



重庆登康口腔护理用品股份有限公司  
**2023年年度报告摘要**

股票代码：001328

证券代码：001328

证券简称：登康口腔

公告编号：2024-006

# 重庆登康口腔护理用品股份有限公司 2023 年年度报告摘要

## 一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以公司实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 6.5 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

## 二、公司基本情况

### （一）公司简介

股票简称	登康口腔	股票代码	001328
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	不适用		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	杨祥思	葛磊	
办公地址	重庆市江北区海尔路 389 号	重庆市江北区海尔路 389 号	
传真	023-67012679-2686	023-67012679-2686	
电话	023-67015789	023-67015789	
电子信箱	ir@dencare.com.cn	ir@dencare.com.cn	



(二) 报告期主要业务或产品简介



1. 产品及业务

产品矩阵	种类	产品系列	产品介绍	产品图片
成人基础口腔护理		医研平台	该平台产品是公司高端、专业的代表性产品，均采用具有临床研究的产品技术，专为有特定口腔问题困扰的用户开发，包括医研抗敏专效修护牙膏和医研抗敏即速60s 牙膏，分别解决修护牙齿受损部位、60 秒快速缓解牙齿敏感酸冷的牙齿敏感问题。	 <p>冷酸灵 医研抗敏 MEDIPAIR ANTI-SENSITIVITY 即速60s</p> <p>60秒起效 迅速缓解敏感</p> <p>冷酸灵 医研抗敏 7天 修护敏感酸冷牙齿</p> <p>中国发明专利</p>
		专研平台	采用自主研发的“舒缓+修护”的双重抗敏感技术（硝酸钾舒缓因子+氯化锶修护因子），一重功效舒缓牙齿敏感，二重功效修护敏感牙齿。基于牙齿敏感用户存在多种口腔问题的现状，以“1+X”的抗敏与其他产品功能组合，满足多样化的功能需求，解决用户复合的口腔问题。	 <p>冷酸灵</p>
	成人牙膏	预护平台	在含抗敏感功效成分的基础上，开发以美白、护龈、口气清新等年轻用户需求较强的产品需求系列，满足牙齿敏感不严重的年轻用户预防牙齿敏感和日常的口腔清洁护理需求。 同时，采用突破创新的直立按压泵式包装，革新了牙膏产品的包装形式和使用方式，主打时尚、新颖、便捷的特性，深受年轻时尚人群喜爱。	 <p>冷酸灵 光感美白 溶渍美白 抵御色素</p> <p>冷酸灵 光感美白</p> <p>冷酸灵 积雪草草本萃取物 减轻牙龈问题</p> <p>冷酸灵 极地炫白“泵”发自信</p> <p>冷酸灵 底部上移 更优品质</p>
		基础平台	冷酸灵持续经营的经典抗敏感牙膏，在第一代抗敏感技术的基础上焕新升级，同时开发清火、防菌、固齿护龈、健齿护龈等产品系列。	 <p>NEW 全新上市 冷酸灵 抗敏感 底部上移 更优品质</p> <p>包装升级 提升用户体验</p>

