

证券代码：003010

证券简称：若羽臣

广州若羽臣科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2023-004

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>2023广东辖区上市公司投资者关系管理月活动投资者集体接待日</u>
参与单位名称及人员姓名	通过全景网“投资者关系互动平台”（ http://ir.p5w.net ）参与2023广东辖区上市公司投资者关系管理月活动投资者集体接待日的投资者
时间	2023年9月19日（周二）下午15:45~17:00
地点	全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理 王玉先生 董事、副总经理、董事会秘书兼财务负责人 罗志青女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>投资者提出的问题及公司回复情况：</p> <p>1、公司打算市场下沉来扩大营收，请问想往哪些地区进行扩展呢？</p> <p>尊敬的投资者，您好！公司以“为全球优质消费品牌链接每个中国消费者”为使命，致力于通过全链路、全渠道的数字化能力，赋能品牌业务的全生命周期增长，已为全球多个优质品牌提供全链路、全周期品牌服务。公司将继续立足于中国消费市场，进一步提升品牌数字化管理能力，持续聚焦发力大健康及美妆个护等价值品类，推进代运营业务长效增长。坚定推进自有品牌的健康发展，不断完善产品布局。同时公司也会基于未来发展战略，关注全球消费趋势及市场变化，稳健拓展海外市场机会。</p> <p>2、我想请问一下，公司在市场推广方面有哪些具体的策略和渠道选择？另外，对于未来的销售费用控制，公司是否有相应的计划和措施？希望能了解一下公</p>

司在这方面的运营策略和未来的发展规划。

尊敬的投资者，您好！在经济稳步复苏及消费趋于理性的背景下，品牌健康增长更加依托于“产品+品牌”的综合实力，消费者需求也逐渐朝品质化、精细化、个性化的方向发展。电商代运营行业也面对电商单一平台流量峰值，社交电商、内容电商等多平台、多渠道流量分化，客流碎片化的现状。在此背景下，公司需要更快地吃透不同生态平台的流量规则和经营特点，以全域生意增长思维，来思考以品牌长期发展为前提的生意增长策略和运营管理策略，以人为中心，聚焦用户需求的精细化运营；以货为抓手，通过优质的产品和货品策略，为品牌构建竞争优势；以场为载体，打造高效的多渠道联动生意模式，赋能品牌全链路运营及营销效率提升。公司会结合自身经营情况，制定更加有针对性的市场拓展策略，应对市场变化，提升销售收入，扩大市场占有率，同时在降本提效的基础上，维持合理的销售费用。

3、我想请教一下，公司在降本增效方面采取了哪些具体措施？另外，能否详细介绍一下业务结构优化的具体内容是什么？这些举措对公司未来的发展有何影响？

尊敬的投资者，您好！今年上半年，公司持续推进降本增效，聚焦“控风险、降成本、提人效、强前端”的经营方针，压缩管理成本，加强公司抗风险能力建设，优化存货，提高资金周转效率。2023年上半年，公司人力成本对比上一年同期，同比再次下降5%。此外，持续提升业务健康度和公司的抗风险能力。公司对现存的品牌情况进行盘点和瘦身，实现价值和资源聚焦，更好地服务核心品牌和合作伙伴。同时降低存货水平，提高资金周转效率，公司存货同比减少13.83%。公司不断推进降本增效工作，有助于持续增强公司核心竞争力，提高经营质量，优化经营成本，应对市场环境的变化。

4、我想了解一下，公司在多渠道经营能力方面有哪些增强措施？另外，抖音平台的高速增长对公司的营收有何影响？是否有进一步拓展其他新的渠道的计划？谢谢！

尊敬的投资者，您好！公司继续推进全渠道运营布局，在深耕淘宝、京东、拼多多、唯品会等电商生态平台的同时，加大在拼多多、抖音、小红书等多平台的服务渗透。今年上半年，公司多渠道经营能力不断增强，淘系之外的营收占比再次提升，其中抖音平台营业收入同比增长138%，营收占比达13.05%，同比去年的6.38%，上升6.67个百分点。随着公司全渠道运营策略的实施，有助于提升公司的

渠道管理能力，帮助多个客户实现从单一平台和渠道向多平台多渠道的模式发展，深度挖掘生意增长机会。

5、公司是否采取了一些策略来提升销售业绩和盈利能力？另外，这些策略是否能够持续发挥作用，以保持公司的持续增长势头？

尊敬的投资者，您好！在经济稳步复苏及消费趋于理性的背景下，品牌健康增长更加依托于“产品+品牌”的综合实力，对品牌数字化管理提出了更高要求，公司践行长期发展战略，持续聚焦发力大健康及美妆个护等价值品类，推进代运营业务长效增长，坚持以科技驱动创新，强化数字化能力建设，赋能全链路营销及运营工作；推进降本增效，进一步提升内部业务效能。此外，随着年轻消费群体的迅速崛起，兼具实用价值和情绪价值的消费力量崛起，公司坚定推进自有品牌的健康发展，不断完善产品布局，自有品牌绽家及悦境安漫，近年来持续高速发展。公司将坚定年初制定的战略方针，持续做好经营管理，积极促成股权激励目标实现。

