

坚持技术研发构建核心驱动力

芭薇股份打造创新型化妆品科技企业

3月19日，芭薇股份向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市网上路演在中国证券报·中证网成功举行。芭薇股份董事长兼总经理冷群英表示，公司将始终以技术研发为核心驱动力，以产品检测为质量保证，以智能制造为发展基石，持续不断地为品牌商提供符合市场需求的产品，不断提高市场竞争力及抗风险能力。

●本报记者 武卫红



路演现场

业绩稳定增长

据介绍，芭薇股份成立于2006年，2016年在新三板挂牌，并于2017年5月31日进入创新层。公司是一家集产品策划、配方研发、规模化生产、功效检测于一体的化妆品品牌客户服务商。公司具备护肤、面膜、洗护、彩妆等多品类化妆品生产

能力，拥有化妆品独立检测资质，同时工艺及技术储备领先。

通过多年的行业积累和市场开拓，芭薇股份在研发创新、智能制造、客户服务、市场竞争力等方面形成了自己的核心优势，已成长为国内化妆品制造领域

的知名企业。截至目前，公司产品广泛覆盖国内外市场，累计为1000多个化妆品品牌提供产品及服务，与联合利华、仁和匠心、HBN等国内外知名化妆品品牌商建立了较为稳定的业务合作关系。

据招股书数据，2020年、2021年、

2022年及2023年1-6月，芭薇股份营业收入分别为3.14亿元、4.16亿元、4.59亿元及2.13亿元；归属于母公司股东的净利润分别为2835.67万元、2125.13万元、3803.95万元及2172.18万元，业绩保持稳定增长。

推进研发创新

据招股书，作为一家高新技术企业，芭薇股份被广东省科技厅认定为“广东省天然植物提取物应用工程技术研究中心”；被广东省高新技术企业协会认定为“广东省创新型企业（试点）”；被广东省工业和信息化厅认定

为“广东省省级企业技术中心”及“广东省专精特新中小企业”。

自创立以来，芭薇股份一直高度重视提升技术研发实力。据介绍，公司研发模式分为自主研发和合作研发。“公司结合化妆品行业研发流程及自身研

发经验与项目特点，搭建了完整、规范的研发体系。报告期内，公司以芭薇研发中心为基础，联合各科研院所开展研发工作。”冷群英表示。

为进一步提升研发水平，芭薇股份建立了涵盖产品研发、检验检测、工艺设计

等环节较为完备的技术人才体系。公司及其子公司共拥有授权专利技术129项。其中，发明专利112项。报告期内，公司研发投入分别为2206.33万元、2891.94万元、2701.41万元及1116.10万元，研发费用率分别为7.03%、6.96%、5.88%及5.24%。

提升行业地位

据上市发行公告，芭薇股份本次初始发行股票数量为800万股，发行价格为5.77元/股。若全额行使超额配售选择权，本次发行股票数量为920万股。超额配售选择权实施前，预计募集资金总额为4616万元；若全额行使超

额配售选择权，预计募集资金总额为5308.4万元。

在消费升级的推动下，当前化妆品市场需求快速增长，国内品牌竞争力不断增强，“功效型”护肤品风头正盛，化妆品代工集中度有望进一步提高。按照计划，芭

薇股份本次募集资金将主要用于智能生产车间建设项目、研发中心建设项目、补充流动资金项目。本次募集资金总额与公司生产经营规模相适应。

据介绍，芭薇股份董事会已对募集资金投资项目进行了可行性分析，认为募集

资金用途和规模与公司现有主营业务、经营规模、财务状况等情况相匹配。“公司将以本次发行和上市为契机，通过募集资金投资项目的顺利实施，进一步扩大市场占有率与影响力，提升与巩固公司行业领先地位。”冷群英表示。

2023年净利大增126.3%

小米集团今年将坚持稳健经营

●本报记者 杨浩

3月19日，小米集团发布2023年第四季度及全年财报数据。2023年，小米集团总收入为2710亿元，同比微降3.2%，经调整净利润同比增长126.3%至193亿元。其中，第四季度小米集团收入创7个季度以来新高，达到732亿元，同比增长10.9%，经调整净利润同比大增236.1%至49亿元。

小米汽车SU7如何定价成为市场关注焦点。在财报电话会上，小米集团总裁卢伟冰表示，定价会有点贵，但会让大家感到物超所值，小米汽车阶段性目标是进入纯电豪华轿车销量前三。2024年，公司整体经营策略是稳健经营、积极进取。

