

证券代码：001328

证券简称：登康口腔

重庆登康口腔护理用品股份有限公司  
投资者关系活动记录表

编号：2023-001

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>重庆辖区上市公司 2023 年投资者网上集体接待日活动</u>
参与单位名称及人员姓名	通过全景网“投资者关系互动平台”（ <a href="https://ir.p5w.net">https://ir.p5w.net</a> ）采用网络远程的方式参加本次“重庆辖区上市公司 2023 年投资者网上集体接待日活动”的投资者
时间	2023 年 11 月 17 日（周五） 下午 14:00~17:05
地点	全景网“投资者关系互动平台”（ <a href="https://ir.p5w.net">https://ir.p5w.net</a> ）
上市公司接待人员姓名	1. 董事会秘书杨祥思 2. 证券事务代表葛磊
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>投资者提出的问题及公司回复情况</b></p> <p>公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复：</p> <p>1、登康口腔在牙膏行业内的竞争激烈，与前几位牙膏品牌相比，销售份额仍有差距。除了提升市场份额和竞争力外，公司是否有考虑通过创新产品或者营销策略来突破现有局面？在产品研发方面，公司是否有计划推出更具差异化和创新性的产品？在市场推广方面，公司是否有打算加大广告宣传力度或者与其他渠道合作来提升品牌知名度和影响力？另外，公司是否有考虑拓展新的销售渠道或者进军海外市场以扩大销售份额？</p> <p>尊敬的投资者，您好。公司深耕、精耕口腔清洁护理用品行业，积累了产品品牌、营销渠道、技术研发、品质管理、供应链管理 and 企业文化等方面的竞争优势。未来，公司将充分利用资本市场助力企业产业布局，进一步优化和丰富口腔护理产品线，加速向全域数字化营销转型，持续加大双微、抖音、小红书、B 站、</p>

知乎等品牌数字化内容平台运营，着力打造品牌会员数字化广场，通过用户数据平台系统（CDP）精准消费者画像、引导产品开发及品牌投放决策、沉淀用户数据资产，持之以恒打造千万级的会员用户平台，构建品牌数字化营销新矩阵。同时，公司还将积极拓展智能口腔、口腔美容、口腔医疗等相关产品及服务，不断扩大公司的经营规模、市场占有率和综合竞争力，努力发展成为世界领先口腔健康专家，为大众带来自信美丽笑容。感谢您的关心与关注。

**2、贵公司在口腔大健康领域的科研合作是否取得了一些具体的科研成果？是否有相关的科研项目或者科研成果转化计划？对于口腔大健康领域的发展趋势和市场需求，贵公司有没有进行过深入的研究和分析？是否有具体的市场份额和增长预期？**

尊敬的投资者，您好！登康口腔在坚持自主研发的同时，不断探索产学研医深度融合的道路。公司注重与外部学术及研究机构的合作，已与伦敦玛丽女王大学（Queen Mary University of London）教授、英国皇家工程院王文院士建立了海智工作站；与华中科技大学生命科学与技术学院、四川大学华西口腔医学院、重庆医科大学附属口腔医院等高校和科研院所开展了产学研医合作项目 15 项，重点在儿童、婴孕、老年等特殊人群口腔疾病领域开展机理研究，在抗牙本质敏感、口腔微生态平衡、口腔医疗与美容、生物材料等领域开展应用研究，激发产品的创新活力。同时，公司已承担国家级和省部级科研项目 43 项，参与 20 余项国家、行业标准的制修订工作，已取得国内授权专利 200 余项，其中发明专利 20 余项，科研技术成果突出。口腔大健康是公司未来战略发展方向，公司针对未来发展已开展了相关调研和战略规划，具体项目的实施有待进一步论证，如有相关事项达到信息披露标准，将严格按照相关规定及时履行信息披露义务。感谢您对公司的关注。

