

## 威海百合生物技术股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

证券简称：百合股份

证券代码：603102

编号：2024-003

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>券商策略会</u> ）
参与单位名称及人员姓名	泰康资产 卢日欣 众安保险 孙毓晨 泰山财险 姬 灏 多瓏基金 魏振亚 国联证券 邓 洁 博道基金 陈 磊 方正富邦 庄英杰 方正证券 王泽华 谌保罗 兴银基金 陈 亮 华夏基金 李柄桦 同犇投资 刘慧萍 海富通基金 陈涛 东方证券自营 邢恺 国华人寿 韩冬伟 天治基金 王策源 申万菱信 刘 含
时间	2024年11月6日 9:00-16:00 券商策略会 2024年11月28日 10:00-11:00 线上交流
地点	上海、 威海百合生物技术股份有限公司三楼会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书：孙同波 证券事务代表：吕旭蕾
投资者关系活动主要内容介绍	本次与投资者们沟通采用现场问答及线上交流的形式开展，主要沟通内容如下： <b>Q1：贵司宠物营养品战略目前开展进度是怎么样的，何时投产？未来会选择品牌路线还是代工路线？会从哪些产品进行切入市场？未来两大受众群体将如何进行有效整合？公司进军宠物营养品战略思考与优势分别是什么？未来是否有</b>

**较强目标展望，比如设置营收或者利润增长目标或者提升毛利率等多维指标考核？**

答：目前，宠物营养智造工厂及相应配套设施根据核心产品积极布局中，包括工艺流程设计、研发、设备选型订制、人才引进等必要工作，相关产线正式投产时间取决于试生产状态、验收情况、市场需求等；关于路线选择，传统简单的低质/低价代工生产已经不足以支撑长远发展也不符合公司战略目标，全球宠物营养品市场对产品的要求不再仅仅是“制造好”，更要制造出“附加值”，沉淀自身同时，战略眼光也要跟随国际市场趋势变化；目前规划的产品主要是围绕宠物免疫系统、消化系统、关节及毛发健康等刚需领域；当前阶段，宠物主人愈发认识到宠物健康问题，并越来越多地使用专门的保健品及产品以保护宠物的健康，全家营养健康已成趋势，未来更会聚焦全家庭成员营养健康领域；较于人用保健领域，宠物保健领域尚未出现绝对巨头，都处在早期，虽然有一些头部品牌，但是从行业集中度来看，寡头趋势并不明显，市场格局仍在不断洗牌，且宠物保健市场的有较高的增长态势，至于优势，最直观的是企业产能及生产经验复用，人类营养保健品与宠物营养补充产品原料、配方、生产资料等方面具有较强共同性，在生产线上等都具有可复用性，其次是企业长期盈利积累，在新业务拓展期间可以施展拳脚，在合理范围内允许一定的试错成本，营销方面，公司对于市场需求的快速洞察和更快响应；新业务尚在摸索建设中，公司会根据业务发展的不同阶段进行侧重点不同的综合指标评判，从而有效提升整体绩效。

**Q：公司对于账上 10 亿左右的现金用途规划是否有改变？现在政策鼓励并购重组，公司会考虑哪些业务方向？对于宠物保健品这个新热点板块，很多上市公司药企今年逐步进场，公司是否会考虑直接并购一个品牌从而加快宠物大健康产业布局节奏、快速形成先发优势，更快占领宠物主用户心智？您认为宠物保健品最大的壁垒或者天花板是什么？**

答：公司是以审慎用好资金，以增强公司盈利能力为第一要

	<p>务，方向上也是以主业为主；宠物保健品赛道发展很快，但从长周期来看，肯定还属于行业发展的早期，还有很多机会可以入手，不过现在的经济环境下更应该回到消费的本质，就是回到真消费的问题上，流量的成本高居不下，但产品价格竞争异常激烈，靠流量生意驱动的品牌不在我们的考虑范围之内；关于天花板问题，宠物保健品也和大多数舶来品一样，存在用户认知不够的挑战，宠物保健品行业增长很快，但知道宠物保健和如何做好宠物保健之间，还有很大的学问。一方面，我们过去受到的基础教育里没有宠物相关的知识；另一方面，自媒体环境良莠不齐、鱼龙混杂，消费者接触到的信息往往是不专业和不确切的，所以正确引导消费者进行正确地产品认知可能更为关键的策略。</p> <p><b>Q：面对国内消费降级的大背景，公司的毛利率和净利率会受到挑战，公司将如何应对？网络平台上出现很多低价的跨境营养保健商品的现象是否会干扰正常市场竞争？是否会出现劣币驱逐良币的现象？</b></p> <p>答：</p> <p>根据跨境电商有关政策，对跨境电商零售进口商品按个人自用进境物品监管，所以不同于传统药店渠道，在跨境电商模式下，跨境商品无需保健食品批文，只要符合原产地有关质量，安全，环保等标准或技术要求即可在入境销售，可以不符合我国产品的标准。由于跨境商品直接购自国外，可能无中文标签（一般贸易进口必须有中文标签），两者因素叠加在降低了海外品牌入局门槛的同时也确实改变了国内营养保健食品市场的竞争格局，衍生出诸多跨境零售进口的保健食品问题。</p> <p><b>注：以上所有交流内容均未涉及公司未公开披露的信息。</b></p>
附件清单（如有）	
日期	2024 年 11 月 30 日