

证券代码：001328

证券简称：登康口腔

公告编号：2023-001

重庆登康口腔护理用品股份有限公司

上市首日风险提示公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

特别风险提示：

公司本次发行价格为人民币20.68元/股，对应的2021年市盈率为36.75倍（每股收益按照2021年度经会计师事务所遵照中国会计准则审计的扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股数计算）。本公司发行市盈率高于所属行业平均市盈率（18.18倍），但低于可比A股上市公司对应的2021年扣非后静态市盈率的平均值（51.61倍）。本公司提请投资者关注投资风险，审慎研判发行定价的合理性，理性作出投资。

经深圳证券交易所《关于重庆登康口腔护理用品股份有限公司人民币普通股股票上市的通知》（深证上〔2023〕278号）同意，重庆登康口腔护理用品股份有限公司（以下简称“公司”或“登康口腔”）首次公开发行的人民币普通股股票在深圳证券交易所上市，证券简称“登康口腔”，证券代码“001328”。本公司首次公开发行的43,043,500股人民币普通股股票，全部为新股发行，不涉及老股转让，其中42,179,447股人民币普通股股票自2023年4月10日起可在深圳证券交易所上市交易。

登康口腔按照中国证监会2023年2月17日发布的《证券发行与承销管理办法》《首次公开发行股票注册管理办法》等注册制配套规则发行定价，上市后适用《深圳证券交易所交易规则（2023年修订）》，上市后的前5个交易日不设涨跌幅限制，其后涨跌幅限制为10%。

本公司郑重提请投资者注意：投资者应充分了解股票市场风险及本公司披露的风险因素，切实提高风险意识，在新股上市初期切忌盲目跟风“炒新”，应当审慎决策、理性投资。

现将有关事项提示如下：

一、公司近期经营情况正常，内外部经营环境未发生重大变化，目前不存在应披露而未披露的重大事项。

二、经查询，公司、控股股东和实际控制人不存在关于本公司的应披露而未披露的重大事项，公司近期不存在重大对外投资、资产收购、出售计划或其他筹划阶段的重大事项。公司募集资金投资项目按招股说明书披露的计划实施，未发生重大变化。

三、本公司聘请天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“天健会计师事务所”），对公司2019年12月31日的资产负债表，2020年12月31日、2021年12月31日和2022年6月30日的合并及母公司资产负债表，2019年度的利润表、现金流量表和所有者权益变动表，2020年度、2021年度和2022年1-6月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表，以及相关财务报表附注进行了审计，并出具了标准无保留意见的审计报告（天健审（2022）8-478号）。根据该等审计报告，公司报告期内合并报表主要财务数据如下：

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
资产总额	92,476.40	96,370.51	97,170.14	85,941.91
负债总额	45,864.39	45,499.44	46,403.52	42,901.28
归属于母公司股东权益合计	46,612.01	50,871.07	50,766.62	43,040.63
股东权益合计	46,612.01	50,871.07	50,766.62	43,040.63

（二）合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
营业收入	61,069.33	114,252.48	102,959.48	94,391.29
营业利润	6,725.24	13,609.28	11,007.21	6,822.84
利润总额	6,782.40	13,473.06	10,635.97	6,809.27
净利润	5,813.11	11,885.91	9,524.03	6,316.30
归属于母公司所有者的净利润	5,813.11	11,885.91	9,524.03	6,316.30
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	5,043.63	9,689.34	7,370.95	3,851.39

（三）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
----	-----------	--------	--------	--------

经营活动产生的现金流量净额	1,905.96	7,288.00	13,467.17	5,662.06
投资活动产生的现金流量净额	9,638.89	14,705.21	-15,787.71	-7,977.97
筹资活动产生的现金流量净额	-10,220.42	-11,630.50	-1,605.37	2,293.90
现金及现金等价物净增加额	1,324.43	10,362.70	-3,925.91	-22.01
期末现金及现金等价物余额	15,152.50	13,828.07	3,465.37	7,391.28

(四) 主要财务指标

财务指标	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动比率（倍）	1.55	1.68	1.83	2.09
速动比率（倍）	0.98	1.22	1.43	1.61
资产负债率（合并）	49.60%	47.21%	47.75%	49.92%
资产负债率（母公司）	49.66%	47.32%	47.75%	49.92%
归属于发行人股东的每股净资产（元/股）	3.61	3.94	4.14	3.70
财务指标	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
应收账款周转率（次）	40.37	44.50	46.84	39.23
存货周转率（次）	3.80	4.36	4.32	4.34
息税折旧摊销前利润（万元）	6,482.36	13,471.46	10,733.53	7,408.59
利息保障倍数（倍）	-	-	-	-
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	0.15	0.56	1.10	0.49
每股净现金流量（元/股）	0.10	0.80	-0.32	-0.00
研发投入占营业收入的比例	2.84%	3.11%	3.08%	3.21%
现金分红（万元）	10,072.16	15,226.45	4,873.85	3,180.00
基本每股收益（元）	0.45	0.92	0.79	0.60
稀释每股收益（元）	0.45	0.92	0.79	0.60
加权平均净资产收益率（%）	11.16	21.52	19.92	17.49