**3、财报中提到，登康口腔在线上市场规模保持增长，而线下零售市场仍处于恢复期。公司在线上市场的销售策略和渠道有**

何特点和优势？是否有计划进一步加大线上市场的投入和拓展？另外，对于线下零售市场的恢复，公司有何具体的措施和计划？谢谢！

尊敬的投资者，您好！公司一直坚持“精耕分销、强化 KA、电商和新零售并举、拓展新渠道”的销售渠道策略。公司持续强化线上渠道的建设与优化，进一步加大线上市场的投入和拓展，形成以中心电商，兴趣电商，电商分销协同发展的规划布局，为消费者提供更广、更便捷的购买平台和渠道。面对逐步恢复的零售市场，公司结合消费者从“到店”转向“到店+到家”的购物习惯变化，强化线上和线下渠道的协同融合及整合推广，并逐步提升线下零售市场的生意表现。感谢您的关心关注。

**4、根据公司发布的三季度报告，公司的营业收入和净利润同比增长了 3.58%和 1.74%。请问公司在这一季度内的主要增长驱动因素是什么？是否有新的产品或市场推动了增长？另外，公司在未来的发展规划中是否有进一步扩大市场份额的计划？**

尊敬的投资者您好，报告期内公司全面深化全域全渠立体化营销网络建设，贯彻“依托客户、业务前移、重心下沉、强化分销、服务市场”的运作方针，实施“精耕分销、强化 KA、电商和新零售并举、拓展新渠道”的渠道发展策略，推动了企业营业收入和净利润的稳步增长。未来，我公司将进一步赋能经销商、分销商、零售商，推进市场份额的持续提升。感谢您的关心与关注。

**5、我注意到公司在上半年完成了国家、行业标准发布和专利申请，这些标准和专利对公司的竞争优势和市场地位有何影响？请您详细说明一下这些标准和专利的具体内容，以及它们对公司在行业中的地位和竞争力的提升有何帮助？另外，这些标准和专利是否能够为公司带来更多的商业机会和合作伙伴？谢谢！**

尊敬的投资者，您好。公司不断强化自主知识产权核心技术，持续开展国家、行业标准发布和专利申请。上半年，公司完成国家、行业标准发布 4 项，获得专利授权 10 项（其中，发明专利 3 项）。参与标准制定及专利申报有助于企业占据技术制高点，

是企业核心竞争力的充分体现，是企业强化自身高质量发展的坚固壁垒，也将为企业的发展赢取更高平台，在同类产品的市场竞争中赢得先机。感谢您的关心与关注。

**6、我了解到，口腔医疗行业的竞争日益激烈。请问登康口腔在市场中的竞争优势是什么？公司是否有进一步提升竞争力的计划？另外，我想了解一下公司在产品研发、市场推广、渠道拓展等方面是否有具体的措施和计划？谢谢！**

尊敬的投资者，您好。公司深耕、精耕口腔清洁护理用品行业，积累了产品品牌、营销渠道、技术研发、品质管理、供应链管理 and 企业文化等方面的竞争优势。未来，公司将充分利用资本市场助力企业产业布局，进一步优化和丰富口腔护理产品线，积极拓展智能口腔、口腔美容、口腔医疗等相关产品及服务产业，不断扩大公司的经营规模、市场占有率和综合竞争力，努力发展成为世界领先口腔健康专家，为大众带来自信美丽笑容。公司针对未来发展战略制定了详尽的推进计划，围绕技术创新、产品升级、品牌建设、渠道发展、数智转型、人才培育等板块逐步全面落地，将适时向各位投资者进行相关项目进展的披露，感谢您的关注。

**7、公司在上半年加大了研发投入，并取得了一些研发成果，这些研发成果在市场上的表现如何？是否已经实现了商业化应用？对公司未来的发展有何影响？在竞争激烈的行业中，公司是否有足够的核心技术和创新能力来保持竞争优势？**

尊敬的投资者，您好。公司倡导“营销+研发”双轮驱动发展，紧密围绕市场需求，坚持“生产一代、研发一代、储备一代”的科技创新研发机制。今年以来，陆续推出了多款新品，取得了亮眼的市场业绩：今年上半年推出的贝乐乐按压式儿童牙膏和光感美白抗敏感牙膏，产品一经上市，快速成长为国内各大型连锁商超“明星”产品，上市一个季度内双双破千万收入。在新品类方面，冷酸灵贝乐乐儿童声波电动牙刷焕新上市，该产品从儿童的口腔特点和刷牙习惯出发，采用绵密软毛，温和震动，轻盈机身，为宝宝提供专属呵护；蕴含萌趣太空元素，闪闪彩虹