6、请问公司有哪些核心竞争优势？如何确保在激烈的市场竞争中保持领先地位？另外，公司是否有计划进一步拓展其他业务领域，以应对市场变化和未来发展挑战？谢谢！

尊敬的投资者，您好！公司核心竞争力情况请详见公司于2023年8月26日在巨潮资讯网披露的《2023年半年度报告》“第三节 管理层讨论与分析之二、核心竞争力分析”。公司将持续推动企业创新和数字化转型，围绕代运营和自有品牌两大核心业务线，以管理创新、技术创新、品牌创新、渠道创新、服务能力创新、人才创新为着力点，进一步巩固和提升公司的核心竞争力和竞争优势，推进企业可持续健康发展，应对市场变化和未来发展挑战，感谢您的关注和支持！

7、想了解一下公司在管理现金流量方面是否有具体的措施和计划？是否有进一步提升现金流量的计划？除了投资活动和筹资活动的现金流量净额有所改善外，公司是否有其他的措施来提升经营活动产生的现金流量净额？谢谢！

尊敬的投资者，您好！今年上半年公司商品采购增加影响，公司经营活动产生的现金流量金额同比有所减少，但经营性现金流量的净流入大于净利润，仍维持历史同期中等偏上水平，体现了公司报告期坚守的“控风险、降成本、提人效、强前端”的经营方针。公司将持续提升业务健康度和公司的抗风险能力，实现价值和资源聚焦，持续优化经营活动现金流量。

8、在过去的一年中，公司的市场占有率可能有所提高，但是在未来的竞争环

境中，公司如何保持竞争优势？是否有进一步扩大市场份额的计划？另外，公司是否有考虑与其他行业进行合作，以提升产品的竞争力和市场份额？

尊敬的投资者，您好！面对市场变化及经营环境带来的诸多不确定性，公司秉持“以客户为中心”的经营理念，持续进行组织进化和瘦身，聚焦价值品类，不断夯实自身的核心竞争力，推动企业数字化转型，持续为客户创造价值，应对市场和行业的变化；坚定推进自有品牌的健康发展；坚持以科技驱动创新，强化数字化能力建设，赋能全链路营销及运营工作；推进降本增效，降低内耗，优化公司综合运营管理成本，全面提升抗风险能力，为公司长期发展积蓄力量。

9、公司在资产方面有没有进行一些调整或者处置？另外，公司在未来是否有计划来提升总资产和净资产的增长速度？

尊敬的投资者，您好！截止2023年6月30日，公司总资产11.70亿元，同比增长0.29%，净资产10.70亿元，同比增长1.65%，公司资产实现稳健增长。未来公司会结合发展战略，不断优化资产结构，提升财务健康度，推动公司可持续健康发展，感谢您的关注！

10、公司上半年实现了较高的营业收入和净利润增长，特别是自有品牌的营业收入同比增长92%。请问公司是如何实现这样的高增长的？是否有特定的市场策略或产品创新？另外，公司在自有品牌方面的投入是否会进一步增加？是否有计划进一步扩大市场份额？

尊敬的投资者，您好！自有品牌业务经过两年的战略布局，开启了公司第二增长曲线，已形成代运营和自有品牌双轴发展的战略布局。未来我们会持续推进自有高端精致衣物护理品牌绽家和香氛品牌悦境安漫等品牌的健康增长，深挖目标消费用户细分需求，不断丰富产品线，通过良好口碑沉淀，深化品牌影响力；持续关注美妆个护、大健康等消费领域，通过总代及投资收购等多元化方式，持续丰富品牌管理矩阵。渠道方面，绽家坚持全渠道精细化运营，目前在天猫、抖音、京东、小红书等渠道上增长势头都在保持着双位数的增长速度。同时，已经在今年入驻山姆及盒马，未来会积极拓展线下市场和优质渠道，满足品牌发展需求。

11、公司在数字化方面采取了哪些举措？这些举措对公司的业务增长有何影响？是否能够提高公司的运营效率和客户体验？

尊敬的投资者，您好！在数字化能力建设方面，2023年上半年，公司整合了业务预警、数据监控、机会挖掘，以及标准化Dashboard体系的数字化系统正式上

线，同时上线多个智能工具及自研系统，帮助品牌提升推广效果、监控舆情风险、发现优质资源。公司将持续进行数字化投放力度，密切关注数字化领域前沿技术的发展和运用，推动企业数字化转型，赋能合作伙伴业务发展，提升客户体验，促进公司各项业务稳健发展。

