

证券代码：300132

证券简称：青松股份

福建青松股份有限公司 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"/> 一对一沟通 <input type="checkbox"/> 其他____
参与单位名称及人员姓名	通过价值在线参与公司 2023 年度网上业绩说明会的广大投资者
时 间	2024 年 5 月 13 日 15: 00-17: 00
地 点	网络交流——价值在线 (www. ir-online. cn)
上市公司接待人员	青松股份公司董事长兼总裁范展华先生，独立董事黄浩先生，副总裁兼董事会秘书骆棋辉先生以及财务总监汪玉聪先生。
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司于 2024 年 5 月 13 日（星期一）下午 15: 00—17: 00 在价值在线用网络远程方式举行 2023 年度网上业绩说明会。本次交流的主要内容如下：</p> <p>问 1：公司如何看待化妆品行业的未来前景？公司未来的发展战略是怎么样的？</p> <p>答：您好，中国化妆品市场是全球最大的新兴市场，中国化妆品行业从小到大，由弱到强，从简单粗放到科技领先、集团化经营，全行业形成了初具规模、极富生机活力的产业大军。化妆品企业如雨后春笋，化妆品品牌层出不穷，国货新锐品牌和电商品牌的崛起，给化妆品企业带来更多市场机遇。</p> <p>未来公司将按既定战略发展规划，深挖化妆品等大消费业务产业价值，将公司主要资源向化妆品大消费业务方向聚焦，并逐</p>

步形成化妆品制造、化妆品原料开发、化妆品功效检测等产业矩阵。谢谢关注。

问 2：目前行业市场格局情况如何？公司具有哪些优势？

答：您好，我国化妆品行业属于充分竞争行业，市场化程度极高，根据青眼数据，截至 2023 年，全国共有持证化妆品生产企业 7,114 家，其中 4,024 家位于广东，占比约 55%，生产企业众多，但市场集中度较低，2023 年中国化妆品市场 TOP10 品牌市场集中度为 16.1%，相较于 2022 年下降 2.2 个百分点，市场竞争进一步加剧。

公司子公司诺斯贝尔是国内较早将无纺布及日用化工技术结合起来进行生产及拥有超过十年信誉的知名化妆品 ODM 研发生产企业之一，目前已发展成为中国最大的化妆品 ODM 企业之一。诺斯贝尔的目标客户以主营面膜、护肤品及湿巾系列等化妆品及相关产品的国内外化妆品品牌企业为主，发展至今，先后与国内外众多知名客户建立了稳定的 ODM 合作关系。谢谢提问。

问 3：公司终止项目是出于什么考虑的？

答：您好。2024 年 4 月 12 日公司召开第五届董事会第七次会议，审议通过了《关于终止诺斯贝尔 148 亩大型产业园区项目建设暨与政府部门协商收回土地使用权的议案》，董事会认为在化妆品行业未全面复苏的背景下，终止 148 亩土地项目建设，有利于公司降低生产经营成本，减轻资金压力，降低公司借款规模和资产负债率，符合公司在行业环境未明显好转的情况下实施降本增效、努力提升生产效益的经营目标。董事会同意终止 148 亩土地项目建设，并授权公司管理层与政府部门协商退回土地使用权及土地使用权出让价款收回的具体方案，并签署相关协议。具体进展情况请留意公司公告。谢谢提问。

问 4：今年一季度盈利情况有所好转，公司如何继续保持？争取扭亏。

答：您好，一季度是化妆品业务淡季，2024年第一季度公司实现营业总收入 3.80 亿元，同比下降 4.26%，较同期小幅下降，归母净利润亏损 599.97 万元，同比减亏 87.48%。

公司将继续通过优化生产工序、精简人员，以提高生产和管理效率、降低生产成本，加强部门协作，提高新品上市速度，积极拓展客户资源和销售订单，努力做好生产经营，改善盈利能力。谢谢关注。

问 5：诺斯贝尔的主要生产模式是以什么为主？后续有没有推出自主品牌计划？

答：诺斯贝尔主要经营化妆品 ODM 业务，采用按订单生产的销售模式，根据客户需求安排生产和销售。公司暂未推出自主品牌，后续将根据行业发展情况及公司战略规划审慎决定，谢谢关注。