上述指标计算公式如下：

- 1、流动比率=流动资产/流动负债
- 2、速动比率=(流动资产-存货)/流动负债
- 3、资产负债率=总负债/总资产
- 4、归属于发行人股东的每股净资产=归属于发行人股东的净资产/期末股份总数
- 5、应收账款周转率=营业收入/应收账款平均值
- 6、存货周转率=营业成本/存货平均值

7、息税折旧摊销前利润=净利润+所得税+折旧+摊销+财务费用利息支出—财务费用利息收入

8、利息保障倍数=(净利润+所得税+财务费用利息支出—财务费用利息收入+资本化利息支出)/(财务费用支出—财务费用利息收入+资本化利息支出)，报告期内公司未发生利息支出，故该指标不适用

9、每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额/期末股份总数

10、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股份总数

11、研发投入占营业收入的比例=研发费用/营业收入

12、基本每股收益= P/S ； $S=S_0+S_1+Si \times Mi/M_0-Sj \times Mj/M_0-Sk$

其中：P为归属于公司普通股股东的净利润；S为发行在外的普通股加权平均数；S₀为期初股份总数；S₁为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j为报告期因回购等减少股份数；S_k为报告期缩股数；M₀为报告期月份数；M_i为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数；M_j为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数

13、稀释每股收益= $[P+(已确认为费用的稀释性潜在普通股利息—转换费用) \times (1-所得税率)] / (S_0+S_1+Si \times Mi/M_0-Sj \times Mj/M_0-Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数)$

其中，P为归属于公司普通股股东的净利润

14、加权平均净资产收益率= $P / (E_0+NP/2+Ei \times Mi/M_0-Ej \times Mj/M_0)$

其中：P为归属于公司普通股股东的净利润；NP为报告期净利润；E₀为期初净资产；E_i为报告期发行新股或债转股等新增净资产；E_j为报告期回购或现金分红等减少净资产；M₀为报告期月份数；M_i为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数；M_j为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数

15、2022年1-6月应收账款周转率、存货周转率为年化处理后数据

四、审计截止日后的主要经营状况

(一) 2022年度主要会计数据及财务指标

公司财务审计报告截止日为2022年6月30日，财务报告审计截止日至本公告披露日，公司的业务模式及竞争趋势、主要原材料的采购规模及采购价格、主要产品的生产销

售规模及销售价格、主要客户及供应商的构成、适用税收政策、外部经营环境等均未发生重大不利变化，亦未出现其他可能影响投资者判断的重大事项。

公司2022年财务报表已经天健会计师事务所审计，并出具了标准无保留意见的《审计报告》（天健审〔2023〕8-115号），财务数据已经公司于2023年3月24日召开的第七届董事会第八次会议审议通过。公司完整《审计报告》请参见公司上市公告书附件，请投资者注意投资风险。公司上市后将不再另行披露2022年年度报告，敬请投资者注意。

公司2022年度主要会计数据及财务指标情况如下：

项目	2022.12.31	2021.12.31	本报告期末比上年度期末增减
流动资产（万元）	66,247.80	59,910.89	10.58%
流动负债（万元）	38,740.62	35,647.59	8.68%
总资产（万元）	101,794.23	96,370.51	5.63%
资产负债率（母公司）（%）	47.12	47.32	-0.20%
资产负债率（合并报表）（%）	46.73	47.21	-0.49%
归属于母公司股东的净资产（万元）	54,228.01	50,871.07	6.60%
归属于母公司股东的每股净资产（元/股）	4.20	3.94	6.60%
项目	2022年度	2021年度	本报告期比上年同期增减
营业收入（万元）	131,333.03	114,252.48	14.95%
营业利润（万元）	14,483.13	13,609.28	6.42%
利润总额（万元）	14,575.58	13,473.06	8.18%
归属于母公司所有者的净利润（万元）	13,461.11	11,885.91	13.25%
扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者的净利润（万元）	10,471.37	9,689.34	8.07%
基本每股收益（元/股）	1.04	0.92	13.04%
扣除非经常性损益后的基本每股收益（元/股）	0.81	0.75	8.00%
加权平均净资产收益率（%）	26.03	21.52	4.51%
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率（%）	20.25	17.54	2.71%
经营活动产生的现金流量净额（万元）	8,351.02	7,288.00	14.59%
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	0.65	0.56	14.59%

