



证券代码：002737

证券简称：葵花药业

**葵花药业集团股份有限公司投资者关系活动记录表**

编号：2022-004

<p>投资者关系活动类别</p>	<p> <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 type="checkbox"/>现场参观  <input checked="" type="checkbox"/>其他（电话会议）         </p>
<p>活动参与人员</p>	<p> <b>上市公司：</b>            副总经理     海 洋            财务负责人   吴春红            董事会秘书   周广阔            证券事务代表 李海美  <b>其他参与方：</b>            方正证券研究所、睿郡兴聚、大家资产管理有限责任公司、兴业基金、工银安盛资管、泰康资产、博远基金、天治基金、德邦基金、中银国际资管、天弘基金管理有限公司、太平基金、长盛基金管理有限公司、大成基金、南方基金、中信资管、华夏基金管理有限公司、方正证券股份有限公司-资管、万家基金、金信基金、红土创新基金管理有限公司、上投摩根基金、中银资管、国寿养老、中庚基金、聚鸣投资、东方自营、平安基金管理有限公司、鲸域资产、广发基金、博时基金、恒越基金、国华兴益资管、中金基金         </p>
<p>时间</p>	<p>2022年8月10日9:00</p>
<p>地点</p>	<p>线上</p>
<p>形式</p>	<p>电话会议</p>
<p>交流内容及具体问答记录</p>	<p> <b>一、公司 2022 年半年度经营情况简介</b>            感谢投资者的关注和参与！2022 年上半年，面对疫情的持续反复，公司管理层围绕年初制定的战略规划，稳步开展各项工作。            销售业务虽因疫情反复有所波动，但公司管理层审时度势，适时调整经营策略，充分发挥品种储备优势，降低疫情对特定品类产品的销售影响；同时，公司内部持续加强精细化管理，优化组织效能，促进公司盈利能力稳步提升。            公司 2022 年上半年实现营业收入 22.49 亿元，较去年同期增长 7.01%，归属于上市公司股东的净利润 4.01 亿元，较去年同期增长 30.56%。            下半年，公司也会再接再厉，力争为广大投资者交上一份满意的答卷。         </p> <p> <b>二、互动问答</b>  <b>1、公司在净利润提升方面具体做了哪些工作？</b>            答：长期以来，公司坚持“开源+节流”双举措并重的战略导向，对外不断扩大市场份额，对内管理上不断优化，持续提升组织效能。同时，在生产端，对现有的 13 家生产企业进行有效的资源整合，进一步提升产能利用率、提升效益效能，有效控制经营成本；在销售端，公司基于市场情况对销售品种结构有效调整，并有针对性的制定单品销售策略，加之上半年疫情影响部分动销活动受限，费用端有所下降，促进整体的业绩提升。         </p>

	<p><b>2、公司核心品种的销售情况及涨价情况如何？</b></p> <p>答：上半年，公司成人药主品护肝片和儿童药核心主品小儿肺热均保持了良性增长，部分呼吸感冒药品种受疫情影响有所下降。</p> <p>主品价格方面，公司会综合考虑利润率水平、市场份额、市场接受度相关情况，调整价格水平。</p> <p><b>3、外延品种方面，公司目前有什么产品可以介绍下吗？</b></p> <p>答：外延品种公司目前围绕两个方向：一是大 OTC 品类补充,其中，儿童、心脑血管、妇科都是公司关注的核心领域。2021 年开始，公司已逐步落地了部分品种 BD 项目，收购了双黄连颗粒等 6 个儿童药品种，参股了贴剂企业，希望未来在 OTC 端给公司带来持续的品种补充。二是在儿童药方面，引进儿童罕见病、精神神经类产品。另外，大健康领域，公司投资益生菌企业，未来将在大健康领域持续打造益生菌核心品类。</p> <p>公司整体战略布局在持续落地，但新品种目前在培育过程中，对当期业绩贡献值有限，期待未来给公司业绩带来积极影响。</p> <p><b>4、针对未来儿童用药市场公司怎么看？</b></p> <p>答：对整个儿童用药市场来看，公司还是比较乐观的。</p> <p>首先，无论是药品、健康品，功能性食品，家长的消费强度是有显著增长的。其次，随着社会的不断发展，儿童病症逐渐增多、性早熟、抑郁、肥胖等非传统疾病病症有所增加，儿童领域用药的范围、涉及范畴是逐渐被拓宽的。</p> <p>也正是基于这种考虑，公司在外延品种上引进了罕见病、精神神经类产品，希望进一步拓宽公司儿药市场。</p> <p><b>5、公司有专门的 BD 团队吗，未来会引进更多 BD 项目吗？</b></p> <p>答：公司有专门的BD部门，专门负责BD业务。从产品获取上，公司坚持“买、改、联、研、代”的研发策略，且公司资金比较充裕，如果有助于增强公司产品力、品种储备，公司对于合作方式并不排斥，核心关注的是标的品种是否适合公司。</p> <p><b>6、公司 OTC 销售占比大概是多少，未来在大集采背景下，还会坚守 OTC 吗？</b></p> <p>答：OTC 板块占公司整体营业收入的 80%左右。公司有强有力的销售网络，有“葵花”、“小葵花”双品牌优势，在 OTC 端具有较强的竞争优势，未来，也将依托原有优势、禀赋来布局。</p> <p>近年来，公司在儿药处方端的布局一方面是市场的需求，另一方面，也是对品牌的扩大、强化。所以，公司未来整体发展方向还是以 OTC 为主。</p> <p><b>7、大健康产品毛利率未来大概是什么样的情况？</b></p> <p>答：大健康产品整体的毛利率可能低于药品，加之快消品投入比例比较大，所以在前期培育、品牌塑造过程中，利润水平不会特别高，相信未来随着大健康业务规模的逐渐扩大，利润水平会有所提高。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>本次活动系常规投资者关系活动，交流内容为公司已披露的信息，不涉及应披露重大信息。</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）</p>	<p>无</p>