灯，培养宝宝刷牙乐趣；微气泡声波震动技术，有效净齿，呵护宝宝齿龈健康。该产品刚上市 2 月，就成为抖音品牌牙刷爆款榜 TOP1，显著拉动冷酸灵儿童电动牙刷品类成长。

感谢您的关注。

**8、贵公司在高端制造方面的进展如何？是否有相关的技术创新或者产品升级计划？对于高端制造的市场需求和竞争情况，贵公司有没有进行过分析和评估？是否有具体的市场份额和增长目标？**

尊敬的投资者，您好。公司目前主要产品涵盖牙膏、牙刷、漱口水等口腔清洁护理用品，电动牙刷、冲牙器等电动口腔护理用品，口腔抑菌膏、口腔抑菌护理液等口腔卫生用品，以及牙齿脱敏剂等口腔医疗器械用品。未来，公司在巩固口腔护理业务基础上，将积极稳妥推进企业向高端制造和口腔医疗、口腔美容服务产业战略延伸，致力于成为口腔健康与美丽产业的引领者。感谢您的建议和关注。

**9、我注意到公司最近在数字化转型方面有所进展，我想了解一下具体情况。公司在数字化转型方面有哪些具体的举措和进展？是否已经推出了相关的数字化产品或服务？数字化转型对公司的业务发展有何影响？是否能够提高公司的竞争力和盈利能力？谢谢！**

尊敬的投资者，您好。登康口腔高度重视以大数据智能化为引领的数字化转型工作。紧紧围绕建设高效敏捷的数字化、智能化旅游观光工厂的总体目标，坚持以消费者体验为中心、以满足市场差异化需求为导向、以提高产品品质和生产效率为重点、以有效控制成本为保障、以大数据智能化等现代信息技术为引擎，着力推进企业提升客户体验，重塑业务流程，优化运营管控，创新经营模式，探索企业数字化转型的新平台、新机制和新模式。切实推动企业全面实现营销互联网化、研发数字化、生产智能化、管理信息化的转型升级，助推登康口腔实现更高质量发展。感谢您的关注。

**10、**贵公司在口腔健康与美丽产业的引领方面，除了现有的产品和服务外，是否有进一步的举措，例如加大研发投入，推出新产品或者开展新的业务模式？另外，贵公司是否有相关的研发项目或者新产品计划，以满足市场对口腔健康与美丽的不断需求？对于口腔健康与美丽产业的市场前景，贵公司是否进行过市场调研或者预测？是否有具体的市场规模和增长预期，以便投资者更好地了解贵公司在该领域的发展潜力？

尊敬的投资者，您好。公司坚持“生产一代、研发一代、储备一代”的产品研发机制，持续打造研发创新优势，筑牢研发创新护城河，积极构建登康特色“创新链”。在口腔健康与美丽产业不断的加大研发投入，在领域内持续深耕，快速、优质的满足消费者不断需求，未来，公司在巩固口腔护理业务基础上，将积极稳妥推进企业向高端制造和口腔医疗、口腔美容服务产业战略延伸，致力于成为口腔健康与美丽产业的引领者。具体的市场规模和增长预期等相关数据请持续关注公司公告。感谢您的关心关注。

**11、**我对公司在口腔美容方面的产品或服务很感兴趣。除了牙膏和牙刷之外，公司还有哪些口腔美容产品或服务？这些产品或服务在市场上的需求如何？公司在口腔美容领域的市场份额如何？是否有计划进一步扩大市场份额？

尊敬的投资者，您好。公司主要从事口腔护理用品的研发、生产与销售，目前产品涵盖牙膏、牙刷、漱口水等口腔清洁护理用品，电动牙刷、冲牙器等电动口腔护理用品，口腔抑菌膏、口腔抑菌护理液等口腔卫生用品，以及牙齿脱敏剂等口腔医疗器械用品。公司产品及服务具体情况请以公告为准。感谢您的关心关注。

