

证券代码：300132

证券简称：诺斯贝尔

福建诺斯贝尔控股股份有限公司  
投资者关系活动记录表

编号：2026-002

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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<br><input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会<br><input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动<br><input type="checkbox"/> 现场参观<br><input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）                                                                                            |
| 参与单位名称及人员姓名   | 马拉松投资 李雯；东方阿尔法 钱文静；宝盈 方佳佳；艾希资本 陈鹏；红荔湾投资 刘佳欣；南方基金 刘思彤；开源证券 黄泽鹏、李昕恬；申万宏源证券 王立平、王盼。                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 时间            | 2026 年 9 月 3 日 、 4 日                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 地点            | 线上、线下交流                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 上市公司接待人员      | 副总裁兼董事会秘书 骆棋辉<br>证券事务代表 彭丽杉                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p><b>1. 2026 年上半年整体业绩亮点？</b></p> <p>答：2026 年上半年，公司实现营业收入 110,673.26 万元，同比上升 18.16%；营业成本 89,655.53 万元，同比上升 16.04%；归属于上市公司股东的净利润 5,633.55 万元，同比增长 105.55%。利润增速高于营收增速，运营效率提升。</p> <p><b>2. 公司营收增速显著高于化妆品行业平均增速的主要原因？</b></p> <p>答：2026 年上半年化妆品行业（限额以上单位化妆品类）零售额 2,445 亿元，同比增长 6.3%，同期公司营业收入增速 18.16%，显著高于行业平均水平，这一增长主要得益于公司“聚焦客户、聚焦产品”战略的持续深化。</p> <p>在客户维度，公司主动筛选优质客户、聚焦高质量订单，</p> |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>持续优化客户结构，提升大客户黏性与合作深度，前 20 大客户营收占比从 59.55%提升至 65.89%，提升 6.34 个百分点。客户集中度提升带来规模效应，订单量增长推动产能利用率提高，单位生产成本有效摊薄。</p> <p>在产品维度，公司近年来持续扩充产品矩阵，驱动差异化产品开发，推出次抛精华、冻干护肤、身体护理等新品，产品矩阵丰富。同时，通过技术迭代创新，推出油乳双修面膜、冻干面膜、微流控次抛精华、微流控油珠技术、BFS 次抛 3.0 技术、冻干多形态技术等创新产品，驱动产品升级迭代，满足消费者升级需求，扩大品牌客户合作矩阵，积极拓展市场。</p> <p><b>3. 今年化妆品部分原材料波动较大，公司采取了哪些策略应对？</b></p> <p>答：化妆品主要原材料（如原油衍生物、功效活性成分、包装材料等）价格受国际市场、地缘政治等影响存在较大波动，公司主要通过采取以下策略应对原材料价格波动：</p> <p>（1）公司建立了原材料价格监测与预警机制，通过战略备货策略，在判断原材料价格将大幅上涨前进行战略性采购备货，平滑成本上涨压力。</p> <p>（2）公司通过年度招标机制，锁定主要原材料价格，充分利用规模采购优势与供应商谈判获取优惠价格，降低单一批次采购的价格波动影响。</p> <p>（3）公司持续推进原材料国产化进程，降低对进口原材料的依赖程度，提升供应链自主可控能力，同时国产原材料在成本方面具有一定优势。</p> <p>（4）在供应商合作方面，公司与巴斯夫、帝斯曼-芬美意、亚什兰等全球知名原料供应商建立长期稳定的战略合作关系，通过长期合作锁定优质货源与价格，同时设立供应商管理体系（SRM），定期评估供应商质量体系，确保供应链稳定可靠。</p> <p>综合上述措施，2026 年上半年原材料成本较上年同期波动较小。</p> |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### **4. 2026 年上半年公司在产品研发方面有哪些进展？**

