

证券代码：300740

证券简称：御家汇

御家汇股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2020-005

| | |
|---------------|--|
| 投资者关系活动类别 | <input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体调研 <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 type="checkbox"/> 其他（） |
| 参与单位名称及人员姓名 | 中银基金 张文浩、王伟然、杨庆运、杨亦然、钱亚风云、黄珺、李丽洋、王伟 长江证券 罗祎 |
| 时间 | 2020年8月27日下午14:00 |
| 地点 | 公司1楼会议室 |
| 上市公司接待人员姓名 | 证券事务代表 欧丹青 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>一、公司情况介绍</p> <p>（一）、公司高管情况介绍</p> <p>公司业务、财务、研发等板块管理人员的情况介绍。</p> <p>（二）公司基本业务情况介绍</p> <p>公司发展战略、业务构成、发展理念情况介绍。</p> <p>二、主要问题及解答</p> <p>1、线下业务规划情况？</p> <p>对于线下业务，在全国多家屈臣氏门店、沃尔玛、大润发、各大城市化妆品专营店以及香港的屈臣氏、万宁等都有公司产品售卖。公司仍将坚持多品牌、多品类、全渠道的发展策略，在合理的范围内持续稳健的投入，以促进线下业务更好更快的发展。</p> <p>2、公司自有品牌和代理品牌收入占比分别是多少？长期来看自有和代理品牌占比如何？</p> <p>2019年代理品牌收入占比是上升的，预计2020年代理品牌收入</p> |

| | |
|----------|---|
| | <p>占比还会上升。公司并没有对长期占比有太多确定性的预设，公司坚持有什么能力就解决什么问题做什么事情，关键是组织的核心能力，能否帮助品牌去解决相应问题。</p> <p>3、公司和强生战略合作，强生中国体量大概是什么水平？</p> <p>2019年强生在中国的消费品销售规模约几十亿元，2020年公司和强生的合作也希望往十个亿的目标体量去努力。</p> <p>4、公司如何看待面膜品类和其他护肤品类</p> <p>面膜分四个细分品类，面膜贴、泥浆面膜、非泥浆水洗面膜，睡眠面膜，这两年泥浆面膜、涂抹式面膜迎来了增长，目前还没有品牌同时能把四类面膜都做的很好，御泥坊是唯一做了四个细分品类面膜的品牌。通过多年的经验积累，公司应该是全市场对面膜品类理解最深刻的美妆企业，也是面膜业最专业的公司之一，不管是研发、生产市场、销售、甚至包括原料，我们比同行业一般公司具有更强的竞争优势，这是我们看家本领，其他公司进入面膜品类都不可能与我们竞争。我们会执行多维度防守，确保在面膜品类全球领先地位。同时发展美妆全品类，成为优秀的综合性美妆企业。</p> <p>5、御泥坊毛利率提升的原因和持续性如何？</p> <p>我们认为核心的还是品牌。公司的运营能力很强，销售属性过强反而阻碍了品牌的发展，因此公司在2019年进行了一些调整。御泥坊品牌今天要做的是复刻盛唐文化和技艺，做现代科技与传统技艺的结合，御泥坊推出的第一个产品九法泥浆面膜，承袭古法九道水飞工艺，这个技术是御泥坊独有的。我们找回了御泥坊品牌的根源，知道御泥坊品牌要做什么，主张什么，我们认为这就是御泥坊将来可以持续增长的原因。</p> <p>三、参观公司展示大厅</p> |
| 附件清单（如有） | 无 |
| 日期 | 2020年8月27日 |