问 6：化妆品业务综合毛利率提升，公司在降本增效上有什么措施？

答：尊敬的投资者，您好。报告期内公司化妆品业务毛利率 12.05%，较上期上升 7.13 个百分点，得到较大改善。公司采取的措施包括：

（1）人力资源配置方面，报告期内，公司调整人员结构、精简人员比例，整合交叉职能岗位，不断提高人均生产效率，控制成本费用的支出。

（2）流程管理方面，公司加强生产全过程监督管理，对生产管理、设备管理、质量管理等重点环节、关键流程的运行情况进行跟踪，对冗余环节进行适当调整，通过优化生产工序实现降本增效。

（3）原材料采购方面，公司根据采购物料的金额、重要程度采用不同的询价模式，积极与供应商进行磋商、谈判，对于客户没有指定供应商的化工原料和纸箱等原材料采取集中采购的方式，利用规模优势进一步降低采购成本，从而缓解原材料价格上涨压力。

问 7：广东可普睿的主营业务是什么？与公司的发展有什么协同效益？

答：尊敬的投资者，您好。广东可普睿生物科技有限公司主要从事合成生物技术研发及新材料技术研发。公司投资广东可普睿，有利于增强公司前沿生物技术创新能力，加快化妆品高端原料布局。目前广东可普睿相关技术尚处于前期研发阶段，未产生实质性收入，且对公司短期经营不产生影响，谢谢关注。

问 8：看到咱们去年海外营收减少，主要出口的产品有哪些？海外市场未来如何布局？

答：公司海外营收主要来源于湿巾类产品，未来我们将积极通过展会、业务拜访等多种形式拓展海外客户，尽可能提升护肤类、面膜类产品海外市场渗透能力。

问 9：2023 年海外客户情况怎么样？

答：您好，公司出口产品以湿巾为主，2023 年海外市场对湿巾产品需求进一步减弱，湿巾出口订单同比仍有较大幅度下滑，2023 年湿巾业务销售规模同比下降 20.80%。公司未来将积极通过展会、业务拜访等多种形式拓展海外客户。谢谢提问。

问 10：公司毛利率 2023 年已经有所回升，但 2023 年归母净利润仍亏损了 6800 多万，请解释一下原因？

答：尊敬的投资者，您好。青松股份化妆品业务报告期内营业利润相较上年大幅度减亏，但由于产品毛利率仍处于历史较低水平，公司报告期内净利润仍为亏损。报告期内公司化妆品业务毛利率 12.05%，较上期上升 7.13 个百分点，得到较大改善。公司将继续执行稳中求进的战略，进一步精简人员，降低人工成本；优化存储空间，减少仓储成本；优化生产工序，降低生产损耗；加强物料招标工作，进一步控制原材料成本。谢谢提问。

问 11：2023 年公司的化妆品毛利率有所改善的原因？

答：尊敬的投资者，您好。报告期内公司化妆品业务毛利率 12.05%，较上期上升 7.13 个百分点，毛利率得到较大改善。在公司经营管理方面，公司在 2023 年执行稳中求进的经营目标，加大

管理变革和流程重组，在产品研发、市场开发、成本控制、结构调整和人力资源管理等方面深耕细作，强化公司化妆品业务的核心竞争力，同时积极采取措施进一步优化生产经营管理，提高了生产和管理效率，降低了生产成本。生产成本方面，公司从 2020 年下半年开始投入较大规模的化妆品生产线改扩建项目，对生产线进行了丰富，对产能进行了更新及扩大，同时各类资产折旧摊销费用较 2020 年前有所增加，报告期内随着折旧摊销费用下降，生产成本有所下降。谢谢提问。

问 12：2023 年度前十大客户是否有明显变化？目前合作的主要客户有哪些知名品牌？

答：尊敬的投资者，您好。公司化妆品业务的客户订单规模与客户市场销售情况关系密切，前十大客户构成每年都有变化，但前十大客户合计销售占比较为稳定，约在 50%左右，公司对单一大客户的依赖程度较低。

