

股票代码：000423

股票简称：东阿阿胶

## 东阿阿胶股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-04

<b>投资者关系活动类别</b>	<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）
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	广大投资者朋友
<b>时间</b>	2022年08月31日 15:30-17:00
<b>地点</b>	山东东阿县阿胶街78号 公司会议室
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董事长 高登锋先生 董事、总裁 程杰先生 董事、副总裁、财务总监、董事会秘书 邓蓉女士 独立董事 张元兴先生
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p>1、阿胶的上游原材料驴皮供应链把握问题？经济下行下，市场需求怎样？现在竞争力多，未来发展规划是什么样的？现在有谣传以猪皮为原料的新阿胶营养成分也差不多，可替代性怎么解决？</p> <p>答：作为阿胶行业引领者，公司一直重视阿胶原料的可持续供应。目前来看，驴皮供应链运行正常，足够确保公司发展需求。未来，公司将致力于国内、国外两个市场共同开发，推动驴皮从农副产品向标准品转变，升级原料供应链；同时结合市场行情，制订科学采购策略，确保公司原料安全及可持续。目前未收到任何官方关于可以用猪皮替代的说法。</p> <p>2、修改规则后，以后还会有一季报和三季度报吗？</p> <p>答：公司将按要求持续做好信息披露工作，将公司经营等信息及时传递给广大投资者朋友。</p>

**3、能否提高东阿阿胶在抖音快手短视频的推广与宣传？**

答：感谢您的建议！公司将通过站外 UD 及京东直投等数字化引流，站内精细化运营，以及抖音兴趣电商的发力等，进一步提升品牌影响力和市场份额。

**4、对上游原料商业模式的调整，今后能够保证驴皮原料供给吗？**

答：对于上游养殖业务，公司从战略上进行轻资产化调整，选择性从一些基地退出，这些基地自身养殖存栏量小，屠宰供皮量在公司整体采购占比不大。缩减养殖示范业务对公司整体原料供应影响不大。公司保留了部分养殖基地及屠宰加工业务，集中优势资源实施驴产业链卡脖子关键技术攻关突破，重点解决养殖繁育过程中的关键技术难题，通过产品开发，使一头毛驴综合价值最大化，推动整个产业升级，提高产业竞争力。目前已取得阶段性进展，养殖以及加工环节的问题正在得到根本解决。

**5、东阿阿胶十四五末营收和利润目标多少？聚焦什么营销策略与之匹配？**

答：作为滋补国宝顶流品牌，东阿阿胶的核心是“品牌生意”，我们将始终坚持以消费者需求为中心，以产品力和品牌力提升为出发点和落脚点，通过内容创作、顾客运营、传播推广等，保持业绩持续增长。

**6、华东区域包括哪些省？**

答：公司定期报告中显示的“华东区域”包括上海、浙江、江苏、安徽、福建、山东等省市。

**7、公司阿胶，美容产品的研发进度和规划？**

答：东阿阿胶将继续深耕气血领域，同时拓展滋阴温阳及骨和心血管相关领域；健康消费品围绕“阿胶+”和“+阿胶”等品类，打造养生膏方、阿胶养颜软胶囊、祛黄褐斑口服液等美容类产品，满足消费者对健康和美丽的需求。

**8、一直最看好复方阿胶浆的潜力，有口碑、有疗效、资质优秀、独家，作为气血双补品牌，有非常大的提升空间，能否做到 25-30 亿的大单品？**

答：复方阿胶浆源于明代气血双补第一方《景岳全书》“两仪膏”，传承 400 年，中药独家品种，具有补气养血、助睡眠、解疲劳、治贫血的功效。该产品是公司十四五规划中重点的战略突破品种，目前主要销售渠道在 OTC 端，是 OTC 补气血口服液第一大单品，具有非常好的品牌认知和口碑反馈。