12、我想了解一下，公司在推动自有品牌增长方面采取了哪些具体的策略和措施？是否有进一步提升品牌知名度和市场份额的计划？另外，对于自有品牌的产品研发和创新方面，公司有没有相关的投入和计划？

尊敬的投资者，您好！2023年上半年，自有品牌实现营业收入1.1亿元，同比增长92%，占公司营业收入的18%。绽家在加强全渠道精细化运营的同时，稳步拓展优质线下渠道，今年上半年，绽家已成功入驻山姆和盒马超市。产品端，绽家坚持以消费者需求为核心，不断丰富产品线，例如公司以家居场景精细化需求为导向，推出新品地板清洁水。公司会持续推进自有高端精致衣物护理品牌绽家和香氛品牌悦境安漫等品牌的健康增长，加大相关品类和渠道的投放力度，深挖目标消费用户细分需求，不断丰富产品线，通过良好口碑沉淀，深化品牌影响力；持续关注美妆个护、大健康等消费领域，通过总代及投资收购等多元化方式，持续丰富品牌管理矩阵。

13、请问公司未来代运营业务的发展计划是什么？有哪些重点合作品牌？这些举措对公司的盈利能力和市场竞争力会有何影响？

尊敬的投资者，您好！公司聚焦主航道，围绕“价值聚焦、能力进阶、组织进化”，继续巩固在保健品、母婴、美妆个护等品类的优势地位和商业口碑上半年，公司新引进Attenir/艾天然、康王、SHEVEU赛逸、健美生等国际知名品牌，同时为拜耳、Dokkan Abradas、素力高、赛斯德玛、正官庄等多个品牌拓展了多渠道生意业务，这些头部国际品牌的引进以及在业务上的多渠道渗透，进一步沉淀了我们在保健、美妆个护等价值品类，以及不同成长阶段的品牌数字化服务经验，持续深化了我们的品牌管理能力，夯实我们在电商代运营行业的市场竞争力。

14、在代运营业务方面，我想了解一下公司具体的策略和措施是什么？是否有进一步扩大代运营业务的计划？在自有品牌的推广和拓展方面，公司有哪些具体的计划和目标？是否有进一步提升自有品牌的市场份额和知名度的措施？感谢您的回答！

尊敬的投资者，您好！在代运营业务方面，2023年公司持续巩固保健品、母

	<p>婴、美妆个护、食品饮料等类目的头部竞争优势，向宠物、医疗健康、潮玩等多个高潜品类拓张，持续提升与全球头部集团型公司的合作深度，开拓旗下不同业务线、不同品牌在不同渠道的优质项目；全面深化在大健康领域的品牌管理和孵化能力；持续强化淘宝、京东、拼多多、唯品会和抖音、快手、小红书等全渠道精细化运营能力，围绕“人、货、场”，打造高效联动的多品类、多渠道、多场景销售运营体系，进一步提升服务价值。推进自有高端精致衣物护理品牌绽家和香氛品牌悦境安漫的健康增长，深挖目标消费用户细分需求，不断丰富产品线，通过良好口碑沉淀，深化品牌影响力；持续关注家清、美妆个护、保健品等消费领域，通过内涵式培育和外延式投资并购，丰富品牌管理矩阵。</p> <p>15、公司从2021年起开启自有品牌业务，请问收益如何？在总营收中占比多少？</p> <p>尊敬的投资者，您好！自公司开展自有品牌业务以来，随着自有品牌业务的快速发展，自有品牌业务占公司总营收的比例不断提升。2023年上半年，自有品牌实现营业收入1.1亿元，同比增长92%，占公司营业收入的18%。自有品牌绽家在各个渠道继续保持亮眼业绩，天猫旗舰店营收占比39%，营收同比增长28%；抖音渠道占比33%，营收同比增长超100%，小红书、京东等多个渠道继续保持着双位数增长。</p> <p>16、公司目前的数字化建设成效如何？之后打算如何接续数字化管理的发展呢？</p> <p>尊敬的投资者，您好！2023年上半年，在数字化能力建设方面，公司整合了业务预警、数据监控、机会挖掘，以及标准化Dashboard体系的数字化系统正式上线，同时上线多个智能工具及自研系统，帮助品牌提升推广效果、监控舆情风险、发现优质资源。公司将持续开展精细化运营管理，推进公司数字化转型，加强数字化运用推广，在全自研系统基础上，推进品牌运营的全链路智能化升级，为公司战略目标的达成提供坚实基础和切实保障。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023年09月19日