诺斯贝尔目前合作的化妆品主要客户包括国际知名品牌、国内知名品牌、知名渠道商自主品牌、社交电商品牌、新锐电商品牌等，国际知名品牌包括联合利华、宝洁、丝芙兰、屈臣氏、资生堂、妮维雅、滴露、GAMA、曼秀雷敦、斯维诗等；国内知名品牌包括上海家化、植物医生、自然堂、高姿、相宜本草、伊贝诗、薇诺娜、欧诗漫、百雀羚、福瑞达、华熙生物、佩莱等；新锐电商品牌包括完美日记、花西子、肤漾、半亩花田、三草两木、纽西之谜、花皙蔻、PMPM、C 咖等。谢谢提问。

问 13：公司是否有定增和收购兼并计划？

答：您好，在宏观经济及行业环境复苏短期仍存在较大不确定性、特别是居民消费倾向有待修复的背景下，公司在 2024 年将继续执行稳中求进的经营目标，目前未有上述计划。如果公司未来实施对公司有重大影响的定增或收购，将按相关要求履行信息披露义务。谢谢提问。

问 14：化妆品新规后是否有计划开展化妆品功效评价业务？

答：您好，公司 2021 年 7 月设立了控股子公司杭州颐唯实检测科技有限公司作为化妆品检测业务运营主体，颐唯实具备化妆品检验检测资质，公司设立颐唯实主要系完善公司上下游产业链的布局，目前业务规模较小。谢谢提问。

问 15：公司产能利用率较低的原因是什么？

答：您好，2023 年公司面膜产品的产能利用率为 28.74%，湿巾产品的产能利用率为 12.15%，护肤品产品的产能利用率为 29.70%。公司面膜、湿巾产品的产能利用率下降，护肤品的产能利用率略有提升。公司产能利用率较低的主要原因有：

（1）基于历史业绩长期增长和对未来市场的预期，公司从 2020 年下半年开始投入较大规模的化妆品生产线改扩建项目，对生产线进行了丰富、对产能进行了更新及扩大，使得公司化妆品业务产能有了较大的提升；但由于受宏观经济环境变动、行业增长趋势短暂向下等影响，近年公司销售收入未能实现预期增长，新增产能短期未能得到释放，导致了公司 2021 年以来产能利用率的下降。

（2）公司化妆品业务 ODM 模式对产能较高的要求，化妆品作为快销品，市场需求不断变化，为满足不断变化的市场需求，以及愈加激烈的市场竞争，公司推行全品类战略，生产设备涵盖化妆品全品类，但由于产品形态等特性，设备具有专用性，部分产线无法共用。谢谢提问。

问 16：2023 年公司盈利能力有所改善，具体是采取了哪些措施？

答：尊敬的投资者，您好。2023 年子公司诺斯贝尔实现营业收入 196,131.42 万元，同比下降 5.63%，实现归属于诺斯贝尔所有者权益的净利润-5,034.26 万元，同比增长 78.12%。主要采取了以下措施：

（1）人力资源配置方面，报告期内，公司调整人员结构、精简人员比例，整合交叉职能岗位，不断提高人均生产效率，控制成本费用的支出。

(2) 流程管理方面, 公司加强生产全过程监督管理, 对生产管理、设备管理、质量管理等重点环节、关键流程的运行情况进行跟踪, 对冗余环节进行适当调整, 通过优化生产工序实现降本增效。

(3) 原材料采购方面, 公司根据采购物料的金额、重要程度采用不同的询价模式, 积极与供应商进行磋商、谈判, 对于客户没有指定供应商的化工原料和纸箱等原材料采取集中采购的方式, 利用规模优势进一步降低采购成本, 从而缓解原材料价格上涨压力。

问 17: 2023 年公司营业收入结构是否有所调整?

答: 尊敬的投资者您好, 公司已于 2022 年末完成松节油深加工业务剥离, 2023 年公司营业收入全部来源于化妆品业务, 其中经营化妆品 ODM 业务的子公司诺斯贝尔营业收入占公司合并营业收入 99.59%。公司化妆品 ODM 业务主要为面膜系列、护肤系列和湿巾系列三大品类。由于海外市场对湿巾产品需求进一步减弱, 湿巾出口订单同比有较大幅度下滑, 2023 年营收占比为 15.62%; 面膜类产品销售占比为 40.62%, 护肤品类产品销售占比为 35.68%。谢谢提问。

问 18: 2024 年第一季度公司仍亏损, 公司目前的订单状况如何? 今年是否有望扭亏?