未来，一方面我们将继续深耕 OTC 端，深化与客户合作关系，注重价格维护以及店员专业推荐。同时，加强医学专家体系建设，强化等级医院以及基层医疗开发，依托医疗学术专家，加大基础及临床研究，重点强化在贫血、癌因性疲乏、痛经等领域高等级循证医学证据建设。利用专家/医生源点人群价值，持续品类人群教育拉新，不断向 OTC 市场拉新拓客，带动 OTC 市场持续增量。另一方面，加大央视及地方卫视等权威媒体品牌背书，提升品牌势能及信任背书。通过数字化手段精准触达沟通目标消费者，包括抖音、小红书种草，信息流广告的精准触达等，以此来提高产品品牌渗透率。

**9、股权激励进展如何？**

答：对于股权激励这项工作，公司非常重视，同时也在积极推动。如有进一步动态，公司将按规定第一时间进行披露。

**10、经过贵公司管理层的精益求精，公司的毛利率逐年提升，查阅了报表，主要是营业成本控制得当。贵公司的驴皮通过关联公司采购量有多少？多少价格一吨？和市场上行情差距多少？未来预计能降到多少一吨？**

答：所有驴皮的采购价格基于市场行情，由公司统一确定的采购策略实施。目前国内驴皮市场价格，同比基本保持稳定，预期后期也不会有太大波动，但整体上涨趋势未变。

**11、公司 64 亿的现金及理财，可否进行中期分红？**

答：公司现金流相对来说比较充裕。近年来，基于原料前期库存储备，公司在驴皮采购方面数量有所下降，未来随着耗皮量的增加，这部分业务需要一定的现金准备。其次，研发和投资是东阿阿胶十四五发展“两翼”，公司将在做好基础保障的同时，持续提升自身并购能力。综上，基于十四五发展总体考量，公司将确保一定的现金储备，保证未来良性健康发展。分红是公司良好发展的重要体现，近两年公司分红持续提升，未来公司将根据实际发展情况，继续推行科学合理的分红政策，更好回报投资者。

**12、随着中国退休潮和老龄化时代到来，未来这部分市场的需求非常大。贵公司的阿胶产品是否有老年人保健的功效？具体是哪些？公司“老药新用”以及阿胶疗效的科研计划有何具体进展？请详细介绍一下这方面内容。**

答：阿胶性味甘平，入肺、肝、肾经，具有补血滋阴、润燥止血之功效，用于血虚萎黄、眩晕心悸、肌痿无力、心烦不眠、虚风内动、肺燥咳嗽、劳嗽咯血、吐血尿血、便血崩漏、妊娠胎漏等症状。现代研究证明，阿胶由蛋白及其降解产物、多糖类物质和其他小分子物质组成，含有多种微量元素、硫酸皮肤素和透明质酸等糖胺多糖，对血液系统、免疫系统、心血管系统、呼吸系统等均具有良好保健作用。“十四五”期间，公司研发以开发创新型核心产品、突破核心技术、持续打造一流科研平台为目标，大力推进东阿阿胶研发创新体系建设。在阿胶循证医学科研方面，开展了阿胶活性成分差异化研究及功能评价、阿胶治疗地中海贫血临床试验研究、阿胶治疗早发卵巢功能不全临床研究、阿胶补血药效作用机制研究等；在大产品二次开发（即“老药新用”）方面，复方阿胶浆、龟鹿二仙口服液等启动增加适应症研究，龟甲胶、龟鹿二仙口服液启动生产工艺改进等研究，改良型新药批准后，将更加便于患者服用和产品提质增效。另外，围绕“阿胶+”战略，公司开发了一

系列保健食品，功能涵盖增强免疫力、改善睡眠、改善营养性贫血、增加骨密度、调节血脂、辅助降血糖等。

**13、请问阿胶+和+阿胶有什么区别吗？**

答：“阿胶+”是指立足阿胶的功效及品类进行产品和服务的延伸；“+阿胶”是跨品类用阿胶进行其他品类产品和服务的赋能。

**14、请问公司截止到8月30日的股东人数？**

答：公司股东人数目前最新为8月22日数据，总计74556户。

**15、请问公司十四五期间有没有收入、利润等方面的具体规划？**

答：东阿阿胶定位于滋补品类引领者，更加侧重中式滋补的引领者。“十四五”期间，公司将以夯实基石消费者的护城河为根本，以消费者的需求和行为作为中心，以品牌势能、研发储备与阿胶品类特征功效为延伸，培育与尝试新的品类；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，逐步摆脱驴皮原料限制；通过内涵式母品牌延伸，同时提升外延式投资并购能力，实现持续健康增长；成为中式滋补健康领域中消费者最为信任的大健康企业。预计收入和归母净利润，将保持稳健增长趋势。