	成人牙刷	<p>围绕冷酸灵抗敏感的核心定位，减少外源性刺激，结合牙刷的柔软特性，结合护敏的功能、治愈的情感两方面需求，开发不同刷毛的柔软度、个性颜值的产品，同时包含护敏、抗敏、炭洁等不同细分功能需求，特色产品有猫爪刷、专研密泡刷等牙刷系列。</p>	
儿童基础口腔护理	儿童牙膏	<p><b>贝乐乐儿童牙膏</b> 针对 0-12 岁不同年龄段儿童口腔的发育特点和行为习惯，甄选优质原料，添加冻干技术益生菌、科学微氟，搭配合趣玩法、独特包装形态，增强刷牙趣味，预防儿童口腔蛀牙问题，助力儿童养成良好的口腔护理习惯。 包含百分优护、安心优护、成长优护三大儿童牙膏系列，特色产品有贝乐乐按压式儿童牙膏、5 彩星期儿童牙膏套装、医研防龋儿童牙膏等。</p> <p><b>萌芽婴幼儿牙膏</b> 专业针对 0-8 岁幼龄儿童开发，定位“科学守护宝宝健康口腔小世界”，让宝宝从萌芽开始拥有健康口腔生态。针对性开发温和泡泡、定量释放的泡沫泵式牙膏，以及安全防龋牙膏系列。</p>	
	儿童牙刷	<p><b>贝乐乐儿童牙刷</b> 甄选产品用料，使用安全卫生；根据儿童不同年龄段的口腔发育情况对应设计产品尺寸、植毛方式，刷丝搭配等，给儿童提供多档分级精细护理。 包含百分优护、安心优护、成长优护三大系列产品，打造出百分宠爱（猫爪刷）、百分糖趣（糖果刷）等创意单品。</p> <p><b>萌芽婴幼儿牙刷</b> 专业针对 0-8 岁幼龄儿童开发，定位“科学守护宝宝健康口腔小世界”，让宝宝从萌芽开始拥有健康口腔生态。根据 0-2 岁 2-5 岁、5-8 岁儿童口腔发育特点，开发硅胶指套、次抛性洁牙棉签，以柔软、安全的硅胶全包裹儿童牙刷，提供一站式低幼儿童口腔护理解决方案。</p>	
电动口腔护理	电动牙刷	<p>围绕冷酸灵抗敏感核心，电动牙刷定位“净护平衡”，高效清洁、温柔护龈，有天地、日月、云海三个系列电动牙刷。从马达动力与振动频率，到不同刷头与刷毛类型，再到差异化的功能模式，给口腔清洁护理带来更智能、更舒适、更高效的口腔护理体验。</p>	



				
	冲牙器		<p>冷酸灵云海系列便携式冲牙器 采用约 1250 次/分钟高频脉冲，深入刷牙盲区，精准清洁齿缝、牙龈沟及牙套缝的食物残渣；轻柔、点喷、标准三档功能模式满足不同人群的使用需求；搭配 3 秒渐强和软胶喷头，呵护敏感口腔，适合冲牙器新手及敏感口腔人群使用。</p>	
	儿童电动牙刷		<p>冷酸灵贝贝乐儿童声波电动牙刷 秉承“安心呵护 乐享刷牙”的品牌理念，从儿童的口腔特点和刷牙习惯出发，工业设计结合儿童喜欢的太空元素，造型萌趣，采用微气泡声波振动技术，帮助小朋友更好实现口腔清洁并改善“刷牙盲区”问题，适配超软刷毛，细腻呵护宝宝稚嫩牙齿，彩虹灯设计，帮助改善小朋友不爱刷牙的问题，陪伴小朋友尽享刷牙乐趣。</p>	
口腔医疗与美容护理等产品	口腔医疗器械	牙齿脱敏剂	<p>牙齿脱敏剂作为第二类医疗器械，可用于术前预防性脱敏、术后脱敏修复及术间家庭式治疗，常见于医生术前、术中和术后推荐患者使用。</p>	
	口腔卫生用品	口腔抑菌系列	<p>针对消费者的口腔抑菌需求，推出口腔抑菌膏、口腔抑菌护理液等口腔卫生用品，对金黄色葡萄球菌、大肠杆菌、白色念珠菌等有抑制作用，可满足消费者刷牙与漱口多方面的抑菌需求。</p>	
	口腔卫生用品	正畸护理系列	<p>针对正畸人群的特殊需求，开发出适合钢丝托槽正畸及隐形正畸人群使用的凹型正畸牙刷、前凸型正畸牙刷、牙周护理牙刷、小尖头单束刷、正畸保持器清洁片等产品，满足消费者差异化、个性化的需求。</p>	
	口腔美容与专业护理用品	牙线系列	<p>1、银离子抑菌牙线棒 抑菌率) 99%，独立单支卫生包装，帮助消费者深入清洁牙缝。 2、专研双线深洁牙线棒 双重细滑线，线体含竹炭微粒，帮助消费者有效清洁齿缝，助力口气清新。</p>	

	漱口水系列	针对口腔健康要求更高的人群开发，在口气清新的基础上，开拓不同功效、不同口味、不同包装形式的漱口水系列，满足不同人群的深化护理需求。形成了医研抑菌（玻尿酸精华+99%减菌配方）、专研抗敏（16 小时长效清新+益生菌+抗敏修护+多功效复配配方）、温和清新（0 酒精+多口味）三大漱口水系列产品，以及个性化的猫爪杯漱口水。	
	口腔喷雾	针对年轻时尚人群开发，采用全新“口红式”旋转包装和高雾化喷头设计，搭配 3 种不同口味复调果香，清新口气且便于替换；含玻尿酸精粹精华，滋养口腔；0 酒精、减菌配方，温和不刺激，维护口腔健康。	

2. 经营模式

(1) 研发模式

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，把加强技术创新体系建设作为激发技术创新内在动力和提高自主创新能力的根本保障，着力创建以市场为导向、以企业为主体，坚持自主创新和产学研医协同创新四位一体研发模式。

① 自主创新体系

公司采用创新开发消费者和业务研究（Consumer & Business Research, CBR）体系，根据企业战略制定产品战略及规划，理解市场环境，识别和选择业务机会，并转化为投资组合和业务计划，通过异步开发模式、跨职能团队和结构化的并行开发流程，将产品成功推向市场，实施生命周期管理以实现业务管理目标。新产品开发阶段的总体流程可分为提出概念、研发计划、开发阶段、放大与验证、投入生产及产品生命周期管理 6 个阶段。

② 协同创新体系

公司在发挥自主创新优势的同时，构建产学研医合作创新平台，打造协同创新生态链。一方面，依托国家级博士后科研工作站、重庆市博士后科研工作站人才创新基地，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、上海交通大学重庆研究院、新加坡国立大学重庆研究院等高校和科研院所吸引和招募国内外优秀专业人才，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；另一方面，设立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为首的海智工作站，引领在口腔专业领域和医疗领域的持续性、开创性、创新性工作。

(2) 采购模式

公司自主采购的原材料主要包括二氧化硅、山梨（糖）醇等化工原料，香精香料，牙膏管、包装盒、纸箱等包装材料及辅材备件。公司各类原材料实施集中统一采购，按照《物资及服务采购管理办法》，以招标、竞争性比选、议价、追加采购等形式，确定物料的年度供应商及价格。依据不同类别物料的特性以及需求计划，公司主要有四种采购模式：MRP 采购模式、再订货点采购模式、寄售采购模式、辅材备品网络平台采购模式。

公司建立了完善的供应商管理制度，从供应商开发、评审、批准、考核形成完整的动态管理体系。公司建立合格供应商目录，从源头控制原材料质量和供应风险。公司持续收集市场行情数据，建立物料价格信息库，从不同侧面分析主要原料及上游原料的市场价格变化及未来走势，用于指导采购成本控制工作。

(3) 生产模式

公司的产品生产主要采取自主生产和委托生产两种模式。自主生产：由公司自行完成产品的研发及外包装设计，按照工艺技术要求和质量标准，采购原、辅材料，依靠自有设备和人员组织生产；委托生产模式：公司在完成产品的研发

及外包装设计后，通过招标选择满足条件的受托生产企业，由受托生产企业按照约定的工艺技术要求和质量标准，自主采购部分或全部原材料，依靠受托生产企业的设备及人员组织生产，公司通过全流程信息化系统管理，来保证委托生产产品质量的一致性。

报告期内，公司产品中的医研平台、专研平台、预护平台、儿童系列以及部分基础平台牙膏、口腔卫生用品和医疗器械类产品以公司自主生产为主，部分需求量较大的基础及预护平台牙膏，以及牙刷、电动牙刷等其他口腔清洁护理用品主要采用委托生产方式。通过与受托生产企业稳定的合作，形成对公司本部产能的有效补充和产品种类的丰富。

#### (4) 销售模式

公司产品的最终客户为全国广大消费者，直接客户为各地经销商、超市、百货及以天猫、抖音为主的电商平台。公司构建了以经销模式、直供模式与电商模式为主的营销网络体系。其中：采用经销模式覆盖的终端渠道有部分 KA 渠道（包括连锁大卖场及连锁商超渠道）、分销渠道（包括中小型超市、社区店、日杂店等）、新零售以及特通渠道（包括社区团购、母婴店等）；采用直供模式覆盖部分 KA 渠道及团购客户；采用电商模式实现了电商渠道及平台的快速拓展。随着终端渠道日益碎片化的发展，公司针对不同终端渠道制定了不同的运作模式和策略，实现了全国各级区域市场及渠道的高效覆盖，使产品更快、更广、更多地触达消费者，进一步提高了品牌知名度和渗透度，扩大了市场占有率，为公司未来口腔大健康产业的发展提供更多助力。

### (三) 主要会计数据和财务指标

#### 1. 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	2023 年末	2022 年末	本年末比上年末增减	2021 年末
总资产	1,868,846,827.00	1,017,942,306.12	83.59%	963,705,050.42
归属于上市公司股东的净资产	1,405,266,911.02	542,280,126.94	159.14%	508,710,676.83
	2023 年	2022 年	本年比上年增减	2021 年
营业收入	1,375,779,690.67	1,313,330,262.51	4.76%	1,142,524,776.46
归属于上市公司股东的净利润	141,296,591.71	134,611,084.11	4.97%	118,859,137.72
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	106,343,012.57	104,713,692.47	1.56%	96,893,409.48
经营活动产生的现金流量净额	150,780,838.32	83,510,220.57	80.55%	72,879,998.20
基本每股收益（元/股）	0.88	1.04	-15.38%	0.92
稀释每股收益（元/股）	0.88	1.04	-15.38%	0.92
加权平均净资产收益率	11.97%	26.03%	-14.06%	21.52%

#### 2. 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	342,674,231.37	324,147,034.15	344,427,127.95	364,531,297.20
归属于上市公司股东的净利润	32,280,888.61	33,688,256.47	41,698,192.85	33,629,253.78
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	28,253,071.97	23,693,059.82	34,914,082.77	19,482,798.01
经营活动产生的现金流量净额	3,622,671.66	28,700,480.06	62,786,507.52	55,671,179.08

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

## (四) 股本及股东情况

## 1. 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股 股东总数	22,771	年度报告披露日前 一个月末普通股股 东总数	20,607	报告期末表决 权恢复的优先 股股东总数	0	年度报告披露日前一 个月末表决权恢复的 优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售 条件的股份 数量	质押、标记或冻结 情况		
					股份状态	数量	
重庆轻纺控股（集团）公司	国有法人	59.83%	103,012,300.00	0	不适用	0	
广东温氏投资有限公司	境内非国有法人	6.07%	10,456,900.00	0	不适用	0	
重庆本康贰号企业管理合伙企业 （有限合伙）	境内非国有法人	3.69%	6,360,200.00	0	不适用	0	
重庆本康壹号企业管理合伙企业 （有限合伙）	境内非国有法人	3.67%	6,313,200.00	0	不适用	0	
重庆百货大楼股份有限公司	境内非国有法人	1.74%	2,987,700.00	0	不适用	0	
香港中央结算有限公司	境外法人	0.44%	756,563.00	756,563	不适用	0	
阿拉丁健康管理（北京）有限公司	境内非国有法人	0.24%	420,000.00	420,000	不适用	0	
长江证券股份有限公司	国有法人	0.22%	385,000.00	385,000	不适用	0	
中国建设银行—宝康消费品证券投资 基金	其他	0.22%	380,084.00	380,084	不适用	0	
沈亚芬	境内自然人	0.21%	353,400.00	353,400	不适用	0	
上述股东关联关系或 一致行动的说明	公司股东本康壹号、本康贰号为公司核心骨干员工持股平台，均由本康管理担任执行事务合伙人。渝富控股通过国有股权无偿划转方式收购轻纺集团 80% 股权，重庆百货作为渝富控股的一致行动人同时被认定为收购人。除此之外，公司未知上述其他股东之间是否存在关联关系，也未知上述其他股东之间是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。						
参与融资融券业务股 东情况说明（如有）	（1）公司股东沈亚芬除通过普通证券账户持有 0 股外，还通过浙商证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 353,400 股，实际合计持有 353,400 股； （2）公司股东艾朝辉除通过普通证券账户持有 140,000 股外，还通过中信证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 150,000 股，实际合计持有 290,000 股； （3）公司股东吴天功除通过普通证券账户持有 5,000 股外，还通过华创证券有限责任公司客户信用交易担保证券账户持有 169,438 股，实际合计持有 174,438 股； （4）公司股东卢坤除通过普通证券账户持有 0 股外，还通过中信证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有 150,000 股，实际合计持有 150,000 股； （5）公司股东邱明霞除通过普通证券账户持有 0 股外，还通过华创证券有限责任公司客户信用交易担保证券账户持有 150,000 股，实际合计持有 150,000 股。						

