

证券代码：000615

证券简称：奥园美谷

奥园美谷科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-04

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 <u>电话沟通会</u>
参与单位名称 及人员姓名	参加奥园美谷中小投资者战略沟通会的投资者
时 间	2021年5月17日
地 点	东方财富浪客直播平台
上市公司 接待人员姓名	董事总裁胡冉、执行总裁徐巍、执行总裁范时杰、董事会秘书蒋南、财务总监林斌、品牌总经理张翼
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>1、从化纤到房地产，从房地产到医美，公司经历过多次转型。现在基于什么考虑进军医美产业？</p> <p>答：医美行业发展有三个趋势：第一个趋势，市场规模大、发展速度快。医疗美容已经成为继房地产、电子通讯、汽车、旅游之后的第五大消费热点。</p> <p>第二个趋势，轻医美具有市场潜力。iiMedia Research 数据显示，2020 上半年国内 68.2%有医美意向的消费者愿意使用医美化妆品，颜值经济不断升温，“非侵入、无手术”的“轻医美”蓬勃发展，有望部分替代传统化妆品市场。</p> <p>第三个趋势，政策红利不断助推，2017 年至今，上海、海南、广东、深圳、成都、杭州先后出台鼓励支持发展美丽健康产业的政策。</p> <p>奥园美谷控股股东奥园集团坚持“一业为主、纵向发展”</p>

的战略，已经取得丰硕成果。奥园美谷“成就美丽人生”的品牌理念，正好是奥园集团“构筑健康生活”在医美的有序延伸。同时，奥园美谷为进军医美产业，已在项目储备、人才储备等方面已经做了充足准备。

2、奥园美谷未来主要的方向是做医美医疗器械、化妆品业务吗？

答：奥园美谷的战略定位是成为医美的科技商、材料商、服务商，并力争成为医美生态系统集成商。

奥园美谷高度重视作为医美上游重要组成部分的医疗器械，已同美国赛诺秀公司签订了一款仪器的总代理，将会继续深挖这个市场。同时，奥园美谷立足医美服务端，进一步布局优质的区域标的。奥园美谷主要致力于医美科技、医美材料和医美服务。

3、奥园美谷为什么会选择通过收并购医美服务机构切入医美赛道？未来会不会实行品牌连锁化经营？

答：奥园美谷基于发展策略选择，产业中游的医美服务机构，我们会选择业绩较为确定、成长性较高、优质的区域性标的。大型医美机构具有 5A 级资质、四级手术资质，借此能拥有完善的医生队伍、良好的医疗服务水平，这些都是市场布局的核心竞争力。

4、医美业务和收入的高增长，关键在于投后管理能力，奥园美谷的投后管理做得怎么样？

答：奥园美谷对资源、数据、客户、集采、供应链、财务和现金流进行整合，打造全面的投后管理系统。通过信息系统的建设将数据拉通，形成对投后管理的时效性和数据的集中性管控。采用精细化的经营管理和人才团队完成投后管理的目标。

5、公司除了连天美之外，是否还会购买更多的医美资产？目前是否已经有目标？

答：公司将紧紧围绕成为医美科技商、材料商、服务商的发展战略，通过包括收购在内的多种运作形式，不断完善医美上中下游产业链，成为医美集成商。因相关事项公司会履行披露，敬请关注公司公告。

6、上海奥园美谷和博鳌奥园美谷和美业有什么关系？

答：上海奉贤正在全力打造东方美谷，借助控股股东定增上海临港契机，公司在东方美谷打造“园中园”——上海奥园美谷，将把上海奥园美谷建设成为国际医美科技成果转化基地，在国际医美科技成果的转化、服务、展示、发布、交易等五大领域重点发力。

通过上海和乐城两个平台，增强协同及联动性，将医美科技商和医美材料商的战略方向不断夯实。立足上海奥园美谷打造医美产业集成，奥园美谷希望利用乐城的政策优势和红利优势，在一段时间内将所获得资质的医美领域的高端药品和医疗器械，对不特定的人群在乐城范围内先行先试，率先体验和使用。

7、奥园美谷拥有连天美 55%的股权，其余 45%为什么没有拿下？

答：基于公司发展战略、适度稳健的规模扩张，结合实际的经营情况和未来发展及继续做大做强连天美的考量，故暂时拥有连天美 55%的股权，后续将根据经营、市场等情况进一步规划。

8、对照全年的利润目标，一季度公司只完成了不到 3000 万元，全年的目标能否完成？

答：一季度利润并不能反映公司整体和全年的业绩情况，公司已通过加码医美服务端和医美科技、材料端，提振经营业绩；通过收购等运作扩张业务规模，增强产业链条布局和竞争力。同时，公司实施了股权激励，公司管理层凝心聚力推动公司年度规划落地。