**12、**随着口腔医疗行业的快速发展，重庆登康口腔护理用品股份有限公司是否有计划扩大生产规模以满足市场需求？如果有，公司将如何应对口腔医疗机构数量增加和竞争加剧的情况？另外，公司是否有考虑与口腔医疗机构建立更紧密的合作关系，以提高产品销售额和市场份额？

尊敬的投资者，您好。公司注重与外部学术及研究机构的合作，已与伦敦玛丽女王大学（Queen Mary University of London）教授、英国皇家工程院王文院士建立了海智工作站；与华中科技大学生命科学与技术学院、四川大学华西口腔医学院、重庆医科大学附属口腔医院等高校和科研院所开展了产学研医合作项目15项，重点在儿童、婴童、老年等特殊人群口腔疾病领域开展机理研究，在抗牙本质敏感、口腔微生态平衡、口腔医疗与美容、生物材料等领域开展应用研究，激发产品的创新活力。感谢您的建议和关注。

**13、登康口腔作为一家口腔护理公司，目前主要依赖冷酸灵产品，但产品矩阵相对单一。公司是否有计划进一步扩大产品线，推出更多口腔护理产品以降低对单一产品的依赖性？另外，公司在研发新产品方面的投入是否有所增加？谢谢！**

尊敬的投资者，您好。目前，公司旗下拥有核心品牌“登康”“冷酸灵”，以及高端专业口腔护理品牌“医研”、儿童口腔护理品牌“贝乐乐”、高端婴童口腔护理品牌“萌芽”，形成了成人基础口腔护理产品、儿童基础口腔护理产品、电动口腔护理产品、口腔医疗与美容护理产品等四大产品矩阵，为各年龄段消费人群提供专业化、个性化的高品质口腔护理产品。未来，公司将积极稳妥推进企业向高端制造和口腔医疗、口腔美容服务产业战略延伸，致力于成为口腔健康与美丽产业的引领者。感谢您的建议和关注。

**14、我了解到口腔医疗行业普遍存在口腔人才短缺的问题，想了解一下贵公司是否也面临同样的挑战？公司是否有相应的人才引进和培养计划？另外，对于行业内的竞争，公司是否有独特的人才吸引和留住策略？**

尊敬的投资者，您好。公司坚持“人才是企业的第一资源，对人才的投资就是战略投资”的人才经营理念，一直非常重视干部人才队伍的建设和储备工作。在青年人才的培养上公司持续开展“抗敏感青年计划”进行梯队人才的培养，对于新业务、新产品、新渠道公司也非常注重储备相应的专业人才，近几年公司陆

续引入了战略发展需要的智能口腔、口腔医疗器械领域高端人才。

为了让人才在登康价值最大化，公司优化能力模型及任职资格标准，制定系统的人才培养计划，加大人才培养力度；构建以价值创造和业绩贡献为核心的考评及激励机制，建立起科学、公正、公平、可量化、可衡量的绩效考评管理体系，全面提升人力资源效能，充分激发员工干事创业的积极性、主动性和创造性；努力培育和打造口腔健康与美丽领域高素质、高效能的人才队伍，让人人成为“经营者”，形成人才壁垒，真正将公司从人力资源管理提升到人力资本管理，为实现公司战略目标提供坚强的人才保障。感谢您的关注。

**15、您好，想请教一下公司：（1）公司冷酸灵品牌牙膏的核心价格带是多少？（2）主品牌双 11 表现情况？（3）公司如何看未来抗敏感牙膏市场规模和格局的变化？抗敏感功效作为一个成熟概念，渗透率提升很慢且后续无相关催化，行业增速较慢，而公司的份额已达很高水平，后续公司规模为进一步扩张增长点主要在哪里？谢谢**

尊敬的投资者，您好。电商双 11 期间，登康口腔聚焦核心品类，拓展平台布局，优化产品结构，在淘系、抖音、京东等核心电商平台持续发力，大促全网销售圆满达成预期目标。感谢您对公司的关注，我们会倍加努力，力争做得更好！

**16、对于公司的固废处置业务，公司处理的固废原料主要来自哪里？是否有特定的合作伙伴或供应链？另外，公司在固废处置过程中是否采用了特殊的技术或方法来提高处理效率和环保性能？谢谢！**

尊敬的投资者，您好。公司固废处置业务分为一般固废处置和危废处置。

一般固废处置：一般固废原料主要来自污水处理站污泥、生产过程中报废的膏体、废旧纸箱、废包装物等。污泥和膏体的处置，通过竞争性比选交由具有资质的第三方合规进行处理；废纸