答: 您好, 公司 2024 年第一季度实现营业收入 3.80 亿元, 同比下降 4.26%; 归母净利润亏损 599.97 万元, 同比减亏 87.48%。

一季度为公司化妆品业务淡季, 收入全年占比相对较小, 公司将继续通过优化生产工序、精简人员, 以提高生产和管理效率、降低生产成本, 加强部门协作, 提高新品上市速度, 积极拓展客户资源和销售订单, 努力做好生产经营, 改善盈利能力。谢谢提问。

问 19: 公司目前回购情况是怎样的?

答: 尊敬的投资者, 您好。截至 2024 年 4 月 30 日收盘, 公司通过回购专用账户以集中竞价方式累计回购公司股份

14,530,500股，占公司目前总股本的比例为2.8128%，成交总金额为53,491,448元（不含交易费用）。回购进展请留意公司公告，谢谢提问。

问 20：公司 2023 年在研发上有哪些创新？

答：尊敬的投资者，您好。公司始终坚持可持续发展战略，并秉持着“产学研一体化、携手共进”的方针，在原料创新、配方研发、工艺改良以及品类拓展等诸多方面不断推陈出新。

在面膜产品的创新研发上，控股子公司诺斯贝尔推出了融合生物发酵、活性肽和植物萃取等高科技护肤成分的多元化产品系列。此外，诺斯贝尔在纳米速溶精华贴的研发上持续投入大量精力，并在行业内率先牵头制定了《化妆品用静电纺纤维膜》团体标准，填补了行业空白，有力地推动了高端制剂技术研发的前沿进程。

配方储备方面，报告期内超过1,000项新配方投入生产并实现量产。具体请参阅公司2023年年度报告内容，谢谢关注。

问 21：根据公司年报，2023 年末存货余额为 2.94 亿，并计提了 1447 万元跌价准备，公司产品是否滞销？

答：您好，公司化妆品 ODM 业务采用按订单生产的销售模式，根据客户提出的产品需求和订单组织生产，实现按需生产以及高速存货周转。目前库存主要系原材料、在产品，以及客户未提货的产成品。

公司部分原材料库存周期较长或临近保质期，可能存在无法用于生产的风险，公司对上述存货按照成本与可变现净值孰低原则，计提存货跌价准备。成品如果出现客户自身原因无法提货，亦有产成品出现损失的可能。谢谢提问。

问 22：公司目前处于无实际控制人状态，大股东后续是否有增持的计划？

答：尊敬的投资者，您好。公司目前未收到大股东增持股份计划。未来，若公司大股东有相关增持计划，公司将会严格按照相关规定履行信息披露义务。谢谢提问。

问 23：2023 年公司化妆品业务营业收入下降，公司计划采取什么措施改善？

答：您好，2023 年公司化妆品业务营业收入为 196,949.47 万元，较上年同期下降了 5.75%。报告期内国内化妆品行业整体消费逐步恢复，但受宏观经济及行业环境等影响，公司部分客户的面膜和护肤品订单需求仍有待复苏；海外市场对湿巾产品需求进一步减弱，湿巾出口订单同比仍有较大幅度下滑。

2024 年，公司将通过加强研发部门与业务部门协作，提高新品上市速度及市场契合度，积极拓展客户资源和销售订单。同时，在 2024 年将执行稳中求进的经营目标，在产品研发、市场开发、成本控制、结构调整和人力资源管理等方面深耕细作，强化公司化妆品业务的核心竞争力，并积极采取措施进一步优化生产运营管理，以实现降本增效。谢谢提问。

问 24：148 亩地的最新的进展是怎样？

答：尊敬的投资者，您好。2024 年 4 月 12 日公司召开第五届董事会第七次会议，审议通过了《关于终止诺斯贝尔 148 亩大型产业园区项目建设暨与政府部门协商收回土地使用权的议案》，董事会认为在化妆品行业未全面复苏的背景下，终止 148 亩土地项目建设，有利于公司降低生产经营成本，减轻资金压力，降低公司借款规模和资产负债率，符合公司在行业环境未明显好转的情况下实施降本增效、努力提升生产效益的经营目标。董事会同意终止 148 亩土地项目建设，并授权公司管理层与政府部门协商退回土地使用权及土地使用权出让价款收回的具体方案，并签署相关协议。具体进展情况请留意公司公告。谢谢提问。

附件清单

无

日期

2024 年 05 月 13 日