当日，小米集团董事长雷军发布微博称，小米汽车超级工厂正式揭幕，董事们参观了工厂，并试驾了小米SU7。

整体毛利率创新高

2023年，小米集团深入贯彻“规模与利润并重”经营策略，整体毛利率创新高，达到21.2%，同比提升4.2个百分点。智能手机、IoT与生活消费产品、互联网业务三大业务经营进一步提效，毛利率分别为14.6%、16.3%和74.2%，分别提升5.6个百分点、1.9个百分点、2.4个百分点。截至2023年12月31日，小米现金储备1363亿元，为未来进一步投入做好了充分准备。2023年，小米集团积极开展股票回购，全年累计回购金额15亿港元，共计约1.27亿股。

对于业绩大增的原因，卢伟冰表示，2023年下半年小米集团实现收入较快增长，与产品发布节奏有关。2023年下半年，小米发布了数字系列、K系列及Note系列等手机



新华社图片

产品。同时，小米海外市场策略进行了调整，海外市场2023年下半年取得较快增长。

对于2024年的发展，卢伟冰介绍，整体经营策略是稳健经营、积极进取。消费类电子行业呈现弱复苏态势，小米看到很多机会。预计2024年小米的手机、IoT和互联网业务都会有不错的表现，整体毛利率将保持稳定。

持续推进高端化

根据Canalys数据，2023年第四季度，全球智能手机市场出货量同比增长7.5%，结束了连续7个季度的同比下滑。2023年全年，全球智能手机市场出货量同比下跌

4.3%。2023年，小米手机在全球市场表现基本稳健，小米智能手机全球出货量1.46亿台，排名第三，市场份额为12.8%；第四季度，小米智能手机领先行业回暖，出货量同比增长23.9%，达4050万台。从收入方面看，2023年第四季度，小米智能手机业务收入为442亿元，同比增长20.6%，在连续7个季度同比下降后重回增长轨道。2023年全年，小米智能手机业务收入为1575亿元，毛利率为14.6%。

小米持续聚焦高端化，2023年先后发布Xiaomi 14系列以及Xiaomi 14Ultra旗舰新品。据第三方数据，2023年，在中国大陆市场4000元-6000元价位段，小米智能手机市占率达16.9%；第四季度销量跃升至

第一，市占率升至28.2%。

卢伟冰表示，小米将坚定不移推进高端化和全球化。“2024年，我们要突破6000元到1万元这个价格段，同时要上规模，要在全球市场推进高端化战略。”

2023年，小米集团境外市场收入为人民币1218亿元，收入占比达44.9%。据Canalys数据，按智能手机出货量计，2023年小米在中东市场稳居第二，在拉美、非洲、东南亚等市场稳居前三。在全球51个市场排名前三，在65个市场排名前五。

小米汽车定价受关注

小米汽车即将发布。对于市场关注的定价问题，卢伟冰称，确实会有点贵。小米SU7是一辆C级高性能生态科技轿车，性能、配置和体验都非常出色，相信大家会感到物超所值。卢伟冰介绍，小米汽车阶段性目标是进入纯电豪华轿车销量前三，但相比销量小米更关心用户的体验和口碑。

财报披露，小米集团2023年在智能电动汽车等创新业务上的费用为67亿元。2023年，小米研发支出同比增长19.2%至191亿元，6年来持续增长。截至2023年12月31日，小米研发人员17800人，占比达53%，并在全球获得超3.7万件专利。

卢伟冰表示，小米持续加大技术研发，主要聚焦操作系统、芯片、机器人等领域。2023年，小米发布了全新操作系统小米澎湃OS、用于Xiaomi MIX Fold 3的龙骨转轴、用于Xiaomi 14Pro和Xiaomi 14Ultra的龙晶玻璃等体现硬科技实力的技术。2024年2月，全新小米手机智能工厂正式投产，年产能达到千万台。

去年净利同比增近五成 爱美客积极打造产品矩阵

●本报记者 傅苏颖

3月19日晚间，医美龙头企业爱美客发布2023年年报，公司2023年实现营业收入28.69亿元，同比增长47.99%；实现归母净利润18.58亿元，同比增长47.08%。

机构看好医美行业发展前景。从中长期看，我国医美市场渗透率仍有较大提升空间。预计2024年新品获批数量将增加，对终端需求会有提振作用。产品矩阵丰富、研发实力强劲、牌照齐全的龙头企业将充分受益。

医美消费升温

爱美客营收主要由溶液类与凝胶类注射产品两部分构成。报告期内，公司溶液类与凝胶类注射产品均实现同比增长。其中，溶液类注射产品实现营业收入16.71亿元，较上年增长29.22%，占比58.22%，毛利率为94.48%；凝胶类注射产品实现营业收入11.58亿元，较上年增长81.43%，占比40.35%，毛利率为97.49%。