箱、废包装物的处置，通过竞争性比选交由具有资质的第三方进行综合利用。处置过程中未采用特殊的技术或方法。

危废处置：危废原料主要来自设备维护保养过程中产生的废机油、废润滑油、废棉纱手套等以及实验室实验过程中产生的废药品、废药品包装物等。危废的处置，通过竞争性比选交由具有资质的第三方进行焚烧、回收处置。

感谢您的关注。

**17、近期口腔医疗行业的政策环境发生了一些变化，比如集采政策的实施和价格调控等。这些变化对于重庆登康口腔护理用品股份有限公司的业务发展会有什么影响？公司是否已经制定了相应的应对策略？另外，我还想知道公司在面对这些政策变化时，是否有考虑到行业的长远发展和竞争优势的保持？谢谢！**

尊敬的投资者，您好。近期医疗行业的政策环境变化，未对公司的经营发展带来影响。未来，公司将积极稳妥推进企业向口腔医疗产业战略延伸，致力于成为口腔健康与美丽产业的引领者。感谢您的关心与关注。

**18、请问董秘，公司何时特别是在智能口腔新赛道，将加大对 AI 芯片、无刷马达、充电锂电池和电路板等核心电子元器件的持续投入，打造数字化智能口腔系列产品；在口腔医疗与美容新品类，围绕牙齿脱敏、正畸、整形等领域，布局牙科脱敏糊剂、口腔溃疡含漱液等口腔医疗器械产品，积极培育壮大医疗级口腔生物材料新产业。**

尊敬的投资者，您好。公司持续加大对智能口腔产品、口腔医疗与美容护理产品的研发投入，已在无刷电机，静音电机，电路板设计、口腔医疗与美容护理以及相关领域申请多项相关专利，其中包含电机等核心发明专利。未来公司每年持续加大在相关领域的投资并积极吸收业内优秀人才，并将持续研发并推出具有核心竞争力的新产品。感谢您的关注。

**19、请问公司有没有布局口腔医院的计划？**

尊敬的投资者，您好。公司与口腔医院等科研院所合作开展了口腔大健康领域、牙齿疾病机理、中药在口腔领域现代化应用

等多学科、多维度、多层次的产学研医协同创新合作；未来，公司将积极稳妥推进企业向高端制造和口腔医疗、口腔美容服务产业战略延伸，致力于成为口腔健康与美丽产业的引领者。感谢您对登康口腔的关心关注。

**20、根据公司发布的三季度报告，我们注意到公司的营业收入和净利润增速相对较低。在这种情况下，我们想了解一下公司对于未来的发展有何规划和策略？是否有计划加大市场推广和销售力度，以提升公司的业绩表现？另外，公司是否有考虑进一步拓展新的市场，以降低对现有市场的依赖性？谢谢！**

尊敬的投资者，您好！2023年1-9月，登康口腔的经营业绩保持稳健成长，未来，公司将继续坚持“咬定口腔不放松，主业扎在口腔中”的聚焦战略，持续强化产品创新，聚焦品牌专业化、年轻化和国民化，进行品牌核心价值构建和产品结构全面升级，精耕分销、强化KA、电商和新零售并举、拓展新渠道，以实现市场份额的持续突破，带来营收和利润的持续增长。同时，公司将积极稳妥推进企业向高端制造和口腔医疗、口腔美容服务产业战略延伸，致力于成为口腔健康与美丽产业的引领者。感谢您的关心与关注。

**21、请问公司是否有布局化妆品市场？**

尊敬的投资者，您好。公司主要产品包括牙膏、牙刷、漱口水等口腔清洁护理用品，同时涵盖电动牙刷、冲牙器等电动口腔护理用品，口腔抑菌膏、口腔抑菌护理液等口腔卫生用品，以及牙齿脱敏剂等口腔医疗器械，形成了成人基础口腔护理产品、儿童基础口腔护理产品、电动口腔护理产品、口腔医疗与美容护理产品等四大产品矩阵。未来，公司将沿着“口腔大健康”主线，积极发展包括口腔护理、口腔医疗、口腔美容、口腔资本管理在内的四大业务板块，持续提升公司在口腔健康与美丽领域的综合服务能力。感谢您的关注！

