

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：2021-05

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 checked="" 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	共 89 家机构、118 人：广发证券洪涛、嵇文欣、张雨露；中金公司樊俊豪、徐卓楠、林千叶、彭路璐；财通证券毕晓静；海雅金控杨靖；陕西星河投资胡学峰；上海希瓦资产程夏颖；国盛证券萧灵；海通证券王天璐、高瑜、王波锦；中银基金郭毅；Matthews Global Investors (HK) Ltd Hardy Zhu；瀑布资管吴霜；国泰君安证券资管吴佳玮；北京神农投资赵晚嘉；上海泾溪投资韩宇；国信证券柳旭；上海东方证券资管陈觉平；霄沣投资尹霄羽；上海名禹资产刘宝军；民生证券初敏；星泰投资贾雨朦；东吴证券吴劲草、张家璇、谭志千、阳靖；相生资产苏文晶；博道基金傅之浩；东兴证券王紫、刘雪晴；中信建投证券张咏梅；北京鼎萨投资程正隆；浙商证券王长龙、詹陆雨、周明蕊；惠理海外投资谢丹；百年保险资管卢晓婵；深圳金泊投资陈佳琦；汇安基金任望宇；渤海汇金证券资管郭怡娴；财信证券陈诗璐；国元证券李典、谭鹭；上海宏羽投资李宏斌；上海肇万资产于莎；中银资管李玮；中银证券许佳璐；上海潼骁投资王卓文；明河投资姚咏絮；杭州宇迪投资陈佳；开源证券黄泽鹏、郑小凡、杨妍；银河基金刘风华；和泰人寿王雄、王志广；德邦资管项周瑜；工银瑞信基金张杭；西部证券吴岑、王璐；浙江新干

	<p>世业投资金枝；横琴新橙资管顾晶；太平洋证券郑及游；同亨投资黄燕翔；中泰证券邓欣、吴思涵、王素芳；北京塔基资产王汉卿；安信证券王朔；华安证券王洪岩、梁瑞；鸿道梁慧筠；上海翔鹏投资郑捷；中信建投叶乐；第一上海证券 oco Qu；富利达资产管理（珠海）有限公司樊继浩；兴业基金张诗悦、朱宇轩；德邦基金石林；银河证券杨晓彤；申万宏源证券（徐睿潇、王晓璇、周羽希、王立平、王思琦、王兴、柯海晶）；珠海怀远基金张源；前海开源基金李琳娜；湘财基金赵晨凯；国泰君安证券杨柳；天风资管王艺玲；万联证券陈雯、王鹏；德邦证券郑澄怀、易丁依；国海证券资管施卫；一凡投资王海峰；中金财富李少明；工银国际证券李兴文；上海探颐商务咨询有限公司马跃；金涌投资李昱言；中金香港魏佳；北京朗玛峰创业投资管理有限公司要振中；匀丰资产丁天；西南证券池天惠、赵宇；上海环懿投资屠静谨；兴业经济研究咨询股份有限公司丛林；华西证券肖峰；长城证券陈智旭；上海杭贵投资饶欣莹；东方证券邵敏；禾其投资彭荣安。</p>
时 间	2021 年 8 月 30 日
地 点	公司会议室及线上会议平台
上市公司 接待人员姓名	董事总裁胡冉、董事执行总裁范时杰、投后管理负责人林碧峰、董事会秘书蒋南、财务总监林斌、证券事务代表张健伟、战略发展与投关总监余筱萌
投资者关系活 动主要内容介 绍	<p><b>一、介绍 2021 年上半年经营情况</b></p> <p>2021 年上半年，对奥园美谷的发展历程而言极不平凡。如大家所知，围绕着新的发展战略，公司在医美产业上中下游主动出击，加快构筑在医美产业链的发展优势，初步形成有效布局。通过盘活存量、赋能发展、外延并购、战略合作等举措，稳步实现上市公司提质增效。</p>

今年上半年，公司实现营业收入 11.67 亿元，同比增长 291.06%；实现归属于上市公司股东的净利润 5012.92 万元，同比增长 125.97%；基本每股收益 0.0642 元，同比增长 126.02%；加权平均净资产收益率 2.88%，同比由负转正，上升 13.97 个百分点。

