



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：2023-001

<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>            PinPoint 保银投资、WT asset management、安信证券、北京金百镨投资管理有限公司、贝莱德、碧云资本、博裕资本、承珞资本、淡水泉、道仁资产、第一北京、东财医药、多鑫五地、方正证券、富安达基金、富荣基金、高毅资产、歌斐资产管理有限公司、工银安盛资管、广发证券、国海富兰克林、国华兴益、国金证券、国君资管、国盛证券研究所、国寿养老、杭州优益增投资（对内）、弘毅金涌资本管理有限公司、弘毅远方基金、红土创新、华安证券、华宸未来、华创医药、华泰证券、华西证券、华夏理财有限责任公司、怀德资本、汇添富基金、惠泰投资、嘉实基金管理有限公司、建信基金、健顺投资、江海证券经纪有限责任公司、金鹰、金元顺安、进化论、进门财经、精砚私募基金管理(广东)有限公司、景领资产、玖鹏资产、龙航资产、茂典投资、民生信托、纽富斯、平安证券、青岛澄怀投资管理有限公司、趣时资产、人保养老、睿扬、山西证券、上海鼎锋资产管理有限公司、上海盘京投资管理中心、上海迎水投资、上海涌津投资管理有限公司、上银基金、深圳宏鼎财富管理有限公司、慎知资产、盛宇资产、时真资本、泰达、泰康资产、天虫资本管理有限公司、天弘基金管理有限公司、西南自营、汐泰、溪牛、信达澳银基金管理有限公司、兴银理财、亚太财险、野村、永诚保险、长城基金、长盛基金管理有限公司、招商自营、中航信托、中加基金管理有限公司、中金基金管理有限公司、中信建投证券股份有限公司、中银国际资管、中银证券资管、重阳投资         </p>
<p>时间</p>	<p>2023 年 4 月 12 日 10:00</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 年年度经营情况简介</b>             感谢各位投资者对葵花的关注！2022 年是葵花五五发展规划的落地之年，面对市场、行业、外部环境的诸多不确定因素，公司在经营管理团队的带领下，经过不懈的努力，在确保公司整体战略稳步推进、经营计划有效落地的基础上，实现了较好的经营业绩。         </p>

2022年，公司营业收入为509,451.13万元，较2021年增长14.20%；全年实现归母净利润86,718.61万元，较2021年增长23.05%。

## 二、互动问答

### 1、公司产品进入基药目录情况？未来是否会有新品有望进入？

答：目前公司拥有药品批准文号1126个，进入国家基本药物目录文号283个，在产的品种数量近300个，其中，进入基药目录品种50个左右。

从存量品种上来讲，公司已经拥有充足的品种资源，未来不排除会有新产品进入基药目录的情况，具体可能要看国家政策和公司的一些产品情况。

### 2、公司在儿童药领域管线布局战略？

答：目前，公司儿童药品类中，上市品种超60个。涵盖儿童呼吸系统疾病、胃肠道系统疾病、免疫补益系统、儿童罕见病用药产品品类。

2023年，儿童药战略将作为公司第一核心战略。

2023年公司在品牌建设、品种梯队建设、资源覆盖和队伍建设四个方面继续强化小葵花儿药在行业的竞争优势。在品牌建设上，继续加大广告投放和处方学术推广力度，进一步提升公司品牌拉力，巩固儿药领先品牌地位。在品种梯队上，发挥儿药政策利好和基药等资质优势，对小儿肺热咳喘口服液（颗粒）、小儿柴桂退热颗粒、小葵花露、小儿氨酚黄那敏颗粒等金角品种，加大资源投入，促进产品增长；对芪斛楂颗粒重新调整销售模式，进行重点培育，以此品种带动儿童消化品类的发展；完成双黄连颗粒、小儿泻速停颗粒、咪达唑仑口颊粘膜溶液三个战略型大单品的市场导入及培育，双黄连和泻速停负责放大小葵花儿药在呼吸系统和消化系统的销售优势，咪达唑仑口颊粘膜溶液负责开拓儿童精神用药领域及罕见病销售市场。在资源覆盖上利用5个儿童基药主品优势进一步扩大等级医院和基层医疗机构的覆盖，并拉动扩大零售市场覆盖；在队伍建设上通过自营队伍加密等多种形式增加队伍数量，加强终端服务能力。

同时，成人药板块，公司聚焦“一老、一妇”领域进行黄金单品群打造。

在老慢病领域，第一梯队打造“护肝片、胃康灵、美沙拉嗪”三大黄金单品，护肝片作为公司第一黄金大单品，在同类竞品中保持绝对领先，通过等级医院、基层医疗、零售药店及电商四线发力，2023年全力冲刺10亿市场规模，并制定20亿目标的发展规划；胃病领域聚焦胃康灵胶囊/颗粒，启动处方市场操作，零售重新启动广告拉动二次成长；美沙拉嗪肠溶片利用集采中标的先发优势，加大资源开发覆盖和零售市场的抢占；第二梯队有计划性地培育熊胆痔灵膏/栓、通脉颗粒、补虚通瘀颗粒等储备黄金单品的增量进阶，驱动品类增长。

在妇科领域，公司重点推动独家特色品种康妇消炎栓的提速升级，打造领军品种，形成品牌效应，带动妇科品类增长。

未来，公司将坚持“买、改、联、研、代”的研发战略，坚持探索多形式、多领域、多维度、多层面的新品补充逻辑。进一步补充产品线，提升研发力，实现填补儿童用药、成人用药领域细分市场空白。

### 3、大健康业务发展如何？

答：大健康领域是公司未来几年一个重点发力的领域。从去年的数据

	<p>来讲，同比实现了一个比较好的增幅。2022年，公司与江南大学合作开展益生菌联合研发，实现了一些新品落地，同时，整个市场对于补益类产品的需求量也处于一个扩张的过程，公司未来也会陆续补充新的补益类产品，扩充大健康产品规模，以实现大健康产品销量的突破。</p> <p><b>4、目前渠道端的库存情况如何？展望2024年渠道端是否有压力？</b></p> <p>答：公司目前的库存比较正常，同时保持对终端动销的密切跟踪，使公司库存周期保持在合理区间范围内，所以未来渠道压力可控。</p> <p><b>5、2023年公司在品牌营销方面的规划？</b></p> <p>答：2023年在品牌方面，公司将重点推动“精准”，精准升级品牌形象、精准锁定目标群体、精准落地投放策略、精准强化品牌认知、精准品牌与品种融合。促使消费者在儿童用药精准联想“小葵花”，提到“葵花”精准反射核心主品、品类。在品牌拉力下选购、在品质信任下复购，依托强势品牌建立强势地位，驱动强势增长。</p> <p>通过更加精细化、更符合当下媒体环境、更贴近用户习惯的品牌推广、传播方式，提高品牌投入效率，精准触达用户，提升品牌力。</p> <p><b>6、公司产能利用率处于什么水平？</b></p> <p>答：2022年年末由于终端需求的显著放量，公司产能利用率达到了较高水平，目前处于合理范围。</p> <p>未来，公司会充分考虑整体生产、销售、市场需求的实际情况，通过内部的一些优化整合，将产能进行有效归集，提升成本效率。</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>