**22、请问作为一家知名口腔护理企业！公司现在已经有了哪些品牌？**

尊敬的投资者，您好。目前，公司旗下拥有核心品牌“登康”“冷酸灵”，以及高端专业口腔护理品牌“医研”、儿童口腔护理品牌“贝乐乐”、高端婴童口腔护理品牌“萌芽”，为各年龄段消费人群提供专业化、个性化的高品质口腔护理产品。感谢您的关注。

**23、上半年公司线下各渠道销售实现全面增长，能否具体介绍一下是哪些渠道实现了增长？这些渠道的增长主要是由于什么原因引起的？另外，公司是否有进一步的计划来推动线下渠道的发展？谢谢！**

尊敬的投资者，您好！公司一直坚持“精耕分销、强化 KA、电商和新零售并举、拓展新渠道”的全渠道协同发展的渠道发展策略，并抓住了消费者从“到店”转向“到店+到家”的购物习惯变化的趋势，在上半年线上线下渠道均实现了增长，具体情况请以公司相关公告为准。感谢您的关注。

**24、公司在上半年加大了数字化媒介矩阵建设和投放，这些投放是否带来了预期的效果？数字化媒介投放是否对公司品牌影响力的提升起到了积极作用？另外，能否详细说明一下数字化媒介投放的具体效果，比如在用户增长、用户参与度、品牌知名度等方面的表现如何？**

尊敬的投资者，您好。公司坚持聚焦“三品三化”发展战略，活化品牌年轻的口腔专家形象，提升品牌价值，深化内容精耕，打造品效一体化模式，加速品牌全域数字化营销转型。2023年上半年，公司借势代言人整合营销、代言人大剧营销和全域全渠品牌传播造势，焕新品牌年轻化形象，提升品牌在年轻消费群体中的认知和影响力。其中，新春整合营销全网总曝光量达 106 亿，新春品牌片《角儿》荣获第十六届金投赏金奖。2023 年公司品牌会员数字化广场继续秉承以“用户运营为中心”向私域 2.0 升级，强化用户运营赋能全域营销，扩大并沉淀品牌用户资产，品牌会员突破百万，品牌私域项目获 2023 微信公开课 PRO 活动“数字化先锋企业”奖。同时，携手行业众多专业机构与知名专家教授，正式发布《中国口腔健康发展报告（2022）—老年人口

腔健康状况》，获得了行业内的高度认可，强化了品牌的专业形象，提升品牌专业壁垒。感谢您的建议和关注。

**25、登康口腔护理用品股份有限公司的数字化转型计划是什么？公司计划如何利用数字化技术来提升口腔医疗服务的质量和客户体验？是否有具体的措施和策略来实现这一目标？在数字化转型过程中，公司是否面临着哪些挑战和障碍？**

尊敬的投资者，您好。登康口腔高度重视以大数据智能化为引领的数字化转型工作。紧紧围绕建设高效敏捷的数字化、智能化旅游观光工厂的总体目标，坚持以消费者体验为中心、以满足市场差异化需求为导向、以提高产品品质和生产效率为重点、以有效控制成本为保障、以大数据智能化等现代信息技术为引擎，着力推进企业提升客户体验，重塑业务流程，优化运营管控，创新经营模式，探索企业数字化转型的新平台、新机制和新模式。切实推动企业全面实现营销互联网化、研发数字化、生产智能化、管理信息化的转型升级，助推登康实现更高质量发展。目前，公司的数字化转型工作进展顺利，成效显著。感谢您的关注！

**26、请问公司在过去一年的研发投入情况如何？是否有新的技术创新或产品研发计划？这些研发投入是否能够提升公司的竞争力和市场份额？**

尊敬的投资者，您好。2022年公司研发费用4,013.44万元，同比增长13%。公司坚持“生产一代、研发一代、储备一代”的产品研发机制，持续打造研发创新优势，筑牢研发创新护城河，积极构建登康特色“创新链”，不断强化抗敏感领导地位，持续推进口腔抑菌新技术、智能口腔电器的基础研究及专利布局等。研发投入不断增长将持续提升公司竞争力和发展优势，感谢您的关注。

