

证券代码：000423

证券简称：东阿阿胶

东阿阿胶股份有限公司 2020 年度业绩说明会交流记录表

编号：202101

投资者 关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <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	广大投资者朋友
时间	2021 年 3 月 31 日
地点	山东东阿县阿胶街 78 号 公司会议室
上市公司 接待人员姓名	总裁 高登锋 副总裁、财务总监、董事会秘书 邓蓉 副总裁 刘广源
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>一、研发费用大幅下降的原因，研发人员也有所减少。研发费用大幅减少的同时，管理费用大幅增加的原因。</p> <p>答：公司加强研发费用投入管理，暂停了一些投资周期长，实操难度大，人力物力耗费大，短期无法实现价值转化的研发项目；同时因疫情原因，造成了一些项目合作单位无法正常开展试验研究，在一定程度上研发项目延期。</p> <p>管理费用增加主要是为全面深化国有企业改革，加快剥离国有企业办社会职能和解决历史遗留问题，平稳有序地推进国有企业退休人员社会化管理工作。根据中共中央办公厅、国务院办公厅下发《关于国有企业退休人员社会化管理的指导意见》的通知》（厅字〔2019〕19 号）通知要求，2020 年计提已退休人员的社会化管理统筹外费用。</p> <p>二、请问贵司 2020 年年报中的应收款项融资全部是银行承兑汇票</p>

吗？有没有部分是商业承兑汇票呢？

答：为防范资金风险，我公司回款政策银行汇票一直收取银行承兑汇票，应收款项融资均为银行承兑汇票。

三、1.78 亿的库存商品跌价损失是什么商品？

答：国家 2020 版药典于 2020 年 12 月 1 日正式实施，为保障中药的有效性和安全性，修订提高中药饮片质量标准，且在质量保障的前提下，修订中药材、中药饮片的相关检测项目和标准，进一步加强中药材和饮片的专属性鉴别和整体性质量控制，加强对中药材（饮片）33 种禁用农残的控制等。2020 年考虑公司中药材库存时间比较长，市场质量标准变动、市场价格波动、市场消费趋势等因素，公司对现有存货进行减值测试，发现存在减值迹象，按照成本与可变现净值孰低计量，计提相应减值准备。后期我们会持续关注市场行情及销售情况，定期进行减值测试。

四、各地区价格差异大，网购价格变化大，正规渠道下，价格在不同期间从 600 到 1000 不等，是否考虑稳定价格？

答：市场逐渐恢复良性，稳定价格是必须要做的，2021 年调供需、稳价格是营销动作，我们将采取控货措施，强化对市场秩序的治理。

五、目前去库存情况怎么样？2021 年还要控货吗？新药典带来的变化，友商的提价，公司如何看未来出场的价格？退出重资产，未来驴皮会不会成为长期发展的制约？

答：目前，库存逐渐趋于良性。十四五期间，驴皮供应仍是战略目标达成的关键要素，公司将前些年布局的养殖示范业务进行资产轻资产化，养殖示范业务重点聚焦繁育模式技术推广和普及，重点解决养殖繁育过程中的关键技术难题。2021 年公司实施轻资产化，剥离部分区域不盈利的养殖示范业务，聚焦东阿基地，集中资源实施驴产业链关键技术攻关突破，推动整个产业链技术迭代升级，提升产业链竞争力，扩大养殖规模，为后续原料可持续发展奠定基础。

六、请问一季度销售业务数据什么时候披露？

答：一季度业绩预告，按规定最迟于4月15日前公布。

七、现在已是3月底，渠道库存什么时候能够清理完毕，恢复正常出货？

答：2020年以来，公司聚焦渠道“去库存、保增长”开展系列营销动作，拉动渠道及终端库存消化。截至目前，渠道库存逐渐趋于良性。

八、公司对产业链上游驴皮原料的供给与质量管控有何打算？如何在保证质量的前提下实现平抑价格波动、保障充分的供给？

答：公司聚焦核心产皮区域屠宰终端，从产皮的首要环节控制驴皮质量，实施屠宰终端驴皮直送，驴皮全部按照干皮逐张进行验收。

公司聚焦核心产皮区域屠宰终端和驴皮供应商，建立持续稳定合作关系，根据公司安全库存、市场价格和供需关系变化实施采购，在保证安全库存的情况下，优先从屠宰终端实施驴皮采购，缩短采购渠道，降低采购成本。

九、公司计划回归轻资产运营模式，剥离养殖业务，关于未来驴皮价格的波动有什么应对策略？

答：公司剥离的养殖业务为部分区域不盈利的养殖示范业务，该业务主要围绕前端繁育技术推广和普及，对驴皮价格影响不大。

2021年，公司以东阿基地为核心实施驴产业链养殖环节关键技术攻关突破，推动产业链上养殖环节技术迭代升级，围绕提升养殖效益，解决存在的怀孕率低、驴驹成活率低等技术难题。

十、公司推出如此多新品，是多元化发展吗？

答：通过孵化新产品，满足不同消费者的需求（包括新客群、新需求），形成产品梯队，围绕阿胶实施相关多元化。

十一、公司产品有无向日化美妆发展意愿？如有，是哪个方面，面膜？

答：阿胶中含有的丰富的矿物质和微量元素，有着补血养血、

美容养颜、延缓衰老的功效。“十四五”期间，公司将探索美妆新领域，通过内部孵化与外部合作，探索有效发展模式，积蓄能力，开发阿胶护手霜等系列化妆品，以顾客需求为中心，推进“生活东阿阿胶化”。

十二、公司年报计提情况，能解析下吗？存货计提的主要是哪些产品？有一家客户约3亿的应收，100%计提，请详解下？

答：国家2020版药典于2020年12月1日正式实施，修订中药材、中药饮片的相关检测项目和标准，加强对中药材（饮片）33种禁用农残的控制等。2020年考虑公司中药材库存时间比较长，市场质量标准变动、市场价格波动、市场消费趋势等因素，公司对现有存货进行减值测试。

根据以预期信用损失模型为基础，考虑历史统计数据（如交易对手评级、担保方式及抵质押物类别、还款方式等）的定量分析及前瞻性信息，建立违约概率、违约损失率及违约风险敞口模型。考虑存续期内的预期信用损失金额、分析应收账款的账龄和客户信誉情况，评价应收账款坏账准备计提的合理性，2020年公司根据会计政策计提了应收款项坏账准备。

十三、能否详细介绍一下公司的销售结构，渠道构成和占比？

答：东阿阿胶依托于事业部进行产品销售，目前分为阿胶顾客增长事业部、复方阿胶浆顾客增长事业部、药品拓展增长事业部、海外销售事业部、功能保健与快消品增长事业部、体验营销事业部、新滋补增长事业部7个事业部。

渠道构成以药店、医疗、电商、直营店、商超、海外为主，其中：药店为主要销售渠道，销售占比三分之二左右。

十四、公司继续发力线上，特别看到网红带货也在开展；我的问题是：公司如何管理线下的经销商？目前的情况，持续很多年了，走进药房，往往店员会推荐其他品牌的，（也许其他品牌给到的返利较多），作为国宝级滋补品，在门店管理，消费者引导上，希望能够让顾客看到东阿，就看到了不一样的品牌，不一样的公司治理。

答：东阿阿胶有区别于竞争对手的核心竞争力，企业有国家胶类工程研究中心，在产品品质上长期保持行业领先。

2021年将采取差异化竞争策略，从产品差异化、文化差异化、品质差异化、研发差异化，强化与竞争对手的区隔，将差异化内容赋能零售门店，持续强化店员教育，引导消费者认知和购买。同时，采用相对灵活的方式，适当增加返利，减少终端拦截，提升终端推荐力。

十五、我发现公司对阿胶安胎保胎功效的宣传很少,这是很大的市场,希望公司重视!