其中，“嗨体”为核心的溶液类注射产品稳步增长。近年来，医美项目持续精细化，轻医美消费热度持续攀升，皮肤管理需求旺盛。经过长期的临床验证，“嗨体”的有效性得到下游医疗机构与终端消费者的认可，品牌价值日益提升。《小红书医美行业2023年年报》显示，“嗨体”在医美年度热搜词中名列前茅，并在医美/护肤需求类搜索中频繁出现。

在凝胶类产品中，“含左旋乳酸-乙二醇共聚物微球的交联透明质酸钠凝胶”（商品名：濡白天使）延续良好增长势头，成为公司构筑现象级产品矩阵的有力支撑点。报告期内，公司继续采取医生认证制度，将培训与认证制度结合，助力濡白天使在全国范围的不同类型机构快速渗透。目前，濡白天使已经形成良好的口碑基础，品牌影响力日益提升。

爱美客具有渠道优势。报告期内，公司继续加强国内市场建设，建立了一支执行力强、高度专业的销售团队。截至报告期末，公司拥有超过400名销售和市场营销人员，覆盖全国31个省（区、市）约7000家医疗美容机构。公司坚持“直销为主、经销为辅”的营销模式，直销与经销模式的收入占比分别为62.26%与37.74%。

加大研发投入

报告期内，公司继续加大研发投入，通过自主研发与对外合作的方式提升研发产出。2023年，公司研发投入占营业收入的8.72%，研发投入金额同比增长44.49%。

在研项目中，用于纠正颈部后缩的医用含聚乙醇酸凝胶微球的修饰透明质酸钠凝胶处于注册申报阶段；用于改善眉间纹的注射用A型肉毒毒素处于注册申报阶段；用于软组织提升的第二代面部埋线处于临床试验阶段；用于成人浅层皮肤手术前对皮肤局部麻醉的利多卡因丁卡因乳膏处于临床试验阶段；用于溶解透明质酸的注射用透明质酸酶处于临床前在研阶段。

报告期内，公司积极推动科研成果产出，共计完成专利申请42项，获得专利授权22项。截至报告期末，公司研发人员占公司总人数的26.7%。公司累计获得授权专利74项，其中发明专利授权35项。

公司通过对外投资合作丰富产品线。年报显示，爱美客持续加码体重管理与减脂领域的战略布局，在与北京质肤生物医药科技有限公司（质肤生物）合作引入司美格鲁肽产品的基础上，以总金额5000万元投资持有质肤生物4.89%股权。质肤生物拥有丰富的多肽药物研发经验，围绕GLP-1类似物形成了管线矩阵并具备持续创新迭代能力。体重管理市场空间巨大，此项投资将进一步发挥双方在技术和商业化方面的优势。

报告期内，公司持续加码产能。公司拟以自有资金在北京昌平区南部镇中关村科技园昌平园东区投资“美丽健康产业产业化创新建设项目”，预计总投资81000万元。实施本项目将扩大公司产能，丰富新产品供给，进一步满足医美市场需求。

市场前景广阔

截至3月19日，已有包括爱美客在内的9家医美公司发布年报。其中，昊海生科和冠昊生物两家公司的归母净利润同比增速超100%。另有3家公司的归母净利润出现负增长。

昊海生科日前发布的2023年年报显示，2023年，公司实现营业收入26.54亿元，同比增长24.59%；归母净利润为4.16亿元，同比增长130.58%。分业务板块看，医疗美容与创面护理产品共实现营业收入10.57亿元，较上年度增加3.09亿元，增幅为41.27%。主要系高端玻尿酸产品海魅表现亮眼，医美业务占比超过眼科成为公司最大收入来源。

机构看好医美行业未来发展前景。华泰证券认为，2023年新品获批处于阶段性空窗期，叠加需求较弱，倒逼下游机构“以价换量”。预计2024年新品获批数量将增加，对终端需求会有提振作用。

从中长期来看，我国医美渗透率仍有较大提升空间。近年来，监管加强有助于行业高质量健康发展，看好行业内产品矩阵丰富、研发实力强劲、有齐全牌照的龙头企业。专家预计，2030年我国医美终端市场总消费金额将超6000亿元。

上市公司加码布局医美市场，同时企业之间合作不断。3月8日，修丽可宣布与锦波生物合作推出注射美容旗舰新品“铂研”胶原针，可直补流失胶原蛋白，支撑胶原肌。



视觉中国图片