注：资产负债率（母公司）、资产负债率（合并报表）、加权平均净资产收益率和扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率的本报告期比上年同期增减为两期数的差值。

2022 年末，公司资产及负债结构基本保持稳定，随着公司业务规模的增长，流动资产、流动负债、总资产及归属于母公司股东的净资产较 2021 年末均有所增长，增长幅度基本在 5%-10%左右。同时，公司资产负债率保持相对稳定，未发生较大变化。

公司 2022 年营业收入较 2021 年同期增加 14.95%，利润总额较 2021 年同期增加 8.18%，净利润较 2021 年同期增加 13.25%，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润较 2021 年同期增加 8.07%，公司主要盈利指标保持稳步增长态势，并带动每股收益及加权平均净资产收益率进一步提升，主要系：（1）公司继续紧抓消费升级趋势，持续提升自身中高端产品的销售占比，主要产品的销售数量及销售均价有所提升；（2）随着公司 2022 年以来进一步加大了对于电商渠道的投入，紧抓抖音等兴趣电商发展红利，电商销售收入规模较 2021 年同期有较大幅度增长；（3）公司持续精耕优势线下渠道，充分利用自身经销渠道优势和品牌优势，实现经销模式销售收入的稳步增长。

随着销售业绩的增长，2022 年公司经营活动现金流量净额较 2021 年同期增长 14.59%。

公司 2022 年 12 月 31 日资产负债表的主要报表项目（金额占资产总额的比重超过 1%）与上年年末相比的变动情况，2022 年度利润表主要报表项目（金额占净利润的比重超过 5%）、现金流量表的主要报表项目与上年同期相比的变动情况，及变动接近或超过 30%的主要报表项目的变动原因分析已于上市公告书进行了披露，投资者欲了解相关情况请仔细阅读上市公告书“第五节 财务会计资料”之“二、2022 年度主要经营情况及其变化”。

（二）2023年1-3月主要经营业绩情况预计

结合过往业绩、市场需求及订单情况，公司合理预计 2023 年 1-3 月经营业绩情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-3月 (预计)	2022年1-3月 (未经审计)	变动率
营业收入	32,600-34,300	30,968.96	5.27%-10.76%
净利润	3,100-3,350	2,843.00	9.04%-17.83%

项目	2023年1-3月 (预计)	2022年1-3月 (未经审计)	变动率
归属于母公司所有者的净利润	3,100-3,350	2,843.00	9.04%-17.83%
扣除非经常性损益后的归属于 母公司所有者的净利润	2,750-2,970	2,493.00	10.31%-19.13%

2023年1-3月，公司营业收入预计为32,600万元至34,300万元，较2022年同期增长5.27%至10.76%，归属于母公司所有者的净利润预计为3,100万元至3,350万元，较2022年同期增长9.04%至17.83%，扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者的净利润为2,750万元至2,970万元，较2022年同期增长10.31%至19.13%。随着公司2023年1-3月主要产品销量及单价进一步增长，公司预计盈利水平将稳步增长。

上述预计财务数据仅为公司管理层根据实际经营情况对经营业绩的合理估计，未经审计机构审计或审阅，不代表公司最终可实现的营业收入及净利润，也并非公司的盈利预测。

五、公司特别提醒投资者注意以下风险因素

（一）市场竞争风险

中国口腔清洁护理用品行业市场环境成熟，可供消费者选择的品牌和品类数量众多，市场化竞争程度较高。近年来，随着国民消费水平和健康生活理念的不断提高，消费需求呈现出多样化、个性化、品质化的趋势，口腔清洁护理用品行业在保持稳步增长的同时，市场竞争已从价格竞争、渠道竞争转向品牌效应、研发技术、产品结构、服务质量、经营管理甚至资本实力等方面的全方位竞争。如果公司在品牌建设、核心技术突破、产品力提升、营销模式创新和客户高水平服务等方面不能持续满足市场需求，可能面临市场份额流失、盈利能力下降等风险。

公司主打品牌“冷酸灵”经过多年的培育与发展，已成长为我国抗敏感牙膏细分领域的领导品牌。根据尼尔森零售研究数据显示，报告期各期“冷酸灵”品牌在抗敏感牙膏细分领域的线下市场份额占比持续稳定在60%左右。在激烈的市场竞争中，公司需持续强化核心技术、品牌推广与营销模式等系统创新，如果主打品牌“冷酸灵”不能持续巩固自身在品牌力、渠道力及抗牙齿敏感技术等方面构筑起的竞争壁垒，将会导致公司在抗敏感细分领域的份额流失，进而对公司核心竞争力和盈利能力造成不利影响。