答：感谢您的建议，感谢您对东阿阿胶的关注与支持！

十六、2020年研发投入金额与研发人员数量均有下降，是出于怎样的考虑？

答：2020年，公司加强研发费用投入管理，暂停了一些投资周期长，实操难度大，人力物力耗费大，短期无法实现价值转化的研发项目；同时因疫情原因，造成了一些项目合作单位无法正常开展试验研究，在一定程度上也使研发项目延期。

2021年，公司将加大研发投入，强化顾客导向、临床价值导向，突出研发核心价值产出，构筑核心技术壁垒，通过创新驱动为市场及营销赋能，持续引领研发创新。

十七、可以感受到公司管理层转型升级的决心非常大，公司提出的新战略于之前的经营大不相同，像数据运营，外延并购，但是专业的事还是要专业的人去做，公司央企的体制是否阻碍了公司对新人才的聘用，如果这些战略没有对应的专业人才去执行，是否会进展缓慢或者成为公司新的包袱，公司对此有什么解决的办法吗？

答：对公司来讲，央企身份是吸引人才的一大优势；央企人才管理机制与市场化人才管理机制并不是相悖互斥的两个概念，两者实为一体。不会对人才聘用产生阻碍，从长期视角看，会对人才聘任产生更为积极的影响。

对目前的人才管理，东阿阿胶坚持内外并举，外部依靠企业平

台、事业发展招录专业人才；内部通过领导力提升、专业力建设和人才梯队涵养提升执行效能；同时着力构建多元化的人才生态，通过逐步性全国人才布局确保人才流入。

十八、现在很多投资者，比较担心福牌阿胶带来的竞争。请问，如何看待这些其他阿胶品牌带来的竞争？准备通过哪些策略和举措，来应对并且赢得这些竞争？

答：其他阿胶品牌带来的竞争，对激活整个品类市场是有利的。对于竞争者，公司作为阿胶行业领导品牌，将继续从研发、质量、品牌、新品等方面保持提升，打造企业护城河，同时采取积极措施应对其他竞品的竞争。

十九、作为一个东阿阿胶小股东和东阿阿胶产品的消费者，在使用过程中发现：1、复方阿胶浆对提高睡眠质量有非常大的功效，但发现身边的亲戚、朋友、同事对该产品缺很少知道，请问阿胶公司能否在院外大力宣传复方阿胶浆产品？2、对于阿胶块产品这款，250g OTC 阿胶块价格定位在中高端客户。但在中端客户这款，以前一直确实，但 2020 年开始欣喜看到公司有小金条阿胶粉和阿胶丁产品推出，个人觉得这两款产品市场前景巨大请问一下 2021 年，阿胶公司在这两款产品市场推广方面有什么计划？

答：复方阿胶浆对治疗睡眠有很大功效，目前正在积极开展院外宣传工作，特别是加强与研发机构和医疗机构的合作，扩大适用人群。

小金条阿胶粉属于开发年轻客群、便利新剂型，2021 年进一步强化市场推广，引导新消费；阿胶丁属于医疗渠道膏方专供产品，扩大医疗市场销售规模。

二十、2020 年公司的投资者互动平台长期未更新，作为一个尊重投资者的上市公司，希望能在平台上多与中小投资者互动。很多东阿阿胶的投资者都非常友善，我觉得他们很可爱。

答：感谢您的提醒，未来我们将加强与中小投资者的沟通互动。

二十一、公司未来对已回购股份实施股权激励的业绩条件是什么？

答：公司已于 2020 年启动上市公司股权激励方案的设计工作，目前正在推进中，后续将结合企业特性、激励的适配性等综合考量推进方向。如有实施进展，将按照要求履行相关披露程序。

二十二、听说存货还有 5-8 个亿需要计提, 请问情况是否属实?

答：目前，公司未发现相关情况。

二十三、公司有无将部分市场化部门迁到济南或者其他大城市的计划或者举措，便于吸引人才？

答：目前，已有部分相关部门搬至济南等城市。公司将坚持内外并举，外部依靠企业平台、事业发展招录专业人才；内部通过领导力提升、专业力建设和人才梯队涵养提升执行效能；同时着力构建多元化的人才生态，通过逐步性全国人才布局确保人才流入。

