

证券代码：600223

证券简称：福瑞达

鲁商福瑞达医药股份有限公司投资者关系活动记录表

| | |
|-------------|---|
| 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"/> 其他电话会议 |
| 参与单位名称及人员姓名 | 中信建投 国联证券 信达证券 东吴证券 国海证券 东兴证券 平安证券 国元证券 华创证券 中金公司 方正证券 国泰君安 西南证券 光大证券 开源证券 德邦证券 浙商证券 安信证券 广发证券 长江证券等 |
| 时间 | 2024年3月22日 15:00-16:30 |
| 地点 | 线上会议 |
| 上市公司接待人员姓名 | 许百强、张红阳、白天明、姜良艳、张泰生 |

| | |
|---------------|--|
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>一、公司2023年经营业绩介绍</p> <p>2023年，公司实现营业收入45.79亿元；实现利润总额4.13亿元，同比上升58.19%；实现归属于母公司所有者的净利润3.03亿元，同比增长567.44%，其中，化妆品及医药等业务实现归属于上市公司股东的净利润2.31亿元，同比增加12.93%。</p> <p>公司化妆品业务2023年实现营业收入24.16亿元，同比增长22.71%。其中，颐莲品牌全年实现营业收入8.57亿元，同比增长20.35%；瑗尔博士品牌全年实现营业收入13.48亿元，同比增长27.33%。报告期内，公司化妆品业务优化全域营销体系，达播+自播双轮驱动，拓展线下市场，加大私域布局，构建营销新生态。依托公司在透明质酸领域研发核心技术，继续围绕“透明质酸+”进行技术拓展研究，聚焦皮肤微生态、特色植物资源、胶原蛋白，强化创新储备。完成胶原蛋白医疗器</p> |
|---------------|--|

械智能化生产基地的基础设施建设，实现重组人源化胶原蛋白原料试生产，推进重组人源化胶原蛋白原料备案，推出医美品牌珂谧，由单一美妆主业升级为“生美+医美”双美新生态。

公司医药业务 2023 年实现营业收入 5.20 亿元，同比增长 1.61%。报告期内，公司医药业务持续拓展医院、基层医疗机构、连锁药店等销售渠道，并通过线上渠道拓展医药新零售业务模式，扩大功能性食品布局，完成 18 款新品上市，搭建药品 CDMO（中试及生产转化）平台，引进合作项目 8 项。

公司原料及衍生产品、添加剂业务 2023 年实现营业收入 3.51 亿元，同比增长 23.16%。报告期内，公司原料及衍生产品、添加剂业务继续推进国内外原料药注册，滴眼液级玻璃酸钠原料药、滴眼液级玻璃酸钠药用辅料、依克多因药用辅料国内完成 CDE 注册登记，滴眼液级玻璃酸钠原料药获得 EDQM（欧洲药品质量管理局）颁发的 CEP 证书，依克多因获得美国 FDA 的原料药 DMF 备案。积极拓展原料应用场景，加快透明质酸在饮料、宠物食品、计生用品等快消产品的应用推广，以及依克多因、聚谷氨酸在农业的应用推广。口服美容产品销售起量，同比增长 3 倍。

二、投资者主要问题回复汇总

1. 关于公司化妆品业务相关情况

毛利率方面，2023 年，化妆品毛利率 62.13%，与上年同期相比增加 1.16 个百分点。公司在毛利率提升方面做了诸多工作，一是坚持降本控费，二是推出新品拉动毛利率提升，三是重点加大对毛利贡献较大产品的布局及渠道升级，并不断优化产品品线。下一步，公司将不断进行渠道优化，实施精细化运营，保证健康合理的利润率。

渠道方面，公司不断优化全域营销体系，近几年自播渠道发展较快，达播+自播双轮驱动销售增长。今年，公司将拓展新销售渠道，做深做强私域流量、直播渠道和线下门店，线上

线下高效协同发展。

2. 关于颐莲品牌相关情况

产品方面，颐莲在主营产品喷雾的基础上，规划电商类产品，2023年推出嘭润系列及抖音软膜粉等，拉动客单价及毛利率增长。目前，颐莲喷雾销售占比较高，今年将不断优化产品线结构，提高嘭润霜、水乳等的占比。

2024年，颐莲品牌将聚焦“玻尿酸保湿修护”心智，打好“喷雾阻击战”“面霜攻击战”“心智持久战”三大战役，在稳守喷雾市场占有率基础上，提升以面霜为代表的第二梯队产品销售占比，继续聚焦“中国高保湿”话题内容破圈，以兴趣化内容夯实品牌定位。

3. 关于瑗尔博士品牌相关情况

产品品线方面，瑗尔博士品牌将持续占位微生态科学护肤赛道，进一步完善品线，闪充、益生菌系列两大品线全面升级，摇醒系列、清肌控油系列扩充品类。瑗尔博士闪充水乳今年进行了升级，下一步将继续围绕衰老菌进行研究，在抗衰老赛道加强宣发。瑗尔博士摇醒精华是公司今年重点培育的单品，具有焕肤亮白的效果，其选品角度及包材均有所创新。

渠道方面，瑗尔博士采取线上线下全面布局、多渠道共同发展的思路。线上渠道以天猫为主，抖音直播渠道生产优质内容；线下渠道以单品牌店+商圈店打造零售体系。

销售方面，瑗尔博士目前益生菌系列销售占比较高，今年将提升闪充系列占比，以及摇醒精华等新品占比。

4. 关于珂谧相关情况

今年，新品牌珂谧将专注轻医美围术期，创造第二生长曲线，以“小而美”打好“双美”新生态发展基础。珂谧今年将重点加强两方面布局。渠道端，重点进行基础渠道的搭建，通过公司两大主力品牌势能，与博主及资源建立联系，进行线上整体布局，并同步进行线下营销渠道建设。产品及研发端，重点围绕胶原蛋白和玻尿酸二者组合进行研发，打造差异化产

品。

5. 关于公司原料业务相关情况

公司旗下焦点福瑞达目前拥有食品级、化妆品级、医药级透明质酸生产车间，旗下福瑞达生物科技主要涉及化妆品原料的研发、生产和销售。2023年，公司继续推进国内外原料药注册，滴眼液级玻璃酸钠原料药、滴眼液级玻璃酸钠药用辅料、国内完成CDE注册登记，滴眼液级玻璃酸钠原料药获得EDQM（欧洲药品质量管理局）颁发的CEP证书。从销售占比来看，公司化妆品级、食品级原料销售占比相当。