

证券代码：000989

证券简称：九芝堂

九芝堂股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20230504003

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称、人员姓名、时间	2023年5月4日：开源证券、华安证券、西部证券、国海证券、东北证券、国金证券、华创证券、平安证券、天风证券、兴业证券、华泰证券医药行业分析师以及多家机构投资者投资经理、分析师、研究员等
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事长李振国、财务总监张梁彬、董事会秘书韩辰骁
投资者关系活动主要内容介绍	<p><u>Q1：介绍行业情况及公司战略布局：</u></p> <p>从国家宏观层面上看，国家陆续出台了很多对中医药产业发展的利好政策，国家从大趋势上给了中医药发展的利好空间。</p> <p>作为医药企业如果看不清楚大势，在未来的战略性定位上和发展目标上就会迷失方向。公司应该看清大势，做好自己应该做的事情，趁大势而为，顺势而为。百年九芝堂，服务大健康，公司以《九芝堂“十四五”发展规划纲要建议》为指引，以高质量发展为核心，梳理、优化战略构想，制定大的战略方向下的具体目标，为大众提供从预防、治疗到康养的全生命周期的健康管理。</p> <p>九芝堂有309个批文，独家品种有35个，丰富的品种涵盖多个领域，在治疗方面比较有优势，接下来要用高质量发展的角度和标准来优</p>

化现有的产品，调整产品结构。

在治未病这个角度上，重新构建了大健康板块，一个是以中药药食同源为核心的，增加了保健性、功能性的一些产品。另一个是采用国医国药馆、健康小屋的方式下沉于医疗服务体系当中，让产品更好的服务基层。

产品研发创新这个角度上，优化了战略定位的思路和想法，布局了生物制药领域。北京美科的缺血耐受人同种异体骨髓间充质干细胞治疗缺血性脑卒中的临床试验顺利开展；公司设立的研发中心主要开展创新药抗凝一类新药 YB209 项目、创新型环脂肽类抗生素 YB211 项目的研发，YB209 项目也已启动了临床试验。

另外，充分发挥出九芝堂特有的品牌价值，推动九芝堂高质量发展。

Q2: 介绍公司 2022 年及 2023 年一季度总体经营情况

2022 年，公司实现营业收入 30.33 亿元，比上年同期下降 19.84%；实现归属于上市公司股东的净利润 3.59 亿元，比上年同期上升 32.75%。2022 年营业收入同比下降主要是出售了子公司九芝堂医药 51%的股权后不再将其纳入公司合并报表范围，影响金额为 5.91 亿元；另外，2022 年国内多地区疫情持续反复，全国受疫情影响的地区人员封控、医院限流、物流受限，一定程度上影响了公司的产品销售。归属于上市公司股东的净利润较上年同期增长 32.75%，主要是九芝堂医药 51%股权转让产生的投资收益所致，影响金额为 2.11 亿元。归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润较上年同期下降 50.85%，主要是营业收入下降、研发费用增加、公司并购基金对 Stemedica 的投资因汇率变动较大导致本期亏损增加等综合因素的影响。

公司 2023 年第一季度实现营业收入 10.89 亿元，较上年同期下降 8.97%，主要由于 2022 年 5 月转让子公司九芝堂医药 51%股权不再将其纳入合并报表范围。实现归属于上市公司股东的净利润 1.61 亿元，较上年同期增长 30.72%，主要由于公司产品销量上升、综合毛利率上升及投资收益增加。公司第一季度整体生产经营情况良好。

Q3: 公司 OTC 在渠道拓展上有什么措施?

OTC 主要有两个方向，一是继续做大做强优势产品；二是深度挖掘潜力产品。

传统优势产品主要就是渠道拓展和提升品牌影响力。利用好品牌影响力、产品质量优势、产品价格优势、营销推广活动等，公司 OTC 产品不断拓展空白区域市场；同时做好渠道的下沉，从大城市到二线城市，三线城市到县级下沉。

潜力品种方面，不拘泥于现有的成熟市场，更多的是依靠产品的特色、独家优势，挖掘产品的价值，在各个区域市场进行突破。

Q4: 产销一体化改革之后，成都金鼎有哪些品种有比较大的潜力?

成都经营板块主营天麻钩藤颗粒、桂枝茯苓丸、健肺丸、苏合香丸、喉炎丸等中成药特色品种。产销一体化改革之后成都经营板块组建营销中心，从等级医疗终端、基层终端、KA 连锁开发三个方向搭建销售渠道，坚持大品种发展战略，聚焦慢性病和中医药优势病种，重点打造天麻钩藤颗粒、健肺丸等独家优势大品种，各品种逐一研究确定营销方案，建立学术推广体系，通过线上线下方式合力推动产品销售。

Q5: 经典名方研发方面有什么规划?

公司中药创新经典名方系列正在开展四个项目的调研、可研报告编制、团队组建等立项工作，并开展药材本草考证、饮片炮制工艺及质量的研究相关工作。公司会挑选适合公司品牌和优势管线的产品类别，慎重选择产品。另外公司的二次开发和再评价也是研发工作的主要方向，有些已上市的中成药也在开发新的剂型。

Q6: 公司品牌推广和建设方面有何规划?

品牌强的 OTC 产品在市场竞争中能够占据很大优势。公司一直非常重视品牌建设。

第一，公司依托文化营销和品牌营销的策略，通过推广公司的产品

	<p>以及在产品推广过程中普及中医药文化与九芝堂文化，来带动我们的品牌力的提升。第二，公司充分运用新媒体渠道，设计新的更年轻化的公司 IP 形象、开发文创产品，从老字号、国潮等角度直接推广公司品牌。第三，公司通过销售覆盖面较大的大健康快消产品、以及九芝堂互联网医院、九芝堂健康小屋、九芝堂中医门诊等基层医疗服务窗口，多角度开拓品牌推广的流量入口。</p> <p><u>Q7: 2023 年公司产品是否有提价规划?</u></p> <p>公司将针对不同产品，综合考虑成本变动情况、政策情况、产品受众群体以及市场环境等，适时的采取不同的定价策略。</p> <p><u>Q8: 公司疏血通注射液在 2023 年的举措和展望?</u></p> <p>2023 年，公司在疏血通注射液的营销方面将进一步优化渠道改革，集中开发省区优势代理商；加强学术研究和专家资源的积累，推动公司产品获得更多的专家诊疗指南、路径、共识的推荐，加强学术推广和医疗市场的开发，分品分类精细化招商，拓展销售渠道，扩大产品覆盖，推动市场增量。</p>
附件清单(如有)	无
日期	记录整理日期 2023 年 5 月 4 日