

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：2024-001

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 checked="" 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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	线上参与公司2023年度网上业绩说明会的投资者
时间	2024年05月10日 15:00-16:30
地点	价值在线（ https://www.ir-online.cn/ ）网络互动
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理 王玉 董事、副总经理、董事会秘书、财务总监 罗志青 独立董事 张春艳
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. “绽家”品牌的产品在市场上的接受度如何，是否有相关的市场反馈数据？</p> <p>答：绽家LYCOCELLE坚持以消费者需求为核心，不断丰富产品线，精心打造出如内衣洗液、香氛衣物喷雾、香氛洗衣凝珠等一系列深受消费者喜爱的高端家清明星产品，满足用户在使用价值和精神价值的双重需求。自上市以来，在天猫等平台上屡次冲登内衣洗衣液、织物护理喷雾、洗衣凝珠、地板水等多个品类的TOP占位，数款单品引领细分品类发展趋势。新品地板清洁水上市首月即赢得众多用户好评，月销破百万，并冲登天猫细分品类TOP1。618大促期间，绽家销售同比增长超100%，多款爆品表现优异，霸榜细分品类前三名。2023年多次获得政府部门、行业及平台重磅奖项，是对绽家的品牌竞争力与创新力的强有力</p>

认可。

2. 公司在产品销售中是否有采用新的销售模式，如直播带货？

答:尊敬的投资者，您好。公司紧密跟随行业直播运营业态，结合各店铺的业务发展需要，推广使用天猫虚拟主播等产品，通过达人直播、公司店铺店铺等共同推动店铺销售，提高消费者购物体验。感谢您的关注。

3. 请分析一下，目前公司代运营和自有品牌业务的利润率和毛利率情况如何？后续将会有哪些举措提升相关利润。

答:尊敬的投资者，您好。代运营和自有品牌毛利分别为34.54%和62.16%，我们将持续推进战略升级和转型，向消费价值链上端靠拢，基于品牌发展的原点，去做品牌发展的全链路布局，实现长远发展。除了持续推进品牌管理业务和自有品牌业务，提升高利润业务占比，我们也会继续聚焦资源，推进降本增效，使得资源和人力的效率进一步提升。感谢您的关注。

4. 2023年自有品牌业务增长如何，是否符合预期，其中绽家和悦境安漫目前占比情况如何？

答:尊敬的投资者，您好。自有品牌整体实现营收利润双增长，在天猫、抖音、小红书等多个渠道继续保持着双位数高增长，同时，在线下渠道也实现了不错的增长，去年自有品牌营收占比已经超过了19%，今年一季度已经超过21%，逐年提升。在消费疲软的环境下，两个品牌均实现了健康增长。感谢您的关注。

5. 公司管理层好，请问一下目前公司在人员培训和发展是如何开展的，团队的稳定性如何？

答:尊敬的投资者，您好。公司重视人才培养，坚持以人为本，努力打造一支高素质、高技能、高效率的人才队伍，以此作为支撑企业永续经营和持续竞争优势的战略基础。针对年轻人才培养，专项打造“北极星计划”，采取多元化、立体化的培养方式，一方面，安排员工进行跨部门内部轮岗实习，使他们在不同岗位上积累实践经验，拓宽视野；另一方面，通过设置合理的工作时间，确保他们有足够的精力投入到学习与工作中。每一位成员都会配有一名资深导师进行一对一的专业指导，个性化带教模式极大地加快了他们的职业成长速度，通过年轻力量的持续储备，全面建设公司多元人才梯队。公司定期通过内外部培训，致力于将企业内部的成功案例和卓越经验进行深度挖掘和系统梳理，形成具有实践指导意义的教学资源，让员工在分享与学习的过程中，得以开阔视野，提升专业素养，增强解决问题的能力。同时，强调跨部门间

