

会厅公司于2021年3月26日14:00召开2020年年度股东大会，并在股东大会结束后开展投资者交流活动，与广大与会投资者现场互动交流。

Q:目前公司会员体系情况及规划答：目前公司线上线下的会员系统没有打通，线下渠道拥有“汤臣倍健营养家”会员服务平台，线上渠道拥有广州麦优和广东佰悦两大主要运营主体分别建立的会员体系。

今年公司规划将线上会员体系打通，一是将广州麦优和广东佰悦的会员体系打通；二是与线上渠道分销商的会员体系打通，形成统一的线上会员体系。长远来看，公司希望实现线上线下会员融合。Q:公司近几年没有抢占消费者心智的广告，公司在这方面如何考虑及规划的答：公司层面，公司基于品牌差异化做品牌形象输出；产品层面，每个重点推广产品的定位和输出点不同，广告投放主要围绕产品的保健功能及服用场景等进行消费者教育。

公司品牌定位从原料开始，结合品牌哲学形成营养的艺术，最后的落点是23for1。2020年末公司结合新三年规划提出“科学营养”战略，正式启用“汤臣倍健科学营养”全新品牌Slogan，未来将长期聚焦自主核心技术和自有专利原料的研发，通过具有创新力和竞争力的新品发布和精准营养、个性化营养、抗衰老等方面的发布夯实品牌印记。

Q:公司未来费用投放规划答：2018-2020年公司销售费用率基本维持在30%左右，2021年公司销售费用率将维持过往三年水平，并通过精准营销、降本增效等措施确保稳中略降。从公司所处的产业链来看公司销售费用率在25%-30%区间为合理范围。

公司认为，未来品牌价值会逐渐减弱，考验企业的是和消费者交朋友的能力，做用户沉淀，用现代技术手段和用户链接，在用户极致体验的基础上挖掘用户需求。新三年规划公司将聚焦推进“全链数字化”、“用户资产运营”、“超级供应链”等战略项目，提高和消费者交朋友的能力。

Q:公司增发募集资金的考量答：一方面，新三年规划下，公司的自有资金将优先投入在需要培育的新品牌及新业务，和符合公司中长期战略发展的重点攻坚项目等相关领域。公司坚定实施消费者健康大战略，以VDS为中心，向上延伸至非处方药（OTC），向下延伸至功能食品。未来公司希望在功能食品板块取得大的突破。另一方面，舌尖上的行业就是刀尖上的企业，从事高危风险行业，公司对财务状况的风险管控较高，以增强抗风险能力。

Q:2020年健力多收入增速低于公司主业的原因及2021年规划答：健力多线下渠道收入比重高，且定位关节护理领域，品类相对单一，相较主品牌，受疫情影响更大

。

老年人口逐年上升，关节护理品类渗透率仍有较大增长空间，同时健力多品牌不断拓展年轻及细分人群等，公司仍看好健力多的快速发展。

Q:目前公司线上直营收入贡献尚小，公司怎么看待答：公司看重和经销商的共同利益，线上经销商和线下经销商部分重合，稳定性高。公司手握行业优质经销商资源，2020年天猫汤臣倍健官方旗舰店及另外4家分销店铺进入阿里行业成交额前十大店铺。

Q:公司推进经销商裂变是否会产生内耗及冗余和成本上升答：过往10年来看，公司收入规模与经销商数量的增长是不匹配的。公司推进经销商裂变是为了支持多个大单品运营及新品牌、新品类的长期发展，裂变后带来的成本上升及商务沟通的效率下降是阶段性的。经销商裂变后，经销商销售及推广人员数量大幅提升，具备了匹配公司多品线多品牌运营的团队基础，有助于走出渠道和业务深度扩盘，并通过人力及服务下沉，充分挖掘低线城市的市场增量。

