产品的推广作用。在不同阶段，公司与竞争对手对市场和消费者诉求不同，公司会根据市场竞争状况，采取措施积极应对竞争。2023年公司在电商渠道仍将加大投入力度，增加消费者对产品认知，实现更广区域的市场覆盖。

**Q11: 随着大宗商品交易价格下降，公司产品不断升级迭代，公司展望2023年综合毛利率水平如何？**

A11: 2022年，成本端原材料价格上涨对公司毛利率影响约2个百分点。目前来看，随着大宗交易商品价格呈现下降趋势，预计2023年公司毛利率有机会实现1个百分点的提升。从产品端来看，随着公司产品不断迭代升级及新品推出，公司会加大对新品和高毛利产品的营销资源投入，获取更多市场份额，短期内对毛利率水平有所影响。

综合而言，随着材料价格变动、产品结构调整及营销资源投入力度加大，预计2023年公司综合毛利率水平将保持稳定或略有上升。

**Q12: 38节核心区域的表现情况如何？随着公司产品品牌势能提升，公司在核心区域是否进入一个高增长？**

A12: 今年38节营销活动按照公司既定计划推进，不同渠道表现有所不同，电商渠道延续去年节奏，线下经销渠道按预期推进，商超渠道受到客流下降的影响。当前公司自由点在川渝市场占有率排名第一，云贵陕市场排名第二，川渝云贵陕核心区域的盈利能力较好，随着核心区域营收规模的提升，也能够带动公司净利润水平提升。

**Q13: 公司调整股权激励计划业绩考核目标是出于如何考虑的？**

A13: 本次公司调整了公司层面的股权激励计划考核指标，线上业务指标未作调整，对非线上员工的公司层面业绩指标进行调整更多地

考虑激励性，同时兼顾挑战性。经调整后的 2023 年营业收入需增长超 20%，净利润需增长超 15%，仍具有一定挑战性。

**Q14:2022 年度公司 KA 渠道收入增速大于经销渠道，这种结构是否具有可延续性？**

A14: 2022 年公司经销渠道略有下滑，从长远来看，经销商渠道业务增长会优于 KA 业务，主要是受消费习惯、消费场景和渠道结构变化，KA 渠道客流和容量有所下降。2022 年，公司 KA 渠道增长主要是非核心区域 KA 卖场增长，随着外围省份市场的拓展，未来 KA 渠道仍有较大增长空间。

**Q15: 现在线下渠道逐渐衍生出新商业模式，公司对此类线下新零售业务的投入状态和进展如何？**

A15: 目前来看，线下渠道的 O2O 到家业务、CVS 便利系统、连锁美妆及社区团购业务等增长态势较好。公司积极参与新兴渠道建设，公司也投入精力和资源去获取新渠道增量。公司已成立了 O2O 和 CVS 业务专门团队，除公司自有直营业务外，也要为经销渠道提供支持。

**Q16: 公司电商渠道毛利率水平提升的主要原因？**

A16: 2022 年公司电商毛利率水平提高了 9 个百分点，主要原因是：电商业务平台结构的优化调整，以及电商渠道品项结构调整，通过产品迭代升级、减少专供品的占比和折扣活动等优化产品结构。随着电商业务规模的提升及复购率上升，电商渠道毛利率水平将有可能持续向好。

**Q17: 38 节今年竞争程度相较去年更加激烈，公司今年 38 节在打法、折扣力度和营销费用投入与去年相比如何？**

A17: 今年 38 节市场竞争较为激烈，公司整体还是按照既定节奏推进 38 节促销活动，部分产品采取大力度折扣来营造节日氛围。整体来看，今年 38 节促销季投入力度优于去年，面对常态化竞争态势，公司能够有效应对。

**Q18: 面对当前激烈的市场竞争，2023 年公司净利率水平展望？**

A18: 目前各大品牌的市场策略都较为进取，公司今年仍按照既定规划推进，毛利率水平预期会相对稳定。现阶段公司营收规模相对更为重要，公司会把握节奏，持续性加大投入，预计 2023 年净利率水平