上半年，公司通过杭州连天美两家医院的成功并购，积累投后管理、资源整合、客户整合、信息化整合、供应链整合、现金流整合等要素经验，培养医美服务团队，为医美服务端后续发展积累经验、夯实基础。在拓展医美服务端的同时，公司前瞻性布局上游医美科技和医美产品，与暨源生物、肌源医药、广纳院、赛诺秀等开展不同形式的合作，推出医用冷敷贴、胶原多肽冻干粉、纳米载药面膜、产后医美设备等，为公司下一步在医美上游的产品矩阵化建设奠定基础。

为更好地集中优势力量、聚焦美丽健康产业，公司还在北京产权交易所公开挂牌的方式出售持有的京汉置业、北京养嘉和蓬莱华录股权。目前，该事项已经公司 2021 年第三次临时股东大会审议通过。地产业务的剥离将对公司发展带来积极影响，让公司能够轻装上阵，将回收的资金用于美丽健康产业，加快战略转型，深化核心竞争力。

在医美服务端，公司收购了杭州连天美医疗美容医院、杭州维多利亚医疗美容医院，两家医院合计总营运面积约 2 万平方米，均获得中国整形美容协会授予的 5A 级评价，其中杭州连天美医疗美容医院取得浙江省卫健委认证的四级（高难度）手术资质。两家医院具备区位优势，地处华东地区消费能力和增长潜力较高的地区；业务结构合理，服务附加值与门槛属性强；技术实力强，拥有 24 项医美相关专利，十余位原公立三甲医院高职称医生，驻点医生 58 人，外部专家 16 人，配备正高级麻醉医师，所有医师均经过严格审核后持证上岗，平均执业医龄达 15 年；医院拥有超过 33 万名会员，

2020 年全年活跃用户 8 万人,2021 年上半年活跃用户 4.6 万人。

在行业激烈竞争和疫情冲击下,连天美上半年的核心财务数据仍保持增长态势,盈利水平稳中有升,为公司医美板块贡献了优质业绩。两家医院合计实现营业收入 3.01 亿元(同比增长 42%)、净利润 5351.05 万元(同比增长 7%),其中 4-6 月实现营业收入 1.50 亿元、净利润 2398.88 万元。

通过对两家医院的资源整合、规范内控和精细管理,公司灵敏把握医美行业趋势和客户服务需求,建立了成熟的管理模式,将为公司后续在医美服务端的拓展提供有力支持。后续,公司将继续保持对优质医美机构标的的积极关注,推进医美服务机构的投资并购洽谈,打造市场份额居前、利润规模高的医美服务商;探索开设医美垂直细分专业门店和轻医美门诊,初步形成全国性医美服务端连锁品牌。

公司注意到今年 6 月八部委联合发布《打击非法医疗美容服务专项整治工作方案》;8 月,人民网报道指出,医美行业需要涤浊扬清,实现“良币驱逐劣币”;上周五,国家市场监督管理总局还就《医美广告执法指南》公开征求意见,依法整治各类医美广告乱象。针对国家近期出台的多项涉及医美行业的监管政策,公司表示欢迎与支持,国家监管力度的加强有利于促进和维护医美行业健康发展,有利于出清不合规的黑医生、黑诊所、黑产品,有利于进一步提升行业集中度,这也是医美行业的正规企业和从业者的期望。作为上市公司,公司会一如既往地严格遵守法律法规要求,加强对各项业务的合规管理,特别是对连天美两家医美医院的医疗质量、器械安全、营销推广、广告宣传、客户服务管理。请广大投资者和消费者放心。

在医美科技端,公司前瞻布局上游医美科技和医美产品。通过加强产学研转化,集聚高端优质资源,依托合作伙

伴，在功效成分、载药微针、靶向面膜、医美设备等领域拓展产业资源，着力构建医美科技核心壁垒，共建大医美生态战略布局。

公司与暨南大学医药生物中心、暨源生物合作，研发生产了更安全、更易渗透吸收的“胶原多肽修复冻干复配精华液”；与广东粤港澳大湾区国家纳米科技创新研究院合作，组建合资公司，共同研发、协力推广、联袂行销基于纳米技术的载药功能性冷敷贴；与大连肌源医药合作，推出“奥园美谷富勒烯医用冷敷贴”；与全球激光巨头赛诺秀合作，独家代理“蒙娜丽莎之吻”产后医美设备，并联合美丽妈妈整合三方优势资源，积极开拓医疗级产后医美新兴细分市场。7月，公司举行了新品发布会，将富勒烯冷敷贴、胶原多肽冻干粉、纳米载药冷敷贴三款医美新品推向市场，初步形成“妆”“械”“药”字号系列产品矩阵。

