

证券代码：300132

证券简称：青松股份

福建青松股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2021-002

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 checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 一对一沟通 <input type="checkbox"/> 其他____
参与单位名称及人员姓名	广发证券：嵇文欣 富国基金：王园园、章旭峰、刘莉莉、毛联永 汇添富： 杨璿、毛一帆、周晗 平安资产：顾军蕾、王晶、童飞 上投摩根：倪权生、杨景喻、朱晓龙
时 间	2021 年 3 月 15 日
地 点	上海市
上市公司接待人员	青松股份董事会秘书骆棋辉、监事会主席吴德斌、全资子公司诺斯贝尔董事欧阳汝正
投资者关系活动主要内容介绍	一、介绍环节 骆棋辉先生对公司业务进行了简要说明。 1、公司定位 公司定位为从传统的松节油深加工业务向化妆品以及大消费业务转型的科研、生产一体化企业。 2、2020 年业务发展情况 从公司已披露的 2020 年业绩预告来看，2020 年化妆品业务的营收和利润规模已超越松节油深加工业务。寄望于化妆品业务的市场成长空间及公司全资子公司诺斯贝尔发展现状，化妆品业务将

是公司未来战略规划以及资源投入的重点方向。

3、对 2021 年的展望

(1) 业务方面，公司在 2020 年对护肤品和消毒湿巾等产能进行了扩建，为 2021 年的业务扩张提供了产能基础。

(2) 在客户方面，2020 年增加了两个国际品牌客户，今年年初也在杭州成立了诺斯贝尔杭州分公司，以发掘和对接新品牌客户，2021 年我们会更加强调对客户的服务和扶持力度，与客户共同成长。

(3) 公司治理方面，2020 年下半年公司进行了董事会换届选举，董事会增加了熟悉化妆品业务的董事，未来公司会更加倚重化妆品业务对公司的发展贡献。

(4) 公司战略方面：一是持续强化研发优势，主动加大研发投入，储备产品，打造行业一流的研发体系；二是聚焦化妆品及周边行业，围绕化妆品大消费领域深耕发展。

二、主要互动内容

问 1：国际品牌、本土知名品牌和新锐品牌中哪些客户对诺斯贝尔的营收占比较大？客户结构有没有较大的变化？

答：目前诺斯贝尔的客户中，国际名牌、本土知名品牌和新锐品牌的客户结构相对比较合理，诺斯贝尔对大客户的依赖程度在逐年降低，公司在维持大客户业务稳定的同时，也非常看好依靠新兴互联网渠道成长起来的新锐品牌客户。

问 2：自有品牌的陆续建厂对化妆品 ODM 企业会带来什么影响？

答：我们观察到的情况是，确实有部分品牌在规模扩大后自己会建厂，但不代表他们就不会和 ODM 企业合作，我们相信精细分工仍然是一个趋势。同时大部分的新锐品牌，是不具备产品研发和生产能力的，对这部分的品牌来说，和 ODM 企业合作，可以节省产品研发的时间和精力，令他们有更多的精力去做产品推广和品牌营销。

	<p>问 3：预计公司化妆品业务未来增速的趋势？</p> <p>答：与做品牌主要依靠销售提高增速的方法略有不同，作为化妆品 ODM 企业，我们更看重技术研发和产品开发在公司发展中的作用。在现有的市场条件下，我们给自己制定的发展目标是持续、稳定增长。</p> <p>问 4：诺斯贝尔的毛利率是否能持续保持？</p> <p>答：我们寄望未来的产品毛利率趋于平稳，但基于原材料价格上涨等因素，产品毛利率存在下滑的压力。我们一直追求在保证产品质量的基础上，从生产流程，管理流程上降低生产成本，从研发方面提高产品品质。</p> <p>问 5：诺斯贝尔在彩妆业务方面的拓展情况？</p> <p>答：从 2004 年开始到现在，诺斯贝尔的化妆品业务主要专注在护肤品生产领域。这两年公司开发出卸妆系列产品，包括卸妆水、卸妆湿巾、卸妆油、卸妆干巾等，同时公司也开发出粉底液等新产品。</p> <p>问 6：近几年有部分 ODM 企业降低了与品牌合作的门槛，预计未来甚至可能采用价格战的方式。诺斯贝尔如何看待未来的竞争格局？</p> <p>答：作为同一类型的企业，诺斯贝尔与上述企业的竞争是不可避免的，但我们也具有自己的优势。客户同样注重产品质量的稳定和生产企业的快速反应能力，并不仅仅追求产品低价。</p>
附件清单	无
日期	2021 年 03 月 15 日