**27、针对公司在口腔健康领域的愿景，我想了解一下公司在该领域的研发投入情况。公司是否有自主研发的核心技术或产品？另外，公司在口腔健康领域的市场地位如何？是否有与竞争对手的差异化竞争策略？**

尊敬的投资者，您好。2022 年公司研发费用 4,013.44 万元，同比增长 13%。公司一直坚持并重视核心技术的引领和持续创新，已取得行业特有的双重抗敏感技术和生物陶瓷材料技术（国家发明专利），生物陶瓷材料具有生物活性高、比表面积大的特点。临床验证表明，该技术能有效修复牙齿损伤，围绕该材料累计申请专利 10 余件，起草行业标准 1 项，起草团体标准 1 项，以此技术为核心支撑形成了现有医研高端产品平台。含钾盐和锶盐的双重抗敏感发明专利技术，是从修护和舒缓双途径解决牙齿敏感问题的专利技术。经四川大学华西口腔医学院临床验证，双重抗敏感效果显著，引领和推动了行业技术进步。近三年，“冷酸灵”牙膏在抗牙齿敏感领域拥有 60%左右的线下零售额市场份额，是中国抗敏感牙膏细分市场的领导者，形成了与竞争对手的差异化竞争策略。感谢您的关注。

**28、登康口腔的主打产品是冷酸灵，但是数据显示，抗敏感类牙膏在牙膏市场的占比并不高，且增长幅度有限。公司如何看待这一情况？是否有计划推出其他类型的牙膏产品以拓展市场份额？另外，公司是否有考虑与口腔医院或者牙科专家合作，推出针对特定口腔问题的定制化牙膏产品？**

尊敬的投资者，您好。根据尼尔森零售研究数据显示，2017-2021 年，抗敏感牙膏市场规模和重要性持续增长，2021 年我国线下渠道抗敏感牙膏的市场零售规模达 27.48 亿元，相比 2020 年增长 2.35%，成为牙膏品类中第三大线下细分市场，市场份额占比达到 10.65%。近年来，消费者对强功能产品需求显著提升，驱动抗敏感牙膏持续领涨品类。抗敏感市场份额持续增长，且增速高于牙膏行业整体和美白、牙龈护理等细分品类。

公司口腔护理业务重点聚焦抗敏感功能领域，打造了以抗敏感为核心，构建“1+X”抗敏感多维度技术布局和针对儿童、婴童、老年等特殊人群口腔问题的细分领域的技术布局，不断强化和丰富产品矩阵，全方位满足不同消费者多样化、差异化需求。

同时，公司依托国家级博士后工作站人才创新基地，并联合华中科技大学生命科学与技术学院、四川大学华西口腔医学院、重庆

医科大学附属口腔医院、西南大学药学院等高校和科研院所合作开展口腔大健康领域、牙齿疾病机理、中药在口腔领域现代化应用等多学科、多维度、多层次的产学研医协同创新合作。感谢您的关注。

**29、您提到公司致力于为大众提供口腔健康与美丽整体解决方案,那么公司在口腔大健康全产业链市场的布局如何?公司在该领域有哪些核心竞争优势?未来是否有进一步扩大市场份额的计划?**

尊敬的投资者,你好。公司主要从事口腔护理用品的研发、生产与销售,主要产品包括牙膏、牙刷、漱口水等口腔清洁护理用品,同时涵盖电动牙刷、冲牙器等电动口腔护理用品,口腔抑菌膏、口腔抑菌护理液等口腔卫生用品,以及牙齿脱敏剂等口腔医疗器械,形成了成人基础口腔护理产品、儿童基础口腔护理产品、电动口腔护理产品、口腔医疗与美容护理产品等四大产品矩阵,从口腔清洁护理用品领域向电动口腔护理用品、口腔卫生用品及口腔医疗器械用品等领域丰富壮大,以满足消费者更加个性化、专业化的需求。未来,公司将沿着“口腔大健康”主线,积极发展包括口腔护理、口腔医疗、口腔美容、口腔资本管理在内的四大业务板块,持续提升公司在口腔健康与美丽领域的综合服务能力,进一步优化和丰富口腔护理产品线,积极拓展智能口腔、口腔美容、口腔医疗等相关产品及服务产业,不断扩大公司的经营规模、市场占有率和综合竞争力,努力发展成为世界领先口腔健康专家,为大众带来自信美丽笑容。感谢您的关注。

