

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：2026-004

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	华夏基金：徐漫、林瑶、张盈、郑楷樾 长江证券：李锦、罗祎
时间	2026年9月22日—24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 证券事务代表 彭丽杉
投资者关系活动主要内容介绍	1. 请介绍一下公司2026年上半年的经营情况及下半年展望？ 答：2026年上半年，国内化妆品行业消费呈稳步复苏态势，公司持续推进“聚焦客户、聚焦产品”战略，一方面深化客户合作，积极开拓市场，客户订单稳步增长，另一方面通过精细化生产、强化供应链管理等措施降本增效，应对原材料价格波动。2026年上半年公司实现营业收入110,673.26万元，同比增长18.16%；归属于上市公司股东的净利润5,633.55万元，同比增长105.55%。 下半年通常为公司化妆品业务的传统旺季，收入在全年的占比较高。一方面，面膜、膏霜等护肤产品的秋冬消费需求旺盛，带动订单增长；另一方面，“双十一”等重大促销节点，

	订单规模及出货量较上半年明显增长。针对下半年的旺季情形，公司将持续优化生产工序，提升生产与管理效率，降低生产成本；同时加强各部门协作，缩短新品从研发到上市的转化周期，提升市场响应速度，保障旺季出货规模，努力提升经营业绩，回报广大投资者。 2. 关注到公司近期拟签订约 3.4 亿元的租赁合同，请介绍后续的相关计划及安排？ 答：公司子公司诺斯贝尔化妆品股份有限公司已经公司董事会审议批准并签署租赁穗西村厂房及配套设施的《厂房租赁合同》，本次租赁主要基于两方面考量：一方面，公司现有的一分厂及三角工厂等租赁厂房、仓库是当前化妆品 DOM 业务的重要承载区域，部分租赁合同将于 2027 年陆续到期，租赁厂房在租赁期届满后部分厂房不再续租，相应产能有序搬迁至穗西村厂房。另一方面，公司现有仓储物流体系呈分散化布局，租赁穗西村厂房及配套设施有利于公司实施“产储一体化”布局，将生产与仓储在物理空间上整合，有效压缩物料流转周期和运输成本，进一步提升运营效率。 目前，租赁厂房已取得《竣工联合验收意见书》，满足交付使用条件，双方已完成共同验收并签署《租赁物业交付确认书》，后续将稳步推进厂房装修等工作。 3. 公司 2026 年上半年净利率为 5.09%，与去年全年存在较大差距，主要原因是什么？ 答：公司 2026 年上半年净利率为 5.09%，与 2025 年全年净利率之间的差距主要受非经常性损益及季节性因素两方面影响。 一方面，2025 年全年利润中包含较大金额的非经常性损益，其中处置 148 亩土地使用权产生收益 3,141.77 万元、投资收益 848.58 万元，上述损益不具备可持续性。 另一方面，公司化妆品业务具有较明显的季节性特征，由于公司 ODM 产品以护肤品类为主，消费场景和产品订单存在明
--	--

	显的淡旺季区分，上半年为护肤品淡季，产能利用率较低；下半年集中了“双十一”等重大促销节点，订单规模及出货量较上半年明显增长，全年净利率有望趋于合理水平。 4. 面对大宗商品价格波动，公司如何应对以保障经营的稳定性？ 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： （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采购备货，平滑成本上涨压力。 （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。 （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。 通过以上措施，2026 年上半年原材料成本同比波动较小。 5. 2026 年上半年前二十大客户是否有明显变化？目前合作的主要客户有哪些知名品牌？ 答：2026 年上半年，公司前二十大客户组成较去年同期有一定变化，且大部分客户订单增长较明显，该前二十大客户营收占比从去年同期的 59.55%提升至 65.89%，成为公司业务增长的主要贡献主体。 子公司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，致力为合作客户提供产品创新、高效服务和品质保障。目前合作的化妆品主要客户包括国际知名品牌、国内知名品牌、新锐电商品牌等，国际知名品牌如宝洁、联合利华、雅诗兰黛、丝芙兰、屈臣氏、资生堂、妮维雅、无限极、滴露、伽玛、无印良品等；国内知名品牌包括上海家化、植物
--	--

	医生、自然堂、珀莱雅、高姿、相宜本草、薇诺娜、百雀羚、华熙生物、福瑞达、稀物集、名创优品等；新锐电商品牌包括佩莱集团、谷雨、半亩花田、奕沃、逸仙电商、花西子、美黎汎（Fan Beauty Diary）、偏偏（PMPM）、C 咖、优时颜、袋鼠妈妈等。 6. 2026 年上半年公司盈利能力有所改善，具体采取了哪些措施？ 答：2026 年上半年，公司实现营业收入 110,673.26 万元，同比增长 18.16%；归属于上市公司股东的净利润 5,633.55 万元，同比增长 105.55%，公司产品毛利率提升至 18.99%，同比增加 1.48 个百分点，盈利能力有所改善。主要受益于以下几方面因素： （1）国内化妆品行业整体消费呈稳步复苏态势，公司客户订单需求有所增长，带动公司营业收入同比增长，规模效应进一步释放。 （2）公司有效执行“聚焦客户、聚焦产品”战略。在客户层面，公司客户以头部品牌为主，该类客户供应商筛选标准严格，合作关系具有一定稳定性，对公司订单持续增长形成有力支撑，在此基础上，公司主动筛选优质客户、聚焦高质量订单，持续优化客户结构，提升客户黏性与合作深度。在产品层面，公司持续扩充产品矩阵，加大新配方供给能力，驱动产品升级迭代，2026 年上半年超 500 项新配方投产，通过持续的研发成果深化并赋能客户合作，有效提升产品综合竞争力和盈利水平。 （3）公司持续加强内部管控，推进降本增效。在生产端，公司加强生产全过程监督管理，对生产管理、设备管理、质量管理等关键环节进行跟踪评估，精简冗余流程，通过优化生产工序、减少损耗等措施推进精益生产；在采购端，通过年度招标、战略备货等策略，有效平滑大宗商品等原材料价格波动的影响。 7. 公司是否存在因下游需求变化或产品迭代导致的存货积
--	--

	压风险？ 答：公司主要根据客户需求及订单组织生产，在客户确认产品参数及方案后签订合同并排产，实现按需生产，存货周转总体较为高效。目前库存主要由原材料、在产品及客户未提货的产成品构成，其中未提货产成品对应的客户均负有提货义务，且部分客户已支付预付款项。同时，公司定期开展存货库龄分析与跌价测试，对库龄较长或存在减值迹象的存货及时计提跌价准备，主动管控存货风险。整体来看，公司存货积压风险总体可控。
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 24 日