



证券代码：300856

证券简称：科思股份

编号：2023-003

## 南京科思化学股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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 _____                   |
| 参与单位名称及人员姓名   | 富国基金、鹏华基金、汇添富基金、中信证券、中金公司、华泰自营、国信证券、国金证券、海通证券资管、中信建投证券等 141 个机构及个人参会                                                                                                                                                                                                                              |
| 时间            | 2023 年 5 月 30 日 15:00-17:00                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 地点            | 南京市江宁区苏源大道 19 号九龙湖国际企业总部园 C1 栋 9 楼                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 上市公司接待人员姓名    | 董事长 周旭明先生<br>董事、总裁 杨军先生<br>董事、副总裁兼董事会秘书 曹晓如先生                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>1、公司防晒产品的毛利率以及公司的净利率水平很高，相关领域竞争对手的扩产计划/进度如何？潜在供应商进入的壁垒？</p> <p>公司的竞争优势包括：丰富的产品结构优势、持续的创新研发能力与多层次技术储备优势、生产与质量管理体系优势、深度合作的客户资源优势、全球快速反应能力等。</p> <p>行业壁垒方面，化妆品活性成分直接关系到化妆品的效果和消费者安全，化妆品活性成分的市场集中度较高，供应商体系较为稳定。同时，行业建立了高标准、长时间的供应商认证体系，新进入者难以在短时期内获得重要的客户资源。</p> <p>2、原材料价格波动对公司成本的影响，竞争对手开展价格</p> |

战对公司产品价格的影响？

公司产品的主要原材料包括大宗和精细化学品，其价格变动在一定程度上受到上游原油等大宗商品价格波动的影响，但大宗和精细化学品与原油价格波动的相关性强弱不同。在上游原材料价格出现大幅上涨的情况时，公司通常会积极与下游客户协商进行价格调整，但受与客户的定价周期、市场竞争格局等因素的影响，公司对部分大客户的产品价格传导机制具有一定的滞后性。

化妆品市场的竞争综合体现在品牌、渠道及产品品质等多个方面。公司凭借技术创新和稳定的质量进入到国际化妆品企业的采购体系，并实现了市场份额的不断提升。未来，公司也将始终致力于成为“全球最好的日用化学品原料供应商”，不断提升核心竞争力和品牌价值。

3、未来 5-10 年业务规划及产品结构？

公司未来的总体发展战略不变：做强做大合成香料和化妆品活性成分核心业务，进一步巩固和提升公司竞争优势和品牌国际影响力，并以现有合成香料和化妆品活性成分业务为支点，以高效的研发及产业化能力为基础，不断丰富合成香料和化妆品活性成分业务结构，逐步将公司打造成相对综合的日用化学品原料供应商。

未来，防晒业务依然是整体业务的主体，香料业务，洗护类产品以及其他功能性个人护理品原料将持续拓展。

4、公司向下游发展的计划？商业化时间点的预期？

公司中短期内不会开展终端化妆品业务，公司看好个人护理品原料领域，并将持续专注于主业发展。

在终端产品研发方面，公司目前仍以防晒护肤品为切入点开展相关配方研究，一方面做好产业链延伸的技术储备，另一方面目前重点还是完善客户服务体系、促进销售。

5、新产品在手订单情况及未来爬坡预期？

公司 PA 产品于去年上半年投产，去年重点完成主流客户的



认证工作，预计今年销量会有较大提升。

二氧化钛产品于去年年底投产试运行，由于物理防晒剂各生产商的规格、型号不同，需要和客户端建立非常密切的沟通机制以实现其配方体系的适配。因此相对化学防晒剂，二氧化钛的推进进度会稍微慢一些，目前生产在正常有序进行中，该产品预计于今年下半年开始逐渐放量。

公司氨基酸表面活性剂、P0 和新增 P-S 产线还在建设中，今年重点完成市场推广和客户认证工作。

#### 6、未来毛利率提升空间？

毛利率和产品结构、客户结构相关，新产品的逐步放量和中小客户的持续开拓，对公司的盈利能力有较好的支撑。

#### 7、股权激励方案，未来人才培养/组织结构调整方面的规划？

公司一直重视人力资源投入，不断提升公司的人才梯队建设，并围绕公司主营业务发展方向和未来发展战略，进行了多层次的人才储备。

近期，公司实施了上市后第一轮股权激励计划，未来，预计每 2-3 年会进行一轮股权激励，长期关注人才培养和人才成长，充分调动各方积极性，使员工共同关注公司的长远发展。

另外，“科技创新，敏思笃行”是公司的核心价值观，公司一直在探索和调整，不断地积累改进。我们也致力于把宏观理念带到员工日常的工作细节中，共同践行“美化、美好人们生活”的使命。

#### 8、宏观环境变化大，消费需求疲软，未来有什么样的业务规划，尤其国内？

从个人护理品消费端来看，整体而言向好的趋势不变，并未受到国际经济环境变化的重大影响。另外，公司不仅在防晒领域精耕细作，也已在安庆工厂进行了首批项目规划，这也是公司未来较长时间内的发展方向。随着国内市场的持续快速发展和本土



|          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | <p>品牌的兴起，公司与国内头部品牌商基本都建立了合作关系，公司看好国内市场的发展前景，将持续推进相关业务。</p> <p>9、如何梳理直销和经销渠道的优先级？是否会存在渠道重叠导致的左右互搏？</p> <p>针对具有一定规模的大中型终端客户，公司主要运用自身的销售体系直接销售；对于地域相对集中但是单一客户需求量较小的客户群，公司主要通过经销商进行集中销售和服务，以提高效率、降低成本。两种销售模式互相补充，不存在左右互搏的问题。</p> <p>10、原油和海运价格调整，我们下半年产品价格是否会相应下调？</p> <p>原材料成本与去年三季度相比有一定回落，幅度不大，公司产品价格和原油价格也不完全同步。新一轮的产品价格，目前与下游客户处于预沟通阶段，从沟通情况看，市场需求比较旺盛，结合公司目前执行的价格及客户反馈情况，预计今年整体价格趋势不会有太大波动。</p> <p>11、新产品推出周期？</p> <p>一般而言，从项目内部立项到实现工业化试生产的时间周期不低于3年。</p> |
| 附件清单（如有） |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 日期       | 2023年6月1日                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |