

证券代码：300957

证券简称：贝泰妮

云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2023-001

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 <u>线上交流会</u>
参与单位名称	银华基金、高盛、中金公司、摩根大通、中信证券、国泰君安证券、长江证券、天风证券、广发证券等 626 个机构及个人参会。
时间	2023 年 3 月 30 日 15:30-17:00
地点	网上直播+电话会议
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理：GUO ZHENYU（郭振宇） 副总经理、财务总监、董事会秘书：王龙 副总经理：张梅 副总经理：王飞飞 AOXMED 瑗科缦负责人：王敏莉 投资者关系负责人：张圣烨
投资者关系活动主要内容介绍	一、财务分析 2022 业绩亮点： 营业收入达 50.14 亿元，同比增长 24.65%，其中线下渠道产品销售金额同比增长 37%；归母净利润达 10.5 亿元，突破 10 亿大关，同比增长 21.8%，毛利

率和去年同期基本持平；销售费用率同比下降 0.94pct至 40.84%；每股收益同比增长 16.98%至 2.48 元/股；研发费用同比增长 124.96%至 2.55 亿元，研发费用率同比增长 2.27pct至 5.08%；进行利润分配，所有股东每 10 股派发人民币 8 元，合计派发股利 3.39 亿元，占扣非归母净利润 35.62%。

①分渠道：线上自营占 62.96%基本持平。自建平台-薇诺娜专柜服务平台销售金额达 4.62 亿元，同比增长 21.58%。抖音系销售金额同比快速提升 86.23%至 4.29 亿元，占线上产品销售比重同比增长 3.67pct，突破了 10%，阿里系占比有一定的下降，达到 51.16%（去年占 55.09%）。②分产品：护肤品和彩妆占比基本趋于稳定，护肤品占比 91.18%，医疗器械占比 7.75%，彩妆占比 1.06%。

二、经营回顾

经典产品持续领跑：据 Euromonitor 统计，2022 年，“薇诺娜（Winona）”品牌基础保湿类产品跻身市场排名前十，较去年同期上升两位；“薇诺娜（Winona）”品牌防晒护理类产品市场排名第六，较去年同期上升两位；“薇诺娜（Winona）”品牌爽肤水（护肤水）类产品和“薇诺娜（Winona）”品牌面膜类产品更是跻身市场排名前三。天猫作为基础盘持续稳定增长，抖音领跑电商渠道。“薇诺娜（Winona）”是唯一连续 5 年在天猫进入美容护肤前十的国货品牌。2022 年，京东双 11 美妆国货 TOP2；抖音双 11 国货美妆 TOP3；唯品会国货美妆 TOP1；快手美妆榜 TOP7。

薇诺娜宝贝（Winona Baby）线上覆盖包括天猫、京东、抖音、快手等主要电商平台，持续提高曝光度；线下入驻屈臣氏和中高端月子中心，积极拓展线下渠道，培育原点人群，在线上进行放大。薇诺娜宝贝（Winona Baby）完成了产品分阶，主要分为 0-3 岁、3 岁+两个产品线，针对性进行分阶护

理。舒润霜获 2022 年天猫金婴奖“年度最专业洗护奖”，防晒乳获双 11 婴童防晒类目 Top1，品牌整体在双 11 排名第四。同时天猫官方旗舰店获得天猫母婴亲子行业超级新秀奖。

研发：①产学研成果突出：研发人数从 2020 年的 104 人增长至 2022 年的 391 人，硕士及以上学历的科研人员占比共研发人数超过 30%，其中博士有 8 人。专利数从 2020 年至 2022 年新增了 83 个，发明专利两年内新增 19 个。②自备原料储备充足：功效性化妆品植物原料自主研发累计 40 项，产业化已上市的云南特色植物活性物累计 11 个，申报化妆品新原料 3 项，新增功能性食物植物原料自主研发 6 项。③向研发型化妆品企业迈进，实现研发高水平自强自立：公司获全国第 37 家“天然产物国家标准样品定值实验室”；依托云南特色植物提取实验室，完成了云南特色植物原料筛选平台、化妆品和食物产品研发服务 CXO 平台、植物药研发平台、合成生物学研发平台等四个平台的建设；评估体系也有新进展。

营销&渠道：公司从医生专家科普专业护肤知识，到 KOL 强化用户心智，再到 KOC 超级用户口碑发散，在全网进行推广、跨界合作。

私域运营获得 2022 年腾讯智慧零售“品牌杰出增长奖”，成为腾讯智慧零售美妆行业单品牌 Top1；①客单价维持在 1721 元的高水平；②复购率达 57.81%，全渠道最高；③4Q22 推出高端薇诺娜 Pro 臻研御龄系列产品。

线下渠道①药店 OTC 领域：公司在 OTC 药房渠道的渗透率还有提升的空间，目前已和头部连锁药店，如健之佳、一心堂、老百姓、漱玉平民等建立了合作。②其他新渠道：在屈臣氏、中免、山姆、话梅等店铺积极开拓，多渠道触达新消费者；③2022 年新开 76 家直营店，累计有 77 家直营