公司将在持续加强中游布局的同时，由医美服务商进军为医美科技商，并充分利用上海奥园美谷平台功能，为下一步发展奠定医美核心技术基础。公司也将积极利用海南乐城的政策条件和政策红利，布局境外先进成熟的医美产品和器械设备的代理、联合研发、部分中试、合作获取境内资质、新兴MCN推广等。

在医美原材料端，今年上半年，公司投资的10万吨医美基材绿纤项目一期4万吨正式投产，实现了绿纤全自动化产线良品率达100%的行业新纪录，成为绿纤产线工业4.0新标杆。该产线在湖北省襄阳市2021年第一次项目建设交流会中，经襄阳市、樊城区政府相关部门评审现场考核打分，荣获襄阳市第一名。目前，作为第三代生物基再生纤维素纤维，绿纤产品主要应用于高端科技和制造领域，并可作为医美面膜膜布材料。

后续，公司将持续提升医美基材绿纤产品产能，适时推

进医美基材绿纤二期 6 万吨生产线建设。将建立医美材料研发核心机构，与载药面膜新技术结合研制面膜换代新品，推进绿纤医美衍生产品量产，推动建成医美面膜、卸妆巾产业基地建设。将围绕医美基材绿纤、医美药管级纤维素膜的产业链优势，力争成为国内医管级产业领先企业，推动公司医美材料商转型。

针对公司在医美产业的发展需要，公司在人才管理等方面也做了系统安排。今年上半年，公司实施了股权激励计划，向公司董事、高管及核心管理人员共 13 人授予股票期权，以充分激发公司核心管理团队的积极性；推出“全球合伙人”计划并已开始落地，定向招聘储备来自多家行业标杆企业的管理、研发、营销和经营人才 20 余人；启动 2021 首届“美谷美匠”计划，首批招聘了 8 名 985/211 院校生物、化学、药学、临床专业背景 8 名管培生。公司通过合理的薪酬绩效制度及股权激励措施，吸引优秀人才，调动公司关键岗位人才的积极性、创造性，推动公司战略转型进程，促进公司业务蓬勃健康发展，为公司及股东创造价值。上半年，公司人均效能与去年同期同比提升 74.3%，进一步向标杆医美企业人效对齐。

后续，公司将继续秉承“成就美丽人生”的品牌理念，坚持“美丽健康产业的科技商、材料商、服务商”的战略定位。在医美产业中游，继续推进医美服务机构投资并购，深耕长三角和粤港澳大湾区市场，专注于区域机构的经营与拓展；在医美产业上游，应用医美服务场景，对接医美新零售平台，聚焦医美器械耗材及医美家用化产品，通过产品代理、合作生产、联合研发、股权投资等方式，在美丽健康产业上游横向拓展，同时打通上下游产业链，形成横向贯通、纵向联动的发展格局，全力构建奥园美谷医美生态，全方位打造消费者信任的全国性医美品牌，致力成为国内美丽健康产业

头部品牌和医美生态集成商。

## 二、答投资者问

**1, 能否简单介绍下上半年连天美的经营情况, 对连天美下半年经营趋势的预判?**

答: 上半年, 杭州连天美医疗美容医院、杭州维多利亚医疗美容医院为公司医美板块贡献收入 1.55 亿元, 2021 年上半年实现收入约 3.01 亿元, 同比增长 42%; 实现净利润约 5351.05 万元, 同比增长 7%。2021 年上半年, 微整形科、皮肤科收入出现较大幅度增长, 整形外科、口腔科、其他科室收入稳定。下半年, 公司将积极推进连天美经营管理、人力资源、客户关系、财务管理等方向加强精细化管理, 进一步提升连天美的经验效益。

**2, 公司与富勒烯、暨源生物、广纳院合作的联名款产品销售推进情况? 未来是否会有更进一步合作?**

答: 目前暨源生物、肌源医药等新产品属于新品推广阶段, 目前已在奥园内部电商平台进行试销售, 销售情况很好, 下一步会积极探索营销渠道, 结合市场资源进行销售; 广纳院面膜目前正在办理化妆品和医疗器械资质, 合作产品在测试阶段, 待功效测评稳定且报批通过后将进入市场。针对上述新产品, 公司正在积极制定下半年的推广策略和销售计划。

**3, 关于监管的影响, 上周五我们看到国家市场监督管理总局发布《医疗美容广告执法指南(征求意见稿)》, 提出医美广告补的制造容貌焦虑, 不得宣传诊疗效果或是承诺功效, 不得使用广告代言人做推荐等。公司旗下医院目前做广告营销的模式是怎么样的, 由广告拉新的消费客群在公司的总客群中占比大约在多少? 怎么看这次监管政策的影响, 是否会影响医美消费需求?**

答: 2021 年上半年, 杭州连天美老客占比为 71.4%、维

多利亚老客占比为 61.4%，均在总客群中占比较高，这也是为什么公司杭州连天美的销售费用率同比下降了 2 个百分点，来到了 19%的原因。

公司注意到《医疗美容广告执法指南》的出台。公司认为，本次法规是出于行业长期健康发展角度考虑，长期看利好合规产品和合规机构发展。奥园美谷旗下的医美服务机构正规持照经营，严格遵守药品、医疗器械、广告等法律法规规定，针对指南中提及的情形，公司将参照自身情况进行调整。公司会严格遵守指南条例，优化广告内容。同时，保持规范化品牌广告推广量，保证品牌露出不受影响。

结合《指南》具体内容，以其中的第四条要求为例，公司一贯遵循相关法律法规，真实描述产品功效，不做保证性承诺，后续将继续确保宣传诊疗效果不采用极限词、夸大词描述；以第五、第六条为例，针对患者名义或形象的诊疗前后对比情况、患者分享等官方发布的内容，将进行检查删除。不含顾客自己发布的对比分享案例；以第七条为例，公司将对前期已发布的内容进行优化调整，后续严格按照相关法律法规执行。对于学术类、技术类内容，发布前进行审核，确保不涉及变相发布广告。

目前，监管对于医美消费的整体态度仍是秉承着推动行业合规发展。长期看，近期的多项规范出台利好合规产品、合规机构的产品发展，有利于行业集中度提升。公司认为近期和后续的政策将继续秉承这一导向，并非打击，而是规范合规推动行业发展。参照中国台湾地区的发展趋势，公司看到医美渗透率不断攀升。我国的医美渗透率相比发达国家仍有很大空间，这一上升过程需要合规环境保障。医美行业最大的痛点是存在不信任感，通过国家的监管能提升信任感。作为消费医疗的医美行业，进一步规范能提升医美渗透率和行业集中度。公司一直按照高标准要求自身，相信未来发展



将有利于整个行业规范发展，迎来更加美好的明天。

关于疫情影响，从目前经营数据来看的话，公司将通过自身的投后管理提质增效，努力优化管理对冲预期影响。

**4、公司医美业务发展决心很大，未来怎么看不同形式（股权收购、基金收购、产品代理、收购产品公司等）的发展轨迹？**

答：公司正在进行多种形式的推进。作为初始进入到行业的参与者，投资并购是公司的主要形式，这有利于公司快速切入医美赛道。因此，公司选择中游切入，通过投资并购方式介入。

同时，公司也会推进“1+N”战略，“1”是经济发达地区的头部医美机构，“N”是围绕头部机构发展的连锁店，这与公司收购的“掐尖战略”形成了互补，有助于提升公司的市场渗透率。

从上游看，公司将首先寻找有竞争力的爆款产品，也可能选择投资并购的方式。但同时也会选择合作生产、联合研发、股权投资等方式。公司将根据不同形式，完成公司战略布局的落地。

**5、针对近期的监管措施，对广告代言人、医美直播的管理，对后续具体落地情况的预判？**

答：首先，作为行业的一员，公司愿与同行共同携手创造良好的、有利于健康发展的医美行业环境。第二，公司认为未来将是公司自身店铺直播、三方平台直播等多种方式并存的阶段，符合相关法律法规规范，恢复服务本质。