	<p>会与去年相当。未来随着公司市场份额及收入规模的提升，净利率水平能够不断向好。</p> <p><b>Q19：目前公司电商业务盈利状况和复购情况如何？</b></p> <p>A19：电商渠道作为公司重要渠道，除营收规模增长外，还承载了品牌建设及拓展消费者和区域的责任。2022 年公司电商渠道整体略亏，随着营收规模逐步提升，预计 2023 年可能实现盈亏平衡。关于电商业务复购率，2022 年度公司电商渠道营收增长较快，新客比例较高，复购数据等晚些时间看才能够更好地分析。</p> <p><b>Q20：公司如何去保持自身的产品迭代的持续领先性？</b></p> <p>A20：公司通过对消费者用户的研究洞察，找到消费者需求点，用新思维去研究产品来满足消费者需求。另外，公司会加大对产品研发和技术的投入，通过材料、人才和技术等构建产品研发优势。公司本着生产一代，储备一代、研发一代这种思维，实现产品的不断升级迭代，不断提高公司产品的核心竞争力。</p> <p><b>Q21：公司天猫渠道增速快于友商的主要原因？</b></p> <p>A21：公司天猫渠道快速增长，一方面得益于公司电商业务运营策略转变，另一方面公司在各大平台多元化投放联动带动了天猫渠道的增长。未来，公司将通过产品结构调整、平台结构调整等带动电商业务良性快速发展。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023 年 3 月 25 日

附件：参会名单

序号	机构名称	姓名
1	侯宜芳	兴业证券股份有限公司
2	赵兰亭	西南证券股份有限公司
3	唐靓	浙江浙商证券资产管理有限公司
4	赵颖婷	上海伯兄资产管理中心(有限合伙)
5	蔡硕	征金资本管理有限公司
6	吴菲菲	开源证券股份有限公司
7	张艳艳	深圳固禾私募证券基金管理有限公司
8	朱维桢	磐厚动量(上海)资本管理有限公司
9	Kevin Liao	IGWT Investment 投资公司
10	吴洁	上海蓝墨投资管理有限公司
11	马行川	华西证券股份有限公司

12	谢东	光大保德信基金管理有限公司
13	张婧	大家资产管理有限责任公司
14	李付玲	上海域秀资产管理有限公司
15	李德祥	宁波梅山保税港区荟金投资管理有限公司
16	朱战宇	中邮人寿保险股份有限公司
17	周筱彧	武汉山水私募股权投资基金管理有限公司
18	陈梦	首创证券股份有限公司
19	冯博佳	中信证券股份有限公司
20	惠普	中国国际金融股份有限公司
21	李伊冉	大成基金管理有限公司
22	姜文镗	国盛证券有限责任公司
23	谢雨辰	东方证券股份有限公司
24	庄莹	上海和谐汇一资产管理有限公司
25	张舒怡	中泰证券股份有限公司
26	李希宸	中泰证券股份有限公司
27	刘璨	国信证券股份有限公司
28	曹倩雯	广发证券股份有限公司
29	罗乾生	安信证券股份有限公司
30	李宏鹏	信达证券股份有限公司
31	邢瀚文	华宝基金管理有限公司
32	李含稚	信达证券股份有限公司
33	郭韵	中信证券股份有限公司
34	黄杨璐	中信建投证券股份有限公司
35	杜新正	深圳市尚诚资产管理有限责任公司
36	林晓枫	光大保德信基金管理有限公司
37	刘春茂	上海冰河资产管理有限公司
38	任选蓉	兴华基金管理有限公司
39	庞盈盈	上海申银万国证券研究所有限公司
40	何亦啸	中信证券股份有限公司
41	张源	北京禧悦私募基金管理有限公司
42	樊蔚文	成都火星资产管理中心(有限合伙)
43	刘一怡	华创证券有限责任公司
44	吕科佳	海通证券股份有限公司
45	赵晚嘉	北京神农投资管理股份有限公司
46	黄登峰	深圳前海精至资产管理有限公司
47	徐志华	汇添富基金管理股份有限公司
48	陈美璇	国泰基金管理有限公司
49	刘潇	中金基金管理有限公司
50	冯潇	华泰证券(上海)资产管理有限公司
51	王昕妍	永赢基金管理有限公司
52	李晨	国盛证券有限责任公司
53	黄涛	大成基金管理有限公司
54	张彤	国盛证券有限责任公司
55	薄玉	华宝基金管理有限公司
56	王月	招商证券股份有限公司



