

证券代码：000423

证券简称：东阿阿胶

东阿阿胶股份有限公司 2021 年度股东大会交流记录表

编号：2022-02

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 type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" 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	公司股东及委托代理人等
时间	2022年6月29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	董事长 高登锋 董事、总裁 程杰 董事、副总裁、财务总监、董事会秘书 邓蓉 副总裁 李新华
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>一、东阿阿胶是我们一直关注的一个有文化历史底蕴的公司。对于今年整体来说，在去阿胶库存之后，迎来比较好的第三年。那么，今年的收入和利润预期如何，包括几款主要产品的具体发展情况？关于数字化的问题，公司计划如何去做、去推行？</p> <p>董事长高登锋先生就这一问题进行了回答。</p> <p>答：总体来说，今年利润预计较去年有所增长。</p> <p>关于几大产品的情况。公司将深耕阿胶块，不断提升终端服务体验，以成为东阿阿胶的文化 IP 和符号。同时，要加强消费者教育，放大产品量级，让更多的消费者用到质量最好的产品和体验到最流畅的服务。</p> <p>作为重要大品种，公司力求将复方阿胶浆打造成为销售额第一的产品。今年，公司专门成立了医疗事业部，旨在建立专业优秀的团队，将复方阿胶浆这个产品做深做细，并通过医疗等渠道，来实现这个产</p>

品更多方面的推广。

桃花姬是中国年轻人用东方文化符号传递爱的媒介，这其中彰显优秀传统文化的自信，优秀传统文化中看得见摸得着的、最生动活泼的就是中医药文化，桃花姬就是中医药文化中年轻时尚的典型代表。今后，公司将从这个角度来打造她的品牌和品类，包括运营能力等。

对于数字化，不是简单的线上化，也不是电商化。数字化的本质是人性化，通过今天的技术工具、数据，了解消费者画像，以及消费者购买产品的整个过程。同时，消费者画像是动态的，不是静态的，通过动态的画像、技术工具及数据，能够更加清晰的看到消费者的模样，从而为消费者提供更多更好以及更需要的产品。营销端的数字化倒逼着工厂端的数字化，生产、采购、包装、原料整个过程的数字化才是重要的。

二、燕窝的销售情况，以及未来的发展突破方向？燕窝有没有可能成为继桃花姬后一个大的增量单品？在公司未来的销售体系中，将会把燕窝放在什么位置？关于公司中高端产品，入门产品是红标阿胶，中端产品是金标阿胶、喜字阿胶等，高端产品是九朝贡胶，请问产品定位如何？

董事长高登锋先生就这一问题进行了回答。

答：今年 618 期间，燕窝比去年同期增长了三倍。公司现在在研发阿胶燕窝，因为燕窝和阿胶在传统认识上是一致的，侧重于养颜功效，所以人们会对阿胶、燕窝与女士、养颜产生天然联想。

燕窝属于健康快消品，由于品类比较独特，在消费人群方面虽然与阿胶消费人群有所重合，但产品运营方式、消费者特点以及品类竞争方面则存在一定差异。下一步，我们将充分利用双方优势互补，推进阿胶燕窝取得新突破。

公司产品组合，主要是基于满足不同消费者需求以及终端需要，体现在定位、原料等方面的差异性，并通过持续的优化整合，满足更多消费者的多场景消费需求，从而充分传递东阿阿胶的品牌、价格等综合差异化。

三、生物制药现在是比较火的一个行业，目前有没有规划把这个作为一个重点发展方向？另外前一段时间公司通过了一个投资管理制度，这是不是预示着公司今后增长方式有所转变，由投资作为控制性的增长方式，是否会有这方面的设想规划？同时，程总来到东阿阿胶后，对公司今后经营发展有何具体思考及规划？

总裁程杰先生就这一问题进行了回答。

答：非常高兴今天与各位股东代表见面，对大家远道而来参加本此年度股东大会，表示热烈欢迎！东阿是一块神奇的土地，这块土地能够孕育出一个三千年的阿胶，这本身就是非常难得的缘分。所以，这就是“一次东阿行，一世阿胶情”。

今年上半年，公司重点开展了三方面工作：第一方面是充分行动，深化生态治理。因为长期稳定的生态体系，是消费者和合作伙伴信心的保障。从总体策略来说，做这件事需要有“三心”：第一是一定要有决心，把整个生态治理到一个健康稳定的水平；第二是一定要有信心，依靠客户、广大员工，赢得这场胜利；最后一点是一定要有耐心，因为这是一个长期的巩固过程，不能仅仅追求短期效益，不能在遇到业绩的压力和波动的情况下，就调整策略。一定要保持战略定力，因为这项工作是做好东阿阿胶顶流品牌的一个最重要的前提。同时，公司坚持“动态清零”，每天持续关注，向客户传递价值。

第二项工作是基于现状以及未来发展，构建了两大业务板块，形成长期合理布局。一个是成立药品中心，再就是成立一个未来非常期待创新突破的健康消费运营中心，也就是未来生态的布局。对于药品，一定要回归到药品的逻辑去做，健康消费品与药品的逻辑是不同的，无论是从研发生产到敏捷的服务，还是到消费者响应，都是存在一定差异的。药品中心要围绕阿胶块和复方阿胶浆两大核心产品，真正把它做实，实现健康良性发展。尤其对于复方阿胶浆，无论处方还是疗效、体验，基于当前我国多级分级诊疗的格局下，这个品种是有非常大的发展空间的，同时也需要投入更多资源。公司将拟订一个打通产业链的大品种计划，在一个战略周期内，实现突破性增长。基于此，

公司在药品中心构建了医疗事业部和 OTC 事业部,不同专业的团队去做专业的事情。尤其是做好学术赋能,在医疗上实现突破。在其他药品方面,公司还拥有一系列成长性品种,比如说针对男科的海龙胶、龟鹿二仙口服液等等,这些产品在未来都会持续增长,当然还是要聚焦。