**16、关于阿胶块，大家还是期盼着增加消费群，未来是否会围绕客户增长，比如开展客户倍增行动，或者甚至千万客户行动之类的，有效的扩大阿胶食用人群。现在核心客户应该在一两百万级别吧，考虑到老龄化趋势，我们的阿胶还是有很大的潜力的。**

答：感谢您对东阿阿胶的关注与支持！东阿阿胶作为阿胶类的第一品牌，将持续做好质量管控、工艺升级，构建产品差异化竞争壁垒；同时与重点客户开展平台共建，持续升级熬胶服务，丰富阿胶便利吃法，为顾客提供极致的体验，推动公司

健康良性发展。

**17、2018年最后一次提价后，后面公司对各类渠道出厂价是否有调整？**

答：东阿阿胶将基于消费者导向、客户盈利导向、竞争导向及盈利导向，结合市场变化及行业发展状况，以消费者需求为核心，保持价格体系相对稳定，推动公司健康良性发展。

**18、请问今年三季报预告什么时候披露？**

答：结合相关规定，按照工作惯例，三季报预告最迟于10月15日前披露。

**19、请问新的营销中心组建后，对销售人员做了哪些市场化的改革，比如提成和晋升等方面？**

答：公司扎实推进组织重塑，提升药品中心组织效能。第一，深化组织重塑。围绕客户需求、组织特性、组织能力提升，重新构建药品中心组织架构，形成OTC事业部、医疗事业部、海外销售事业部等核心组织，形成销售、商务、KA、运营一体化的作战职能。第二，强化人才重塑。面向市场公开选聘，优化核心人才组成结构，升级核心人才选配。第三，固化机制重塑。围绕绩效机制、收入分配机制等，建体系、优结构、调流程，规范基础管理体系。

**20、“滋补国宝 东阿阿胶”，请问宣传中怎么去突出这一定位？**

答：“滋补国宝 东阿阿胶”是公司七十年磨一剑的结晶，是社会大众对公司及产品的肯定。近年来，东阿阿胶持续推动数字化转型和深度顾客运营，在坚守品质的前提下，通过顾客需求研究，开发新产品、开创新场景、满足新消费，用实际行动精准有效践行滋补国宝的使命。目前，东阿阿胶正在启动品牌强化升级工作，继续加强品牌活动陪衬及传播，让滋补国宝更加深入大众心智和生活。

**21、公司在阿胶食品研发方面，后期会推出新产品吗？公**

	<p>司的桃花姬，阿胶黑芝麻丸，阿胶枣等即食产品都很受众。建议公司将阿胶与其他食品融合起来，可以推出比如阿胶饮料，阿胶酸奶，阿胶月饼，阿胶元宵等阿胶产品。</p> <p>答：东阿阿胶将围绕大众健康领域进行了一些产品线延伸，充分发挥东阿阿胶在大众心智中的滋补引领者效用，同时加大研发投入，基于“阿胶+”“+阿胶”以及更美丽、更健康的方向，进行更多拓展和尝试，优化提升未来整体布局，以满足消费者对健康和美丽的需求。</p> <p><b>22、请问公司金标阿胶，木盒阿胶，九朝贡胶现在销量如何，这三款产品在公司如何营销定位？</b></p> <p>答：以上三款阿胶产品，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。</p> <p><b>23、请问 2022 年分红率还能继续保持 2021 年的分红水平比例吗？</b></p> <p>答：公司将根据实际发展情况，继续推行科学合理的分红政策，更好回报投资者。</p> <p><b>24、请问一下，在公司的 2022 年中期报告中的“其它药品和保健品”，包括哪些内容？燕窝，阿胶枣，阿胶黑芝麻丸以及猫爪糖等分别在哪个类别里面？</b></p> <p>答：阿胶枣等产品，包含在阿胶及系列产品中；其它药品和保健品，主要包括海龙胶口服液、燕窝等其他产品。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2022 年 08 月 31 日