57	郭美鑫	中泰证券股份有限公司
58	丁诗洁	国信证券股份有限公司
59	张诗悦	兴业基金管理有限公司
60	陈婷婷	杭州星泰投资管理有限公司
61	李鑫	中信证券股份有限公司
62	付饶	方正证券股份有限公司
63	齐炜中	大成基金管理有限公司
64	金枝	浙江新干线传媒投资有限公司
65	韩冬伟	国华兴益保险资产管理有限公司
66	孟博	北京金百镭投资管理有限公司
67	赵晨凯	海富通基金管理有限公司
68	余瑛紫	上海瓴仁私募基金管理合伙企业(有限合伙)
69	米雁翔	长江证券股份有限公司
70	熊泰来	德邦基金管理有限公司
71	张雨露	广发证券股份有限公司
72	刘冠男	国金证券股份有限公司
73	尉鹏洁	天风证券股份有限公司
74	李文	隆瑞恒泰投资管理有限公司
75	陈涛	中庚基金管理有限公司
76	褚远熙	浙商证券股份有限公司
77	何伟	上海光大证券资产管理有限公司
78	周菁	上海复胜资产管理合伙企业(有限合伙)
79	智健	国泰基金管理有限公司
80	孙妤	招商证券资产管理有限公司
81	林展越	国泰君安证券股份有限公司
82	马影疏	长安基金管理有限公司
83	公伟	中信建投基金管理有限公司
84	聂嘉雯	华富基金管理有限公司
85	徐皓亮	民生证券股份有限公司
86	孙海洋	天风证券股份有限公司
87	左艾眉	上海彤源投资发展有限公司
88	叶乐	中信建投证券股份有限公司
89	孙萌	山西证券股份有限公司
90	汪亚	深圳市前海禾丰正则资产管理有限公司
91	车育文	南方基金管理股份有限公司
92	肖昊	中信证券股份有限公司
93	袁美洋	中海外钜融资产管理集团有限公司
94	史凡可	浙商证券股份有限公司
95	蒋卫华	泰康资产管理有限责任公司
96	卢毅	华宝基金管理有限公司
97	胡芬	民生证券股份有限公司
98	林娟	上海亘曦私募基金管理有限公司
99	周晗	汇添富基金管理股份有限公司
100	廖绪发	盛镛私募基金管理(上海)有限公司
101	韩佳伟	浙商基金管理有限公司

102	王晴	诺安基金管理有限公司
103	卢扬	上银基金管理有限公司
104	姜英	国泰基金管理有限公司
105	寇媛媛	海通國際證券集團有限公司
106	关山	融通基金管理有限公司
107	黄韵	永赢基金管理有限公司
108	沈昊怡	上海榜样投资管理有限公司
109	郭晓慧	东方基金管理股份有限公司
110	韩璐	中再资产管理股份有限公司
111	马晓煜	嘉实基金管理有限公司
112	楼枫焯	国联安基金管理有限公司
113	贺然	上海海通证券资产管理有限公司
114	应奇航	长江证券股份有限公司
115	张潇	中泰证券股份有限公司
116	张炜舜	中庚基金管理有限公司
117	肖斌	Readysun Group
118	管嘉琪	中信保诚基金管理有限公司
119	赵中平	招商证券股份有限公司
120	楼慧源	BOCOM Schroders
121	柴志华	上海谦心投资管理有限公司
122	张昭丞	上海丹羿投资管理合伙企业(普通合伙)
123	熊正寰	中庚基金管理有限公司
124	王盼	上海证券有限责任公司
125	程沅	博时基金管理有限公司
126	吴瑾	路博迈基金管理(中国)有限公司
127	林伟强	鹏华基金管理有限公司
128	曹志平	金股证券投资咨询广东有限公司
129	刘颖飞	平安银行股份有限公司