关于健康消费品,围绕“阿胶+”“+阿胶”以及现代人对保健滋补的需求,做好更多的基于年轻人的沟通方式,同时通过一些数字化手段,构建我们和年轻人的朋友圈,来实现年轻人的第一口阿胶。当然,呈现方式不一定是块状的传统方式,有可能是非常时尚的,比如像花筒龄这样的一个入口即化的产品。

东阿阿胶的核心是品牌生意,品牌生意的根本就是驱动持续健康增长。在品牌推广过程中,药品存在一些限制,这其中涉及到创意内容等方面,但是相对来说健康消费品的空间很大。所以说从这角度上讲,药品对健康消费品是功效赋能,健康消费品对于药品是传播赋能,两者相得益彰。尤其在消费者构建以及深度连接等方面,会产生非常好的效果。

第三项工作就是为客户,一个是公司的终端客户,另一个是为我们的消费者,提供 C 端服务的敏捷的团队,比如健康连锁、体验营销,包括未来的兴趣社交电商以及围绕抖音系的一系列生态链建设,这是直接和众多的用户去深度沟通、深度服务的一个过程。通过优化健全立体完善的客户体系,真正实现解决问题效率的最优化、客户满意度的最大化,从而提高公司的整体服务水平,实现企业与客户的双赢。

综合来说,公司当前工作主要围绕四个重塑来开展,即价值重塑、业务重塑、组织重塑、精神重塑,对于东阿阿胶来讲,四个重塑的本质是什么?那就是要从个人的英雄主义转向以华润强大经营影响下的团队文化,去重塑团队,重塑东阿阿胶的辉煌。华润文化第一最重要的就是市场化,高度市场化,各个板块都是市场化的头部。其次就是主人翁意识,用一种强大的责任感和使命感,推动事业的发展。第三就是自强不息、海纳百川以及战略建设,这就是要赢得市场,舍我

其谁，不断打硬仗、打胜仗的文化。总结来说，华润文化在精神方面就是为中华民族伟大复兴而立心，为创造人民幸福生活而立命，为国家经济繁荣而立身。

在四个重塑过程中，我们一定会把华润文化深度根植在东阿阿胶团队心中，落实到具体行动上。那么基于未来可能的发展，要做好四个坚持：第一个就是坚定不移的打造东阿阿胶滋补国宝的顶流品牌。作为民族瑰宝，东阿阿胶凝结了几千年的沉淀，后续公司将持续加大品牌投资力度，不断强化东阿阿胶与消费者的和谐关系以及公司在消费者心目中的位置。第二个就是坚定不移的维护生态体系，这是保障长治久安的一个基本前提，同时也是一个预期管理的概念。第三个坚持就是要坚定不移的深化高质量工商合作。工商合作不仅要加强和几大核心连锁的合作，而且是和所有的与东阿阿胶品牌相关的朋友圈的深度合作。在深化过程中，聚焦精选能够符合公司发展战略的核心客户。同时，在这个过程中，充分运用数字化工具和先进技术，深度连接用户，传递用户价值。第四个就是要坚定不移的依托华润强大的平台力量。加大研发投入，开发“阿胶+”“+阿胶”系列产品，为年轻消费者提供更加多样化的服务和解决方案。

东阿阿胶的核心价值观是厚道、地道、传承、创新。厚道、地道是东阿阿胶人的色彩，奋勇争先是东阿阿胶人的豪迈，传承创新是东阿阿胶人的使命，创新就是为了更好的传承。2022年是东阿阿胶建厂七十周年，“传承三千载，一诺七十年”“一山、一水、一圣人、一圣胶”，这个“圣胶”已经传递了三千年，一代人要走好一代人的长征路，在讲好过去的故事的同时，有信心书写更加美好的未来。

关于具体问题，生物药不是公司的战略重点。东阿阿胶将聚焦“滋补国宝、顶流品牌”，坚定不移做好这件事，坚定战略抱负，保持战略定力，把东阿阿胶真正打造成滋补国宝的顶流品牌。

四、公司有没有品牌代言人？

总裁程杰先生就这一问题进行了回答。

答：药品是不允许用明星代言的，但是未来不排除公司健康消费

	<p>品，比如桃花姬这样一款诗情画意的产品，可能会采取一些代言的方法，这是技术问题，相信公司未来会有很多这样的传播组合和创意组合。</p> <p>五、股权激励现在推进的程度怎么样？</p> <p>董事长高登锋先生就这一问题进行了回答。</p> <p>答：对于股权激励，公司正在推进过程中。以前公司还有一套中长期激励方案，对于这个方案也在进行优化。不论哪种方案，目的是一样的，就是建立健全激励机制，真正实现对组织发展的推动作用。</p> <p>六、作为一名东阿阿胶的长期投资者，对公司发展非常关注，希望公司稳健经营、稳定增长，达到战略预期目标。</p> <p>总裁程杰先生就这一观点作出了回应。</p> <p>答：感谢对东阿阿胶的关注与支持！公司将持续打造滋补国宝品牌，持续增长是公司长期的目的。当前所遇到的疫情叠加以及包括生态治理等问题，都是短期的。公司一定会用智慧和资源，克服短期困难，实现长期增长。这种长期的增长，是基于对“东阿阿胶”品牌的信赖，以及未来东阿阿胶和年轻人沟通方式下产生的新的产品与新的载体的信心。</p> <p>在新的发展形势下，公司将保持清楚的战略定力，持续的、坚定的做正确又难的事情。相信大家在未来的时光里能够看到这种坚韧，能够看到公司的这种成长，同样的，也能收获价值。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2022. 6. 29