答：公司始终将研发创新视为核心竞争力的根基。在研发投入方面，公司持续加大创新力度，2026 年上半年，研发投入达 3,705.64 万元，同比增长 9.45%，2026 年上半年，超 500 项新配方投入生产，形成了较强的产品创新迭代能力。截至 2026 年 6 月末，公司累计拥有有效期内的专利 158 项专利，其中发明专利 93 项。

2026 年上半年，公司聚焦品类升级，围绕剂型创新、功效提升、场景细分品类持续推出创新产品。在面膜领域，推出油乳双修面膜、心价比·美白面膜、水光玻璃肌悬油面膜等单品；在护肤品领域，打造微流控油珠系列、BFS 次抛精华 3.0、调色盘面霜系列及冻干护肤系列等系列产品；在原料创新方面，推出基于“五肽-48”的 RoyalPep™蜂王御龄胜肽系列。具体内容详见公司《2026 年半年度报告》“第三节 管理层讨论与分析”之“二、核心竞争力分析”部分详细描述。

#### **5. 公司 2026 年上半年毛利率增长的主要原因？**

答：公司 2026 年上半年产品毛利率提升至 18.99%，同比增加 1.48 个百分点，主要是销售收入增加带动单位产品固定成本摊薄所致。同时，公司持续通过流程优化、减少损耗等措施推进精益生产，进一步减少固定成本，带动毛利率提升。

#### **6. 2026 年上半年海外客户情况怎么样？**

答：公司 2026 年上半年产品出口实现营业收入 2.28 亿元，占营业收入的比例为 20.61%，公司销往海外的产品主要为湿巾系列。

#### **7. 目前行业市场格局情况如何？公司具有哪些优势？**

答：近年来，化妆品行业监管趋严与品牌加速洗牌正深刻重塑行业竞争格局。2021 年《化妆品监督管理条例》实施以来，配套法规相继落地，行业准入门槛持续提高，大量难以满足合规要求的小产能代工企业逐步退出市场，品牌商将更多生产需求转向具备完善合规体系的头部代工企业。而在品牌端，根据

|                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                      | <p>中国香料香精化妆品工业协会数据，2025 年全年淘汰品牌数量达 26,941 个，占总活跃品牌数的 41.08%，行业“马太效应”持续加剧。排名前 50 名的品牌中 74%保持正增长，而排名 500 名以后的品牌增长占比仅约 25.96%，尾部品牌生存压力显著，市场份额呈现向头部品牌集中的趋势。此外，国货品牌市场份额已从 2022 年的 50%提升至 2025 年的 57.37%，头部国货品牌在整合中持续获取更多份额。</p> <p>公司全资子公司诺斯贝尔化妆品股份有限公司已通过 ISO9001、ISO13485、美国 cGMP、ISO22716 等多项国际认证，作为本土规模最大的化妆品 ODM 企业之一，凭借多元化客户矩阵与完善的合规体系，在行业整合进程中具备一定的竞争优势，能够受益于 ODM 代工企业出清带来的订单资源向头部 ODM 代工企业集中的趋势。</p> <p>从客户矩阵来看，客户覆盖了在行业整合中处于受益地位的头部品牌群体。在国际品牌方面，公司服务联合利华、宝洁、屈臣氏、Dayes、A. Moras 等国际品牌客户，上述国际品牌客户根基深厚；而在国内国货品牌方面，客户包括植物医生、上海家化、广州谷雨、上海百雀羚、佩莱集团、护家集团、逸仙电商、半亩花田、蕉下等品牌/企业，能充分受益国货替代红利。</p> <p>诺斯贝尔化妆品股份有限公司作为本土规模最大的化妆品 ODM 企业之一，品牌洗牌加速将促使市场份额向头部品牌集中，公司客户矩阵中的多数为头部品牌群体，有望承接整合红利，有助于带动公司订单增长，公司在行业整合进程中有望获取更大市场份额，实现长期发展。</p> |
| 关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明 | 本次活动不涉及未公开披露的重大信息。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 附件清单                 | 无                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 日期                   | 2026 年 9 月 4 日                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |