

广州若羽臣科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2026-004

投资者关系活动类别	☒特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☒其他（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	广发证券股份有限公司 张望；广发证券股份有限公司 陈又铭；上海名禹资产管理有限公司 刘宝军；海南羊角私募基金管理合伙企业（有限合伙） 解睿；北京汉和汉华资本管理有限公司 郑佳林；荷全保险资管 王梦婷；国泰海通证券股份有限公司 杨柳；耕霖（上海）投资管理有限公司 曹慧；上海翀云投资管理有限公司 俞海海；浙商证券股份有限公司 罗晓婷；路博迈基金管理(中国)有限公司 吴瑾；中国国际金融股份有限公司 李茗蕙；方正证券股份有限公司 谷寒婷；国金证券股份有限公司 杨欣；上海彤源投资发展有限公司 张伟欣；国联民生证券股份有限公司 张倩；华西证券股份有限公司 许光辉；长江证券股份有限公司 曾维朵；开源证券股份有限公司 李昕恬；汇丰前海证券有限责任公司 罗燕莎；国元证券股份有限公司 李典；长信基金管理有限责任公司 刘亮；华泰证券股份有限公司 袁嘉会；沅京资本管理(北京)有限公司 汤晨晨；中国国际金融股份有限公司 黄蔓琪；东方财富证券股份有限公司 王越；东吴证券股份有限公司 郗越；中国国际金融股份有限公司 徐卓楠；瑞银证券有限责任公司 章颖；华泰证券股份有限公司 孙东阳；魔寓私募 范慧华；光大证券股份有限公司 苏晓珺；东方证券股份有限公司 郑紫舟；华鑫证券有限责任公司 孙山山；华西证券股份有限公司 杜磊；溪牛投资管理(北京)有限公司 王真忆；上海涌乐私募基金管理有限公司 王雨晴；研究所 袁锐；东北证券股份有限公司 李森蔓；光大

	证券股份有限公司 孙未未；瑞银证券股份有限公司 张筠宜；摩根士丹利亚洲有限公司 周顺怡；摩根士丹利亚洲有限公司 于建钰；上海万纳私募基金管理有限公司 杨君弈；国泰海通证券股份有限公司 闫清徽；本营国际有限公司 黄锐；华金证券股份有限公司 李鑫鑫；东方证券股份有限公司 陈笑；上海申银万国证券研究所有限公司 王盼；上海胤胜资产管理有限公司 刘博；长盛基金管理有限公司 郝征；长江证券股份有限公司 罗祎；方正证券股份有限公司 周昕；中国人保资产管理有限公司 李晴；长江证券股份有限公司 陈硕旸；恒洵投资 王晴；天风证券股份有限公司 都春竹；研究所 贺思源；南方基金管理股份有限公司 刘德斐；国盛证券研究所 程子怡；中信证券股份有限公司 何锦鹏；国泰海通证券股份有限公司 蔡昕好；中金公司 杨莹；国泰君安证券股份有限公司 訾猛；研究所 王笑飞；长城证券股份有限公司 吕科佳；cpe 付竹云；上海宽潭私募基金管理有限公司 戎勉；北京橡果资产管理有限公司 魏鑫；国海证券股份有限公司 李宇宸；中信证券股份有限公司 徐晓芳；开源证券股份有限公司 姚响；中邮证券有限责任公司 申晨宁；华源证券股份有限公司 李俏；华福证券股份有限公司 姚婧；浙商证券股份有限公司 周舒怡；华福证券股份有限公司 李文佳；财通证券股份有限公司 耿荣晨；研究所 杜玥莹、林子诺；中金公司 周迅；广发证券股份有限公司 嵇文欣；华安证券股份有限公司 周韵；汇丰晋信基金管理有限公司 吴莹莹；国信证券股份有限公司 孙乔容若；国盛证券股份有限公司 萧灵；长盛基金 郝征；国金证券股份有限公司 张宝晨；中泰证券股份有限公司 郑澄怀；浦银安盛基金管理有限公司 尹新悦；东吴证券股份有限公司 吴劲草；中信证券股份有限公司 杜一帆；中欧基金 韩佳伟
时间	2026年8月31日
地点	价值在线（ https://www.ir-online.cn/ ）网络互动
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书、财务总监 罗志青 投资者关系负责人 黄琳涵
投资者关系活动主要内容介绍	1、绽家下半年的品类拓展规划是什么？ 答：在产品方面,公司持续迭代现有产品，巩固香氛洗衣液、洗衣凝珠等细分品类的领先地位，同时发力柔顺剂等高潜品类，并积极推进专衣专护赛道的品类拓展，丰富衣物精细护理解决方案。品

