

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：2021-07

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 type="checkbox"/> 其他 _____
参与单位名称 及人员姓名	中金公司彭路璐；平安基金区少萍、张聪；中天国富证券竺艺；唐融投资饶去非；上海知行投资钱苏阳；深圳海雅金控杨靖；慧正投资林彦宏；壹拾投资龚华琪、汪琪；九派资本常运华；安和资本王珏；东盈投资皮熙龙；鹏泽资本邓佩瑶
时 间	2021年9月16日 15:10-17:00
地 点	公司会议室
上市公司 接待人员姓名	董事会秘书蒋南、战略与投关总监余筱萌
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>1. 公司在医美服务端已完成对两家医美医院的收购,后续会怎么继续布局?</p> <p>答: 公司在医美的中游主要的战略方向是聚焦以上海、杭州为中心城市的长三角,和以广州、深圳为中心城市的粤港澳大湾区。公司会在这两个区域,通过“1+N”的方式实现对“大店模式”的升级。后续,公司会在满足监管要求的前提下,继续推进医美中游的战略落地,在潜在收购标的的遴选方面,我们会更加关注医美机构的经营发展规模、可持续盈利能力、合规管理水平,确保收购标的有利于上市公司的提质增效和可持续发展,维护上市公司投资者利益。</p> <p>2. 公司后续新的医美产品、渠道计划如何布局?</p>

答：公司目前合作的部分医美上游厂商，过往以 B 端销售为主，公司也在和头部 MCN 机构、医美 APP 进行合作洽谈，以加强产品和设备在 B 端和 C 端的推广销售，目前正在制订销售策略和推广计划。

3. 公司目前有其他的新的品类的布局计划吗？

答：我们比较看好光电医美。除赛诺秀以外，我们也关注与其他光电设备制造商的合作机会，前期以代理销售为主，下一步会研究成立国内合资公司的可行性，推动实现本地化生产。在医美中游，我们也会推进以光电医美为代表的轻医美连锁化运营，着力打造光电医美设备全新体验店。

4. 除医美医院之外，公司最看好医美产业链的哪个板块？

答：在医美中游方面，我们看好“1+N”模式，1 是 5A 级龙头医美医院，N 是轻医美光电医美体验店，我们会实行以综合性整容医院为代表的品牌化运营，以及以光电医美为代表的连锁化运营，着力打造光电医美设备全新体验店。在医美上游，我们将通过加强富勒烯、广纳院等医美产品，以及赛诺秀等光电设备企业的合作，构建医美科技核心壁垒。我们提出中游切入、上游立足，选择从中游来切入，推进“1+N”模式落地，同时逐步提升上游业绩贡献比例。

5. 地产置出后，如何确保业绩贡献？当前经济形势下完成业绩目标是否有难度？

答：公司在上游已有多项进展。胶原蛋白领域，目前在推进和暨源生物的合作，预计将以合作生产和联合研发为主。富勒烯方面，此前已发布股权收购意向协议公告，目前正在推进相关工作。广纳院方面，纳米载药医用冷敷贴正在推进面市。光电设备领域，公司独家代理了赛诺秀的产后医美仪器，也在推进与其他光电设备企业的合作洽谈。已收购的杭州连天美两家医院上半年经营业绩良好，实现稳健增长。下半年公司管理层将在战略指引下，按照既定经营计划推进各项工作，用业绩

回报投资者。

6. 公司在医美产品销售方面的进展？

答：公司此前发布了三款医美产品，目前正在制订销售策略和推广计划。光电设备的代理销售工作也在推进中。具体销售数据届时请关注定期报告。

7. 公司高管的增持进展？

答：关于公司部分董事、高管人员增持进展，届时请关注公告。

8. 请问未来 2-3 年销售费用率的情况如何，销售费率怎么控制？

答：连天美两家医美医院具有优质的运营能力，品牌优势明显，会员数量大，老客占比高，复购率高，销售费用率较低，我们预计未来将维持现有营销成本水平。在医美上游方面，无论是产品代理、合作生产、联合研发、股权投资，都看重合作对象的品牌价值、行业地位和发展前景，十分关注产品功效、设备功能，以及已有的销售渠道情况等，这有助于借助合作方的优势资源，合理控制营销成本。当然，公司也聘请了行业优秀的营销、渠道方面的管理人才，通过管理提质增效，实现对销售费用的有效控制，将销售费率维持在合理水平。

9. 现在医美就像 5-10 年前的民营口腔、眼科行业，未来医美的趋势，会走出眼科的模式吗？还是会有区别？

答：有相同也有不同。在标准化和商业模式方面会有区别，医美的定制化特征更明显。但医美行业也有可以进行标准化复制的方面，比如管理制度、业务种类、接待流程、供应链管理、会员服务、营销管理、品牌管理等。医美中游目前的区域品牌很多，相信未来能够和眼科、口腔一样，产生全国性的连锁品牌。而医美上游方面，目前已有很多全国知名品牌，如华熙生物、爱美客、贝泰妮等，非常值得我们学习。我们也致力成为国内美丽健康产业头部品牌和医美生态集成商。

	<p>10. 如何看待最近医美行业的监管动作？</p> <p>答：我们注意到今年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，人民网在报道中指出，医美行业需要涤浊扬清，实现“良币驱逐劣币”；8月27日，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，我们表示欢迎与支持，我们认为，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，我们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，特别是加强对连天美两家医美医院以及医美上游布局的医疗质量、器械安全、营销推广、广告宣传、客户服务方面的合规管理。请投资者和消费者放心。</p>
附件清单	无
日期	2021年9月16日