店。

可持续发展：①在源头青刺果基地开展环境保护，新建的马金铺厂已经基本实现碳中和，绿色生产减少碳排放和工业废物方面取得很大进展。②积极开展生物多样性保护，设立公益基金，截至 2022 年已累计捐款超过 3000 万元。建立了多个“贝泰妮希望澡堂”和“贝泰妮希望厨房”，改善洗浴环境和就餐环境。

三、 战略展望

品牌策略：①更专业的品牌形象：强化专注敏感肌肤的定位。②丰富的内容营销。③更高效的媒介投放，同时与腾讯开展战略合作，加速私域运营，构建全域全链条增长飞轮。

➤ **瑗科缦：**主打抗衰，做皮肤年轻化专家，专业机构、电商、零售三线并行。①突破性全层抗衰科技：美雅安缦 MLYAAT-1002 从表层、中层、底层三层抗糖、抗氧、抗损伤因子；宏观上组织层面抗老，微观上细胞层面赋活。所针对的靶点和活性成分已获得知名皮肤学家共识。②产品线：专妍专注受损皮肤。主要产品包括超活精粹等；美妍，专注脆敏皮肤、松弛皮肤。萃妍，专注内服产品。③目前品牌已具有专业型背书，并通过媒体传播、品牌建设不断扩大品牌知名度。

➤ **贝芙汀：**“精准抗痘、分级解决”新品牌，通过内服外用、分型祛痘解决痘痘问题。

产品策略：①“窄路做宽”：多维度进行品类渗透和功效渗透，做敏感肌全需求皮肤护理专家。②打造超长期大单品：以大单品带动精品系列。③运营端：精细化的运营+强化日销。

人群策略：①存量运营：守住现有核心敏感肌人群。②

拉新增量：快速攻占泛敏感肌人群。③全链路升级用户服务：在购前、购中、购后的每个触点坚持用户至上。

渠道策略：采用多渠道策略，线上包括天猫、抖音等电商平台，持续深耕。线下包括 OTC、KA 渠道等，强化专业心智，扩大人群，提升品牌形象，同时在专柜私域体系打通线上线下，贯穿用户链路。

研发策略：持续完善贝泰妮研发体系建设，完善集团战略规划产品开发。具体包括完善研发体系建设，云南特色植物提取实验室进一步建设，巩固功效性化妆品研发地位，打造创新原料研发团队，打造医疗器械研发团队，产品评估体系全面升级，与国内外高校密切合作开展科研合作项目。

二、问答环节

问：公司如何巩固在敏感肌赛道领跑的核心地位，如何保持持续高增长？

答：近年很多头部和新锐品牌进入到敏感肌赛道说明赛道潜力大，仍未饱和。公司目前从“敏感”拓展至“敏感 plus”。目前薇诺娜还有很大发展空间，会继续聚焦主品牌，稳住敏感肌基本盘。

问：如何通过保持优质的线下获客、线上复购？

答：薇诺娜产品其安全性、功效性都是经过实验证明，现在已有多家权威机构的临床论证验证其安全有效性。拥有优秀的产品力是获客的核心，并能保证消费者的回购。

问：从敏感肌到敏感肌 plus 拓展后，可能会面对更多的品牌

竞争，公司未来如何在更广阔的市场中占领市场份额？

答：公司在以下几方面具备优势，①产品力：市场认可产品功效、多家权威机构进行安全功效性验证；②研发壁垒：从成分研究、机制研究，到临床观察，已经发表多篇论文进行论证；③互联网思维：公司把握每次流量红利，同时拥抱先进技术。

问、云南特色植物提取实验室的研发成果对于公司产品的研发是否有帮助？

答：云南特色植物提取实验室搭建注重博士、硕士的大量引进，科研人员的大幅增加是研发实验室的赋能；专利和知识产权的大幅提升；贝泰妮注重科研研发和学术壁垒的搭建。

问、中央工厂对于公司未来发展的意义？

答：中央工厂占地面积 80 亩，总建筑面积 5.9 万平方米，年产值超 50 亿元，将为贝泰妮进一步拓展市场打下良好基础，有利于保障产品质量和生产稳定性，大大提升贝泰妮的自有产能，减少委托加工模式依赖，并为进一步优化产业链的管理提供条件。

问：2023 年产品策略，推新计划？

答：产品策略：聚焦敏感肌赛道，打造敏感肌+。聚焦核心大单品。

问：未来计划如何占领消费者的心智？

	<p>答：敏感肌人群越来越广。公司的策略：①产品力。从基础研究，成分研究，机制研究再到临床观察，薇诺娜发表了数百篇的学术论文了，体现了公司的长期主义。②互联网思维。紧紧抓住每一次流量红利。</p> <p>问：目前董事长精力分配？</p> <p>答：健康的企业文化、优秀的人才储备、以及高效的公司运营等都是董事长一直所在思考的。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023年3月30日