9、公司和大连肌源医药的战略合作目前进展如何？

答：大连富勒烯依托中科院大连化学物理研究所等相关科研单位致力于医美科技产品，双方已达成战略合作。

10、地产置出是不是风险过大？有没有具体的时间表，会对公司的经营产生哪些影响？

答：为实现聚焦美丽健康产业的战略转型，进一步提升公司可持续健康发展能力，经初步测算，地产项目置出构成重大资产出售，公司已根据相关的规则聘请了财务顾问、律师、会计师和评估师审计评估。具体事项公司将及时履行信息披露。

11、身处医美赛道，奥园美谷的差异化体现在什么地方？奥园美谷对标的是哪一家公司？

答：医美行业有很多优秀公司，我们非常关注这个赛道其它企业的发展。

对奥园美谷来说，无论通过医美产业的中游切入，还是在医美产业链的上游进行立足，或者通过医美的下游进行卡位，希望通过上中下游整体的布局来为消费者提供医美生态集成。

12、绿纤的面膜基材和富勒烯都是和面膜相关的，公司是不是计划推出自己的面膜产品？

答：今年的4月23号，首期年产4万吨的莱赛尔纤维正式投产，经过3个月的联调联试已经能够生产出一等品和优等品，绿纤会以良好的品质面向市场。

绿纤作为医美原材料的初始端，深加工和市场联动有广泛的应用场景。公司立足医美材料端，加紧推进莱赛尔纤维向天丝级面膜基材，通过水刺法无针织布的形式往横向贯通，溯源到面膜基材擦拭巾、卸妆巾的重要领域。

13、并购医美医院之后，公司在医美方面会有哪些战略布局？

答：公司希望通过中游切入、中游立足和上游卡位的方式来实现推进医美生态集成商的建设。首先会在医美服务端推进

和部署，会持续关注国内各区域头部的医美医院来适当扩展规模；同时会在已经对外披露的上游方面持续聚焦，比如暨源生物、大连富勒烯、韩国的KDM，已经建立战略合作伙伴关系，会尽快将具体合作进行落地。

14、韩国KDM产品有哪些优势，未来的合作方式有哪些？

答：KDM是韩国一家具有成长性、年轻化的医美科技企业，背后依托韩国的高校为重要的技术来源，在水光针、动能素、溶脂针和婴儿针等领域有广泛的科技储备和市场空间，在海外市场有一定的占有率。同时，KDM还立足光电类设备，在家庭化的医美器械上有一定的作为。

公司与KDM的合作，主要聚焦在两个层面：一个层面是跟KDM进行产品代理层面的合作，特别是KDM已经在韩国拿到的相关证照的医美科技类产品的合作，同时积极联合KDM共同推动在中国境内获取NMPA的相关资质和执照。

15、奥园美谷、赛诺秀、美丽妈妈，在医美这个领域下一步会有哪些实际的落地的行动？

答：奥园美谷、赛诺秀、美丽妈妈三方携手整合各自优势资源，共同推动产后修复诊疗技术方案的研究、诊疗病例的临床研究，并积极开拓医疗级产后修复这一新兴细分市场。

业务拓展方面，基于美丽妈妈成熟的专家团队、项目框架以及技术方案，三方将以科室共建的方式，挂牌设立集学术研究与临床诊疗于一体的“产后修复专科”“产后修复光电联合实验基地”，共同开展临床诊疗研究。

医研实力方面，以上海九院陈锦安教授为学科带头人，进行案例研究，共同推动产后修复学科建设。

人才培养方面，积极推动申请取得产后修复专科医护人才培养资质，在长三角、珠三角地区分别开设产后修复专业培训基地，在全国范围内招收、培养产后修复人才。

产业实施方面，共同推动在上海东方美谷设立赛诺秀中国

	<p>科创基地，将赛诺秀产后修复相关仪器设备的应用实验、推广传播、市场销售等业务落地上海奥园美谷。</p> <p>16、为什么会推全球合伙人计划，合伙人计划有哪些重要的时间节点？</p> <p>答：公司将坚持“同心者同行、同行者共赢”的理念，寻找具有企业家精神的海内外优秀人才成为事业合伙人，以多种激励方式汇聚领军人才，共建医美联盟生态。</p> <p>近期合伙人工作推进包括：2021年3月，完成第一期股权激励计划，已建立包括产业基金、股票期权及项目分红等激励机制。2021年二季度，建立合伙人管理机制，包括合伙公司的管理机制、退出机制等。2021年四季度，拟增加多名各领域初级合伙人和一定数量的优秀合伙人。</p> <p>公司将持续增加人才和研发投入，扎实修炼内功，多策并举求贤才。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2021年5月17日