**6、下半年的传统消费旺季是否会延续？**

答：今年上半年情况比去年更好，行业处于上升趋势。公司希望下半年行业的这一趋势能够延续。

**7、近期八部委对医美行业资产的收并购是否有影响，是短期扰动还是长期趋势？未来收入规模希望做到多大体量，**

### 上游和中游的结构是怎样的？

答：奥园美谷注重科技商、材料商、服务商的发展定位，在中游切入的基础上立足上游、卡位下游。未来科技端、材料端是医美金字塔结构的重要部分。奥园美谷注重打造医美生态集成，因此公司在上游的布局会继续推进。今年上半年，公司和暨源生物、肌源医药、广纳院等机构进行了一系列合作，并通过产品发布的形式完成了市场亮相。后续的相关情况，请关注公司公告。

从行业生态看，上游的收入规模和中游大体持平，未来公司也会按照业态水平进行战略布局。既包括股权合作、联合研发，也会有自主研发。保持公司的迭代研发的基本能力和收入利润。

### 8、绿纤业务上半年投产，预计何时产生业绩贡献？

答：医美材料端是公司重点布局的医美现代制造业基本环节。公司对医美材料端的布局，既符合国家“十四五”规划相关布局，又符合公司战略布局。去年12月8日，绿纤完成试车投产，经过四个月的努力，今年4月23日，公司绿纤一期正式投产。后续，公司也会根据市场、特别是国内国际市场的变化，适时推动二期6万吨建设。

同时，公司也积极向上游贯通，正在研究基于莱赛尔纤维对医美基材的布局，这个布局将会进一步丰富公司在医美材料端的产业能力。莱赛尔纤维基材主要面向天丝级的面膜、卸妆巾、擦拭巾等高端天丝无针织布，未来也会为上市公司带来更大的产业竞争力。

今年上半年，公司绿纤莱赛尔短纤优一等品率达到100%，产能稳定运行。截至目前，公司已经成熟掌握了国际自动化数控化程度最高的莱赛尔产线。近期，公司也跟国内国际的纱线纺织企业进行合作，下一步会深化绿纤的应用场景的开发，对上市公司贡献利润。

**9、公司对医美光电设备的布局安排？**

答：今年上半年，公司与国际医美光电射频类服务生产商赛诺秀达成合作共识，由奥园美谷独家代理赛诺秀的蒙娜丽莎之吻光电仪器设备。近期公司和美国、以色列和韩国等企业在进一步接触和沟通。未来如有合作，将会进一步丰富公司在光电射频类的战略布局。后续进展请以上市公司公告为准。

**10、从单店模型看，医美服务机构长期增长模式是怎样的？**

答：从中期业绩看，公司所坚定采用的掐尖战略是正确的。随着国家对医美行业的规范管理，在“良币驱逐劣币”的情况下，行业如何进一步提升，也为区域龙头医美医院带来了新的客源和增长动力。同时，为了进一步提升对客户服务的水平，尤其是专业化、系统化、便利化，公司采取“1+N”的模式，将一部分的大店职能在地理空间上进行分拆，将更有利于原有客户和新增客户提供良好服务，进一步拓展增长空间。

**11、绿纤业务上半年发展良好，后续的发展经营安排是怎样的？**

答：莱赛尔纤维项目的发展得到了各级政府部门的支持。奥园美谷积极肩负在先进材料方面的战略责任，迅速推进莱赛尔纤维试验。4月23日，公司一期4万吨已经顺利投产。同时，公司也在进一步研究绿纤深加工，向面膜基材、莱赛尔长丝、面膜基材无纺布等领域进一步发力，为绿纤产业的夯实提供新的助力。

**12、请问管理层增持的进展？**

答：请关注公司公告。

**13、股权激励目标是否可以完成，明年的主要利润构成？是否会调整明年的激励指标？**

	<p>答：针对股权激励目标公司已发过公告，主要指上市公司合并报表范围的净利润。明年的净利润将主要来自医美医院和医美上游端产品的收入等。公司管理层会做好经营，增强产业链条布局和竞争力。股票期权激励方案此前已经通过股东大会审批，目前没有调整激励方案考核指标的计划。</p> <p><b>14、下半年医美机构收购计划？是否会开设轻医美诊所？</b></p> <p>答：公司从今年初就在挑选医美机构收购标的，下半年将继续根据公司的收购标准，从收入、盈利能力、市占率、品牌、管理水平、会员数量等角度进行考虑并推进相关工作，如有收购将会发布公告。公司对轻医美门店的发展模式保持关注，将根据行业发展规律和公司实际情况进行系统布局。</p>
附件清单	无
日期	2021年8月30日