**30、公司我注意到公司在上半年加大了全域全渠的立体化营销网络建设,我想了解一下公司线上渠道的增长情况。在线上渠道方面,公司是否有进一步扩大线上产品多品类、全覆盖的计划?希望能听到您对公司线上渠道发展的详细介绍和未来规划。谢谢!**

尊敬的投资者,您好!登康口腔通过全域全渠的立体化营销网络建设,持续进行线上渠道的建设与优化,形成了多平台、多渠道、多店铺协同发展的渠道网络,为消费者提供更广、更便捷

的购买渠道，推进多品类、全覆盖的发展规划，公司未来业务发展具体规划请以公告为准。感谢您的关心关注。

**31、董秘您好。请问公司目前的营收线上渠道占比多少？今年双十一公司主要产品销售表现怎么样？**

尊敬的投资者，您好。截至 2023 年上半年，公司电商及其他的收入占比为 23.02%。公司以消费者需求为导向，通过实施三品三化品牌策略，以抗敏感专业化为基础，积极拓展品类结构，布局产品矩阵，提升品牌形象，满足消费者个性化需求，线上渠道份额稳步提升。电商双 11 期间，登康口腔聚焦核心品类，拓展平台布局，优化产品结构，在淘系，抖音，京东等核心电商平台持续发力，大促全网销售圆满达成预期目标。感谢您对公司的关注，我们会倍加努力，力争做得更好！

**32、您好！我注意到登康口腔在上半年实现了营收和净利润的双增长，但是牙膏产品的收入比重有所下降，牙刷产品的收入比重有所上升。请问公司对于这种变化有何解释？是否存在产品结构调整的情况？另外，公司对于牙膏产品的收入下降是否有相应的应对措施？是否有计划进一步提升牙刷产品的市场份额？谢谢！**

尊敬的投资者，您好！公司上半年牙膏和牙刷营收均同比增长，其中牙刷营收增长较大，相应牙刷收入占比提高，公司产品结构进一步得到优化，感谢您对公司的关注。

**33、公司的口腔护理产品是否有进行研发和创新？是否有新的产品即将推出或已经推出市场？对于公司未来的增长有何期待？**

尊敬的投资者，您好！公司坚持聚焦口腔大健康领域，瞄准口腔科技前沿，不断强化抗敏感领导地位，持续推进口腔抑菌新技术、智能口腔电器的基础研究及专利布局。2023 上半年，公司完成牙膏新品开发上市 4 个，儿童声波电动牙刷 4 款；冷酸灵专研（益生菌）抗敏感牙膏、冷酸灵牙齿脱敏剂、专研漱口水及口腔抑菌膏等 6 个产品被评为重庆市级新产品。感谢您的关注。

	<p><b>34、我注意到有投资者关注贵公司在口腔医疗领域的发展计划。请问贵公司在开设口腔专科医院方面是否有合作伙伴？未来的口腔医疗战略是怎样的？是否有具体的计划和时间表？</b></p> <p>尊敬的投资者，您好。公司目前还未开设口腔专科医院。未来，公司将积极稳妥推进企业向口腔医疗产业战略延伸，致力于成为口腔健康与美丽产业的引领者。感谢您的建议和关注。</p> <p><b>35、贵公司在口腔美容服务产业战略延伸方面，是否有独特的技术或产品，以及与其他美容机构合作或收购的考虑？请问贵公司在口腔美容方面的竞争优势是什么？对于这一战略延伸，贵公司是否有具体的目标和计划？</b></p> <p>尊敬的投资者，您好。未来，公司将积极稳妥推进企业向口腔美容服务产业战略延伸，致力于成为口腔健康与美丽产业的引领者。感谢您的建议和关注。</p>
附件清单(如有)	
日期	2023-11-17