（二）品牌形象维护风险

口腔护理用品直接面向消费者，品牌形象是影响消费者购买选择的重要因素。经过三十多年的培育，公司主要品牌“冷酸灵”已具有较高的知名度和美誉度，受到广大消费者的青睐。如果市场上出现不法厂商仿制、仿冒公司品牌进行非法生产销售，或有其他侵犯公司品牌形象的事件发生，公司将存在品牌形象被损害的风险。公司为保护品牌形象而进行的诉讼将产生较高费用，或消费者对公司产品的消费意愿下降，对公司盈利产生不利影响。

同时，为维护品牌形象，公司每年均在品牌建设方面投入较多资源。若公司未来无法保证品牌建设的持续投入，或无法取得预期效果，则将对公司的品牌影响力产生不利影响，从而导致公司业绩下滑。

（三）销售模式不能适应市场变化的风险

报告期内，公司产品销售以经销模式为主。报告期各期，公司经销模式收入分别为 81,572.38 万元、88,245.57 万元、93,041.48 万元和 47,379.60 万元，占当年主营业务收入的比例分别为 86.63%、85.88%、81.61%和 77.70%。经销模式下，公司借助经销商的网点资源，建立了基本覆盖全国范围的销售网络，提高了公司产品市场渗透率。随着公司业务规模和销售区域的不断扩大，若公司对经销商的管理无法与公司的经营发展相匹配，将对公司在相关地区的销售目标达成造成一定影响。

公司直供模式的客户是具有较强议价能力的重点零售客户，部分采用直供模式的零售客户由于受到线上渠道的冲击等因素的影响，可能进行经营策略的调整，甚至撤出部分区域市场，这将会对公司经营业绩产生不利影响。

近年来随着科技的进步与发展，电子商务、智能终端和第三方物流的快速发展，消费者网络购物更加便捷，兴趣电商、社区团购、B2B 和 O2O 等新业态不断兴起，越来越多的消费者加入到网络购物的行列中。如果未来市场消费习惯和渠道发展出现重大变化，导致销售模式不能较好的满足市场消费需求，将对公司销售业绩的稳定性及持续性造成不利影响。

（四）研发及新产品开发风险

公司在口腔清洁护理用品行业持续深耕，为满足多样化的市场需求、适时引导消费趋势，公司高度重视技术研发工作，不断加大研发投入，持续研发并推出具有核心竞争力的新产品。在新产品研发过程中，尤其是一些涉及创新技术的研究领域，可能出现研发方向与市场需求有差异、研发成果无法实现产业化、甚至研发失败等情况。

因此，如果将来公司未能收回新产品的开发、生产及市场培育成本，或因研发周期较长而影响市场拓展先机，可能会对公司的财务状况及整体盈利能力造成不利影响。

（五）人才流失或储备不足的风险

公司聚焦口腔清洁护理用品行业发展，经过持续的内部培养与外部引进，现已汇聚了一大批涵盖消费者洞察与分析、数字化整合营销、品牌策划、产品运营、渠道销售、技术及产品研发、智能制造等领域的专业技术和复合型管理人才。随着行业的快速发展，核心技术和人才将成为稀缺资源，在充分竞争的市场环境下，同行业公司正在采取更为主动的人才竞争策略进行人才的争夺，公司部分专业技术和管理人才存在流失的风险。如果公司核心技术和人才流动过大，或培养储备的人才不能满足公司业务发展的需要，可能会对公司生产经营造成不利影响。

（六）产品质量风险

公司产品主要为口腔护理用品，是消费者日常生活用品，具有较高的使用频率。产品的质量不仅关系消费者的使用体验，如果存在缺陷，也可能影响消费者的身体健康。随着消费者以及监管机构对产品质量关注度和重视度提高，一旦产品出现质量安全问题，将对公司形象 and 未来发展带来负面影响。同时，公司产品受到化妆品、医疗器械等相关法律法规的约束，不仅要求产品质量合格，也要求产品质量实现过程实时合规。如未能及时发现原材料及产品生产过程中的质量问题，导致不合格产品面市甚至发生产品质量安全事故，将对公司品牌形象以及生产经营造成负面影响。

上述风险为公司主要风险因素，将直接或间接影响本公司的经营业绩，请投资者特别关注公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书“第三节 风险因素”章节，并特别关注上述风险的描述。

敬请广大投资者注意投资风险，理性投资。

特此公告

重庆登康口腔护理用品股份有限公司

董事会

2023年4月10日