前十名股东参与转融通业务出借股份情况

 适用  不适用

前十名股东较上期发生变化

 适用  不适用

单位：股

前十名股东较上期末发生变化情况					
股东名称（全称）	本报告期 新增/退出	期末转融通出借股份且尚未 归还数量		期末股东普通账户、信用账户持股及转 融通出借股份且尚未归还的股份数量	
		数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
香港中央结算有限公司	新增	0	0.00%	756,563	0.44%
阿拉丁健康管理（北京）有限公司	新增	0	0.00%	420,000	0.24%
长江证券股份有限公司	新增	0	0.00%	385,000	0.22%
中国建设银行—宝康消费品证券投资 基金	新增	0	0.00%	380,084	0.22%
沈亚芬	新增	0	0.00%	353,400	0.21%

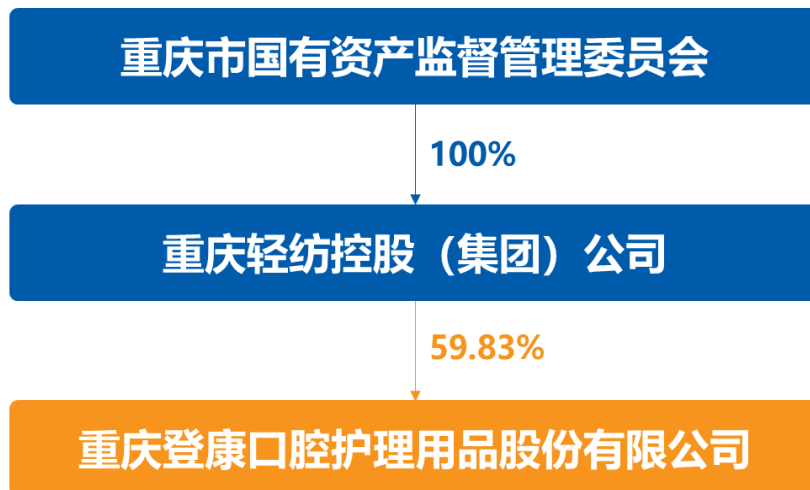


## 2. 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

## 3. 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



注：（1）根据《重庆市人民政府关于印发重庆市划转部分国有资本充实社保基金实施方案的通知》（渝府发〔2020〕23号），重庆市财政局、重庆市国有资产监督管理委员会、重庆市人力资源和社会保障局于 2020 年 11 月 25 日出具《关于庆铃汽车（集团）有限公司等 8 户企业划转部分国有资本事项的通知》，公司实际控制人重庆市国资委将其持有的公司控股股东轻纺集团 10% 的国有股权划转至重庆市财政局用于充实社保基金。重庆市财政局享有所划入轻纺集团股权的收益权、处置权和知情权，但不干预企业日常生产经营管理，不向轻纺集团派出董事，该次划转不改变轻纺集团原有国有资产管理体制。截至 2023 年 12 月 31 日，上述划转事项尚未办理工商变更登记；

（2）根据《重庆市国有资产监督管理委员会关于无偿划转重庆轻纺控股（集团）公司 80% 股权的通知》（渝国资〔2023〕379 号），重庆市国资委将持有的轻纺集团 80% 的股权无偿划转给渝富控股，具体内容详见公司于 2023 年 10 月 10 日披露的《重庆登康口腔护理用品股份有限公司关于股东权益变动的提示性公告》（公告编号：2023-037），该事项尚未完成工商变更登记。

### （五）在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

## 三、重要事项

不适用