二十四、今年的年度股东大会日期是否已经定下来，大致会在什么时候开？

答：按规定，年度股东大会将于 2021 年 6 月底前召开。

二十五、公司 18.08 亿应收款项融资中银行承兑汇票占比？

答：应收款项融资中均为银行承兑汇票。

二十六、我认为线下经销商渠道也特别重要，不能光把经销商定位为配送商。

答：我们会结合经销商的自有网络和市场推广能力，个性化深度开发市场，发挥配送之外的职责。

二十七、贵公司在过去有一些年份当中，比如说 2014 年至 2018 年，经营性现金流净额，和年度净利润之间，总是会出现一些差异，经营性现金流净额比净利润要低不少，请问这个问题产生的原因是什么？在未来可否得到解决？将如何解决？

答：公司实施驴皮原料采购现款结算政策，商品销售回款政策为现款或 3 个月银行承兑汇票，会形成经营活动现金净流量与净利润之间差异。公司一直坚持“现金为王”经营理念，2020 年公司经营性现金净流量高于净利润。

二十八、请问贵公司说的“东阿阿胶有区别于竞争对手的核心竞争

力”，请问指的哪些？站在消费者角度考虑，为什么比其他阿胶贵这么多？好在哪里？营销上能不能有和其他阿胶的差异化宣传？

答：东阿阿胶有区别于竞争对手的核心竞争力，公司建有国家胶类工程研究中心，在产品品质上长期保持行业领先；2021年，公司将采取差异化竞争策略，从产品差异化、文化差异化、品质差异化、研发差异化强化与竞争对手的区隔，将差异化内容赋能零售门店，持续强化店员教育，引导消费者认知和购买；同时，采用相对灵活的方式适当增加返利，减少终端拦截，提升终端推荐力。

二十九、非常看好公司年报提出的“建设自有消费者数据中台，转型新商业模式，以消费者资产运营为核心培育第二增长曲线”的战略。请问，公司在具体落实方面，有哪些举措？

答：2020年面对疫情影响，公司积极进行数字化转型，从关注渠道转变为关注顾客，提出“足不出户 运营一座城”，着眼于为顾客提供个性化产品和服务，搭建了“娇生活”社交新零售平台，实现精准运营和产品销售转化。并将内容运营作为重要一环，组建“内容俱乐部”，统筹内容和技术力量，运用社交媒体手段宣传中医药养生独特理念、方法与产品，撬动消费者的健康需求。

“十四五”期间，东阿阿胶将围绕大健康产业、围绕阿胶功效进行品类延展，优化丰富产品体系，从资源端逐步转移到顾客端，以消费者需求为导向，培育更多满足顾客需求的产品及能力。2021年为公司数字化转型的提速之年，公司将继续加大数字化转型力度，持续强化顾客运营，沉淀并积累顾客数据。

三十、目前终端渠道库存情况如何？经销商的进货意愿如何？有经销商反应价格倒挂，进货意愿不足，公司打算如何应对？

答：截至目前，渠道库存已趋于良性。经销商定位是产品配送商，承担着零售终端货物配送职能，满足终端不断货和公司现金流的需要；终端药店是产品服务商，是直接面对消费者的核心群体；经销商进货量大小和进货频次，取决于终端客户进货效率。

公司营销团队长期维护零售终端，赋能连锁、药店、医疗机构，

	<p>并实施顾客运营，开展系列品牌社群活动，并随时根据动销情况调整市场策略及政策，满足经销商库存周转需要，进而持续进货。</p> <p>三十一、2021年是国企股权激励改革的最后一年，2020年已经回购了部分股票，股权激励方案有在制定么？</p> <p>答：公司已于2020年启动上市公司股权激励方案的设计工作，目前正在推进过程中。如有实施进展，将按照政策要求履行相关披露程序。</p> <p>三十二、2020年年报第10页提到“工艺创新战略”，准备如何实施？在哪些工艺方面进行创新？</p> <p>答：实施工艺创新战略，既是响应国家“中医药传承创新发展”的号召，又是东阿阿胶的企业基因。十四五期间，公司将持续加大工艺技术创新研发力度，计划通过优化提取温度，细化、优化提杂工艺等提高阿胶的内在品质，先进行实验室研究，在确认品质提升效果后按照国家相关规定进行变更。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2021.3.31</p>