的互动交流，打破部门信息墙，拓展认知边界，共同打造一个充满活力、持续创新的知识共享平台，激活组织学习氛围，提高团队的综合竞争力。2023年，公司不断优化人才管理与激励机制，通过薪酬管理制度、股权激励等机制，充分调动各级人才的积极性、主动性和创造性，人才梯队稳定。感谢您对公司的关注。

6. 公司为什么要发力大健康，在这一行业有什么优势？

答:尊敬的投资者，您好，目前，中国人均保健食品消费仅为25美元，仅为美国的14.8%，伴随国民保健意识加速崛起，行业增长潜力巨大。国家层面，人民健康已成为优先发展战略，且系列政策明确指出发展营养健康产业，有利于保健食品及功能性食品行业的健康发展。保健品产业供应链日趋成熟，产品快速创新迭代，同时，数字化经济提速也助推了新品的孵化及流通，且中国保健品具有的“复合营养”、“人群细分”、“产品形态多元”等特性，有助于品牌产品线扩容及差异化布局，未来市场容量可观。公司自2016年正式进军保健品市场，已沉淀起充沛的专业人才资源和深厚的知识储备。核心业务团队中，保健行业人才占比超过一半。公司先后服务了近50个大健康品牌，沉淀出超过20个渠道以及保健品100个叶子类目的深耕经验，多次荣获营养星球大赏、天猫国际医药 保健双十一“最佳服务商奖”等行业殊荣，并助力多个服务品牌成功加入天猫国际亿元俱乐部，帮助十余个海外品牌成功进入中国市场，还取得了食品经营资质、医疗器械经营许可证等多项门槛服务资质，在保健品服务商中持续领跑。公司实时追踪全球大健康行业发展动态，更深入挖掘潜在的市场驱动力与变革因子，对未来的行业走势具有敏锐而精确的预见性，自有研究团队会定期剖析和调研市场新兴技术、政策导向以及消费者需求变化对行业格局的影响，确保公司的战略决策始终走在行业前沿。凭借在行业趋势洞察、市场竞品格局、产品功效趋势前瞻及消费人群行为分析等方面能力的丰富储备，公司能够有效地推动品牌前端产品策略的设计及研发生产，以精准的品牌定位和全渠道精细化运营、营销推广能力，赋能品牌的高效增长。感谢您的关注！

7. 2023年自有品牌如绽家等陆续进入盒马等线下渠道销售，公司采取了哪些措施保证品牌形象，由做了哪些差异化调整，后续还会进驻哪些优质线下渠道？

答:尊敬的投资者，您好，从长远发展来看，线上和线下渠道的布局是消费品牌的必然趋势。在线下方面，绽家的用户是注重生活品质的新中产人群，与线下山姆这类渠道有很高的契合度。但线上和线下的货

品策略甚至是视觉设计是不同的，我们都会针对性地做出调整，比如山姆主打精致囤货心智，所以我们会定制产品组合，以及更大规格的产品。去年仅仅半年时间，我们在线下就实现了1200多万的收入，发展迅速。山姆历来以选品严苛著称，在山姆、盒马等优质渠道之后，今年我们也会继续拓展一些优质会员店，母婴连锁店等渠道。感谢您的关注！

8. 在公司的业务发展板块中，战略重要性最大的有哪些？业务板块之间有哪些协同效应？

答:尊敬的投资者，您好，公司将持续聚焦大健康领域，从几个业务线板块同步推进我们的发展战略，每个业务板块都至关重要，在能力和资源上形成互相补位，互相赋能。加快品牌管理业务的发展：以总代、买断经营权以及海外合资等模式推进业务落地；持续加快自有品牌绽家等品牌的发展，同步孵化自有保健品牌；聚焦资源，确保核心客户的高质量服务，保持代运营业务的稳定发展。这些战略举措推动了公司内部的多重正向循环，首先是资源共享与优化配置：多业务线的并行发展促进了资源在不同品牌和业务板块间的高效流动与优化配置，降低了运营成本，提升了整体效率。其次，不同业务板块的互动激发了内部的创新思维与合作精神，促进了新产品、新服务模式的不断涌现，保持了企业的竞争优势和市场领先地位，也促进了业务的响应速度提升。感谢您的关注！

9. 贵司接下来对占到利润接近7成的代运营业务的态度将会是怎样

答:尊敬的投资者，您好，在代运营业务方面，公司将持续巩固保健品、母婴、美妆个护、食品饮料等类目的头部竞争优势，保持以高质量交付为前提的稳定增长。进一步沉淀公司在保健、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，持续深化品牌管理能力，夯实公司在电商代运营行业的市场竞争力。感谢您的关注。

10. 发展的目标是什么能像珀莱雅之类的看齐吗

答: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，全面推进品牌管理业务发展。抢抓大健康行业增长机会，充分发挥公司在行业沉淀十余年的人才、资源、资金优势，加速引进海外优质保健品牌，包括但不限于总代、买断经营权及合资品牌等业务模式；持续推进自有品牌业务发展，扩充绽家产品线，孵化自有保健品牌；通过投资、并购等多元资本合作方式，整合全球大健康领域的优质资源和团队，丰富产业链布局，实现从单一的品牌运营模式向全方位、多层次的 brand 管理模式升级；持续提升人才密度，加大年轻高潜人才培养；加强数智化能力

建设，以数字化赋能全线业务的高效落地。感谢您的关注。

11. 2024年半年销售情况同比去年有什么明显改善的地方

答:尊敬的投资者，您好，2024年，公司继续保持良好的增长态势。第一季度实现营业收入37,222.88万元，同比增长31.68%，归属于上市公司股东的净利润为1,282.12万元，同比增长86.40%，经营活动产生的现金流量净额为12,147.58万元，同比增长177.96%。自有品牌业务一季度营业收入7,836.29万元，同比增长50.12%，营收占比再次提升至21.05%，品牌管理业务一季度营业收入1.16亿元，营收占比31.04%。2024年半年度具体经营情况请以公司定期报告为准，感谢您的关注！

12. 今年的转送股份是先转送后计算股本送钱还是怎么样的

答:尊敬的投资者，您好，公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以2023年末公司总股本122,329,340股扣除截止本公告披露之日公司回购专用证券账户持有的7,737,907股后的114,591,433股为基数，向全体股东每10股派发现金红利3元（含税），送红股0股（含税），以资本公积金向全体股东每10股转增4股。现金分红与资本公积转增股本同时进行。感谢您的关注！

13. 公司合作的客户能否罗列一下，预计今年增速有多少

答:尊敬的投资者，您好！公司在过去十余年发展中，高质量地为宝洁、拜耳、强生、赛诺菲等超百个国内外知名企业及品牌提供了数字化服务，帮助不同品牌在0-1、1-10、10-100等不同发展阶段实现销量突围。具体经营情况请以公司定期报告为准。感谢您的关注！

14. 2023年净利润同比增长60.93%，这一大幅增长的主要原因是因为成本控制、运营效率提升还是其他？

答:尊敬的投资者，您好！公司2023年度净利润大幅增加是得益于品牌管理战略的坚定推进，品牌管理业务取得了显著突破，且自有品牌整体增长效率很高，营收和利润双双高增，营收占比已经超过了19%，每年都在提升。另外一方面，得益于公司内部持续的降本增效策略，包括结合新兴技术去做一些实际落地的应用、前中后台的全链路效能提升，以及一些冗余资源的优化。感谢您的关注！

15. 下午好，我想了解一下对于滞销存货，效期管理方面的问题，包括23年报损情况等

答:尊敬的投资者，您好！报告期各期末，公司遵循企业会计准则，对存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。公司实际会计核算中，公司将有效期作为可变现净值的考虑因素。具体情况详见《公司2023年年度报告》，感

感谢您的关注！

16. 除已经上线的两个自有品牌外，未来还会拓展那些自有品牌？

答:尊敬的投资者，您好！公司自有品牌业务主要包括“绽家”“悦境安漫”等品牌。是公司十余年品牌管理经验沉淀出的成功实操案例，在品牌孵化及全链路运营管理上已建立起一套完整且成熟的体系，且拥有强大的上游、中游和下游的资源整合能力，全面掌控品牌价值链发展，从产品设计到研发、生产制造、营销推广及销售运营，快速高效地应对消费者多元化需求。未来公司将坚持用户导向，立足全球化视角，以沉浸式市场研究和消费者精准洞察为前提，在全球范围内科学甄选优质原料方和顶尖供应链，以严谨的科学循证指导产品的创新与优化，实现从产品精细化设计，卓越供应链管理到高效销售推广的全链路落地，孵化自有保健品品牌。感谢您的关注！

17. 王总建议把回购的股票注销，提振股价。作个品德优秀的上市公司。

答:尊敬的投资者，您好。公司回购的股份目的是为有效维护广大股东利益，增强投资者信心，切实提高公司股东回报，同时进一步完善公司长效激励机制，充分调动公司管理人员、核心团队的工作积极性，有效推动公司的长远发展，从而完善公司治理结构，健全公司长效激励机制，确保公司长期经营目标及股东利益的实现，提升公司整体价值。感谢您对公司提出宝贵的建议。

18. AI大模型已经开始广泛应用于互联网，若羽臣在这方面有什么准备和创新？

答:尊敬的投资者，您好。公司坚持以创新技术为驱动，为业务发展深度赋能。2023年，公司充分应用前沿AI技术覆盖更多业务领域，包括图像生成、语音识别、影像分析、内容策划等，与电商生态环节中的交易、物流、客服等方面进行紧密结合，促进整体业务降本增效。在AI技术赋能下，电商平台的全链路体验均得到优化提升，例如智能推荐、智能搜索、智能客服等功能，通过对用户行为数据进行分析，了解用户的购物习惯和需求，大幅提升品牌精准营销能力，促进品牌健康增长。公司持续关注行业前沿的技术研发及应用，不断加大如ChatGPT或类ChatGPT等技术的应用范围和力度，品牌数字化管理效率提升显著。感谢您的关注。

19. 请王总说明一下公司和朗姿的关系，及还有没有引进战投的框架。

答:尊敬的投资者，您好。朗姿股份为公司持股5%以上股东。公司

	<p>如和朗姿股份发生相关合作，会严格按照法律法规的要求及时履行信息披露义务，请您关注公司公告。感谢您对公司的关注和支持。</p> <p>20. 公司近三年业绩持续增长，流通盘不大，但即使是在三轮回购的情况下公司股票交投仍不活跃，请问在引进战略投资者和机构投资者或市值管理方面公司有无规划？</p> <p>答:尊敬的投资者，您好！公司作为国内领先的全球消费品品牌数字化管理公司，业务半径已遍及全球30多个国家和地区，高质量地为宝洁、拜耳、强生、赛诺菲等超百个国际国内知名企业及品牌提供了数字化服务，成为全球众多消费品品牌生意增长的紧密合作伙伴。未来将通过经营业绩的提升促进市值增长。公司在致力于做好主业经营和市场拓展的同时，也高度重视资本市场对公司投资价值的认可，我们会借鉴和学习优秀上市企业的市值管理提升方法，努力合法合规的做好公司的市值管理工作。感谢您的关注！</p> <p>21. 能否公布一下合作及自有品牌的名单，投资者有权利了解经营情况，投资者也可以多照顾品牌的销售。</p> <p>答:尊敬的投资者，您好！具体合作及自有品牌的情况详见《公司2023年年度报告》。感谢您的关注！</p> <p>22. 公司将更着重于发展自有品牌除了毛利率比代运营业务更高还有其他优势吗</p> <p>答:尊敬的投资者，您好！公司积极推进品牌战略升级，发展自有品牌和品牌管理业务，有利于深度驾驭品牌发展的全价值链，基于品牌发展的原点，去做全链路布局，更有利于创造具有国际竞争力的优势，同时在创新中沉淀更多优秀经验，实现长远发展。感谢您的关注！</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024年05月10日