	牌建设方面，公司深化代言人品牌赋能，探索多元 IP 联名合作，推动品牌持续破圈。个护板块新推出的洗手蜜等产品市场反响良好，后续将布局空间香氛品类，不断丰富香型选择。 2、关于保健品方面今年在新成分或新产品方面有哪些新的机会？ 答：上半年，公司精准捕捉到 S-雌马酚小粉瓶这一高潜力增量品类。该产品需求真实明确、体感反馈强烈、转化效率高，S-雌马酚小粉瓶位列京东雌马酚类目 TOP1，618 大促期间跻身抖音异黄酮必买榜 TOP1，上市以来表现亮眼。 从品类定位来看，S-雌马酚小粉瓶精准锚定绝经期女性群体，客群基数庞大。随着合成生物学技术的突破与应用，该成分成本显著下降，产业条件日趋成熟，为品类规模化放量奠定了基础。 此外，S-雌马酚小粉瓶亦展现出良好的品类连带效应。效果最佳的产品为小紫瓶，关注更年期养护的女性同时是抗衰需求最强烈的核心客群，小紫瓶作为口服抗衰领域极具影响力的单品之一，可自然承接同类人群。S-雌马酚小粉瓶的快速增长有效推动小紫瓶销售同步攀升。 3、奥伦纳素整合进展如何？ 答：自 4 月完成收购以来，公司迅速启动对奥伦纳素团队的系统诊断与组织重组，打破原有管理僵局，注入新的运营活力。一方面，识别并保留中美两地的核心骨干；另一方面，重新梳理国内外管理架构与职能分工，持续引进核心板块的高端人才。通过组织与人才的双轮驱动，确保全年国内外战略部署精准落地，推动生意健康、可持续增长。 产品端，完成全品类 SKU 梳理，筹备配方全面升级，以技术革新重塑核心竞争力，巩固品牌长期价值。深挖品牌百年历史底蕴，解锁稀缺传世资产：如心理皮肤学之父的开创性科研底蕴、欧洲皇室专属御用诊疗渊源，以及玛丽莲·梦露、奥黛丽·赫本终身私宠的独家背书，巩固品牌跨越世纪的深厚文化壁垒。同时，立足专业院线级护肤的深厚积淀，梳理精准化、体系化的传播策略，诠释其作为专业院线护肤领域的价值内核与独特美学主张，强化高端体验价值与品牌精神共鸣。 渠道方面，公司正式接手操盘天猫、抖音、京东等国内电商渠道，围绕全域协同高效布局，推动品牌声量与销售效能同步提升。公司自有的直播团队已基于品牌产品体系，完成达人分层投放方案
--	--

	及直播间运营脚本搭建。此外，跨境全球购渠道已同步上线，境外渠道增量逐步释放。品牌经营质量持续改善，阶段性整合成效逐步显现。 4、品牌管理业务持续超预期的原因是什么？ 答：上半年品牌管理业务实现营收7.85亿元，同比增长134.17%，营收占比34.35%。公司以全域精细化运营为核心，凭借成熟的品效销协同经验与全链路操盘能力，助力多个合作品牌在细分赛道持续领跑。在客户策略上，公司聚焦“少而精”的优质品牌合作，确保资源与精力集中投放于增长确定性较高的标的上。 以拜耳集团为代表的核心合作伙伴，基于对公司全链路运营能力的充分信任与授权，双方合作持续深化。公司得以在品牌管理中拥有更灵活的发挥空间，全面实施精细化操盘策略，紧抓细分市场高增红利，驱动品牌实现持续稳健增长。其中，康王品牌延续强劲增长态势，在抖音洗发水赛道稳居行业前五；贝乐欣品牌虽接手时间较短，但运营成效超出预期。 5、除了绽家和斐萃外，今年到明年公司还有哪些着重培育的品牌可以期待？ 答：绽家、斐萃、奥伦纳素均为集团自有品牌矩阵中的核心战略品牌，在公司品牌体系中占据同等重要的位置。公司以奥伦纳素为起点，积极探索海外品牌底蕴与本土深度消费者洞察、精细化运营能力及数字化能力的深度融合，着力构建“全球品牌力+本土放大”双轮驱动的发展模式，持续完善品牌矩阵建设。与此同时，公司有序推进自有品牌国际化进程，积极布局海外市场。 6、港股上市进展如何？ 答：公司目前已根据香港联交所要求于2026年4月27日更新递交了本次发行的申请材料，目前相关工作正在有序推进中，后续进展请以公司在指定信息披露媒体发布的公告为准。
附件清单（如有）	无
日期	2026年8月31日