Q:YEP系列等线上专供品为何放在主品牌下而不用一个独立的新品牌答：前期基于线上渠道发展的不确定性，汤臣倍健品牌作为VDS大众知名品牌，具有品牌优势，带来天然流量红利。Q:目前公司在商超渠道业务情况答：根据欧睿VDS销售渠道数据，商超渠道占比为单个位数，尚处于发展阶段。2018-2019年公司商超渠道收入保持快速增长，2020年大型商超渠道受到一定疫情影响。公司希望在功能食品板块有大的突破，打开商超渠道的成长空间。

Q:线下消费者5-10年生命周期变化过程中，公司如何应对答：药店的便利性和药品特殊性以及专业性，始终还是有较大存在意义。同时药店本身也在不断提升经营理念，优化商品结构。新三年规划下，公司会伴随连锁集中化趋势和经销商裂变推进渠道扩张和下沉，并观察全渠道行业变化，不断夯实全渠道销售体系，服务更广泛消费人群。

Q:公司功能食品板块的团队情况、决策流程及品牌考量答：功能食品板块，公司设立子公司食代说作为功能食品的运营主体，由一位合伙人负责分管；建立独立的战略架构及全新的零售网络体系，拥有独立的研发体系和市场销售人员。品牌方面，公司推出“每日每加”品牌和“食代说”品牌，专注年轻化、功能食品化，线上线下一体化推广。

Q:功能食品板块竞争格局，公司如何建立竞争优势答：功能食品发展空间巨大，存量市场及增长潜力都很大，年轻化趋势非常明显。

在功能食品板块，公司的竞争对手更多是新锐的消费品牌，我们的劣势在反应速度上，优势在于能够承接原有技术积累优势、消费者基础和对消费者的理解。从渠道来看，公司强调线上线下一体化运营模式，并基于一体化运营模式进行产品研发、制定销售政策和定价等，相较VDS业务没有线下品类及价格包袱，实现线上线下会员融合。

Q:未来公司商誉及无形资产是否仍有减值风险答：2020年末，公司商誉账面价值12.16亿元，因合并LSG形成的无形资产期末余额为5.8亿元。根据企业会计准则等有关规定，公司会持续关注商誉及无形资产是否存在减值迹象，并在每年度末聘请专业评估机构进行减值测试，根据其出具的资产评估报告决定是否计提减值准备。若无减值，该无形资产将每年摊销1,510万澳元，直至2028年8月30日止。

Q:公司目前产能利用率情况、产能规划答：除胶囊剂型产能利用率相对略低外，其他剂型产能利用率均处于较高水平。

公司珠海生产基地四期建设项目于2020年内开始投产，本次募投项目中的珠海生产基地四期扩产升级项目和五期项目处于规划设计阶段，将平滑接力扩产，满足公司未来3-5年境内产能需求。Q:目前LSG收入及利润占比和公司对其未来预期答：LSG 2020年收入占公司营业收入的9.3%，利润贡献不大，主要系：1) 因合并LSG产生的无形资产摊销体现在广州佰盛主体，影响利润；2) LSG净利率相对较低。未来，公司预计LSG毛利率会向60%左右的区间靠近，净利率也有望逐步提升。Q:麦优和汤臣原有电商团队的整合进度答：并购后广州麦优的原有业务和定位保持不变。广州麦优和广东佰悦作为公司境内电商渠道的两大主要运营主体，其中广州麦优负责“汤臣倍健”、“健乐多”、“每日每加”品牌的直营及授权代理分销，Life-Space官方海外旗舰店的代运营等。广东佰悦负责公司旗下其他品牌的直营及授权代理分销或线上代运营等。Q:公司对未来线上渠道收入占比及盈利能力预期答：近年来线上渠道领跑行业，是公司重点发力的渠道，未来线上渠道收入占比有望进一步提升。新三年规划下，除了线上渠道收入的增长，公司也非常关注线上的毛利率及净利率水平，期望能提高其净利率水平。

Q:公司如何加强线上渠道竞争壁垒，拉开与其他品牌的份额差距答：2021年，公司将继续加快推进包括会员数字化、策略数字化和媒介数字化在内的电商数字化建设，同时依托公司新三年规划“全链数字化”、“用户资产运营”、“超级供应链”等战略项目的推进实施，提高和消费者做朋友的能力，进一步提升在线上渠道的市场份额并夯实竞争壁垒，推动线上渠道的持续发展。Q:公司在抗衰老产品方面的研发进展答：公司于2019年10月与中国科学院上海营养与健康研究所合作共建“营养与抗衰老研究中心”，并持续关注全球营养与抗衰老领域的最新研究与应用。

我们需认识到，基础研究和应用研究是两回事，食品（含膳食营养补充剂）的安全

性必须放在首要位置。2021年1月，国家市场监督管理总局发布《关于排查违法经营“不老药”的函》，明确“目前NMN在我国未获得药品、保健食品、食品添加剂和新食品原料许可”。

Q:保健品是收智商税吗答：膳食营养补充剂是指以维生素、矿物质及动植物提取物为主要原料，通过补充人体必需的营养素和生物活性物质，对特定的人群具有平衡营养摄取、调节机体功能的作用。膳食营养补充剂不以治疗疾病为目的，也不能代替正常饮食，并且对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害。

“健康中国2030”国家战略坚持“预防为主”，国家卫生计生委疾控局发布《中国居民膳食指南》，以及国内保健食品注册与备案相关政策法规等，都为膳食营养补充剂的发展提供了政策及科学基础。

Q:医保刷卡严的地区是否对公司药店渠道销售造成较大影响答：医保管理趋严是大趋势，公司会将其当成常态性问题面对。2019年中国膳食营养补充剂行业经历了多年来的密集政策阵痛，当年公司线下渠道收入仍实现20%的增长。

附：活动信息表

投资者关系活动类别

特定对象调研 分析师会议 媒体采访
业绩说明会 新闻发布会 路演活动
现场参观 其他（2020年年度股东大会后投资者交流活动）

参与单位名称及人员姓名

与会投票股东及股东代理人；华夏基金（王世佳）、景顺长城基金（余乐）、上投摩根基金（刘健）、工银瑞信基金（秦聪）、中信产业基金（林阳）、上海保银投资管理有限公司（李墨）、上海中平国璟并购股权投资基金合伙企业（有限合伙）（沈智莹）、上海行知创业投资有限公司（顾涵蓓）、通用技术集团投资管理有限公司（李惟佳）、兰馨亚洲投资集团（陈怡）、广东锦洋投资管理有限公司（赖硕华）、钜米资产（何媚）、前海瑞园资产管理有限公司（黄鋆）、上海宽远资产管理有限公司（吴相贤）、上海大正投资有限公司（闫万洋）、深圳前海精至资产管理有限公司（黄登峰、湛选）、星泰投资（陈婷婷）、广东泓屹资产管理有限公司

(陈雯)、北京诚盛投资管理有限公司(吴畏)、西安瀑布资产管理有限公司(吴霜)、惠州润邦投资管理有限公司(郑光强、李建平)等机构投资者;刘文华、尹峰、何鹏程、周立波、王雪梅、俞春云、周天成、宋文正、黄水金、张春波等个人投资者;中信证券(薛缘、印高远)、中金公司(陈文博)、华创证券(程航)、中泰证券(赵雯)、海通证券(闻宏伟、张璇)、华泰证券(龚源月、张墨)、安信证券(苏铖、张馨予)、高盛高华证券(戴晔)、国信证券(陈青青、廖望州)等券商分析师

时间 2021年3月26日14:00-17:00

地点 广州市天河区珠江新城兴安路3号广州富力丽思卡尔顿酒店3楼宴

上市公司接待人员姓名 梁允超(董事长)、梁水生(副董事长)、林志成(董事、总经理)、汤晖(董事)、邓传远(独立董事)、柳建华(独立董事)等公司董事会成员;王文、施慧珍、刘苹苹等公司监事会成员;蔡良平(副总经理)、唐金银(董事会秘书)、吴卓艺(财务总监)等公司高级管理人员

附件清单(如有) 无

(此稿由证券时报e公司写稿机器人“快手小e”完成。)