

葵花药业集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-002

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 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（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	投资者网上提问
时间	2023年5月4日（星期四）15:00-17:00
地点	公司通过全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）采用网络远程的方式召开业绩说明会
上市公司接待人员姓名	1、董事长关玉秀 2、独立董事施先旺 3、副总经理（副总裁）海洋 4、财务负责人吴春红 5、董事会秘书周广阔
形式	文字交流
交流内容及具体问答记录	<p>投资者提出的问题及公司回复情况</p> <p>公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复：</p> <p>1、（1）请问2022年和今年一季度按一少、一老和一妇的销售占比？ （2）一季度业绩暴增涉及疫情临时的影响有多大？（3）4,5月份经营情况如何？（4）为何投资贵州银行？我理解对公司主营没有啥意义的，而且现在的地方银行不是好标的</p> <p>答：您好，公司秉承差异化经营、特色化经营策略，一小、一老和一妇是公司规划重点经营领域。2022年，儿童用药领域占公司整体销售额约43%。2023年一季度，公司顺应形势变化，抓住市场机遇，聚焦资源，调结构、控节奏，坚定实施儿童用药第一战略、坚定实施打造黄金单品带动品类发展策略，驱动OTC终端发力，在消费属性较强的呼吸类常用药、补益用药、老年慢性病用药领域取得了较好的销售成果，驱动了公司业绩的增长。贵州银行为公司下属控股子公司贵州葵花的投资行为，投资时点在公司收购贵州葵花之前。</p> <p>2、您好，您认为目前市面上哪些厂家或产品能够与葵花护肝片竞争，成为其竞争对手？</p> <p>答：一直以来，公司坚持“品种为王”的经营逻辑，通过打造“黄金单品”实现“品种带动品类发展”的品类营销逻辑，在黄金单品打造方面，公司聚焦资源匹配、战略聚焦品种选择、市场聚焦品种规划、营销聚焦策略执行、生产聚焦品质成本、组织聚焦服务支撑。以保证上下同欲、力出一孔。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。</p>

3、业绩能保持多久，谢谢？

答：公司未来将坚持既定战略，充分发挥公司品牌影响力大、品种种类丰富、以及团队战斗力强的优势，持续保持公司的市场竞争力。

4、二季度业绩能继续保持高增长？

答：公司将按照既定战略落地经营计划，谢谢！

5、请问，葵花会不会大举进军保健品行业？

答：大健康产业是公司药品业务的重要补充和未来的重要增长点之一。

6、（1）公司老董事长从2019年至今一直在连续减持本公司股票是出于什么原因？（2）公司留存的大量现金未来还会继续进行现金理财吗？是否考虑股票基金等产品的投资？是否考虑提高分红比例？（3）管理层认为公司自身能够保持连续增长的原因是什么？未来会如何继续扩张？

答：1、公司老董事长减持股份主要原因为个人资金需求；2、公司会在综合考虑安全性和收益性基础上对公司的现金进行管理，公司将在稳健经营的基础上尽可能保持分红政策的稳定性和连续性；3、公司未来将坚持既定战略，充分发挥公司品牌影响力大、品种储备丰富以及团队战斗力强的优势，持续保持公司的市场竞争力。谢谢！

7、公司2023年预计营收和利润增幅？

答：2023年公司将按照既定战略稳健发展，力争为股东创造更好的回报。

8、建议公司将有关息负债降为零，保持短期借款的目的在哪？

答：感谢您提出的宝贵建议，公司会审慎考虑。公司短期借款主要是少数子公司的流动性需求。

9、谢谢您的耐心解答，作为公司的中小股东想前往五常工厂进行参观，希望公司能组织安排一下给我们股东提供前往工厂参观生产过程的一个机会。

答：感谢您的建议，公司会慎重考虑，谢谢！

10、今年实控人关彦斌是否还有减持计划？

答：您好，如果有减持计划，公司会及时公告。谢谢！

11、关总您好！请问葵花的复方乙肝滴丸在上市时已完成二期临床，后期研究有中断过。目前此药临床试验是否已重新启动？谢谢！顺祝商祺

答：您好，该项目如有最新突破性进展，公司会及时公告。谢谢！

12、公司一季度业绩大幅增长，是否有代表性，还是因为疫情放开后的一次性现象，公司的利润第二曲线一直不明确，请问现在有没有明确的利润目标，第二利润曲线达到多少百分比？

答：您好，公司将坚持战略高位推动，品牌传承焕新；前线开疆拓土，质量精益求精；创新引领发展，协同服务赋能。推动业绩增长、持续回报股东。

13、公司2023年预计研发投入费用大概是多少？品牌广告推广投入费用大概是多少？

答：研发和品牌建设都需要持续性的投入，公司未来将按照既定战略，并根据实际经营状况，持续进行研发和品牌建设投入。谢谢！

14、公司创新药研发，2023年及明年有何规划及亮点？

答：公司未来在新产品获取上将坚持“买、改、联、研、代”多种手段并举。

15、关家两姐妹的努力股东们都看在眼里！向你们致敬！请问关董事长，

公司有没有过硬的抗癌药和长寿药在研发？公司对中药出口有考虑吗？

答：感谢认可。老年慢性病用药是公司经营重点领域，您的建议，公司会慎重考虑。

16、关总您好，公司一季度业绩大涨，主要是哪些产品的贡献？二三季度是否能够持续？

答：2023年一季度，公司顺应形势变化，抓住市场机遇，聚焦资源，调结构、控节奏，坚定实施儿童用药第一战略、坚定实施打造黄金单品带动品类发展策略，驱动 OTC 终端发力，在消费属性较强的呼吸类常用药、补益用药、老年慢性病用药领域取得了较好的销售成果，驱动了公司业绩的增长。

17、您好，公司的葵花品牌已经建立，深受百姓认可，公司未来在美容产品上有规划吗？

答：公司始终重视符合自身品牌定位的产品创新，感谢您的建议！

18、很多人说一季报大增是因为疫情，请问目前公司产销率如何？

答：公司目前产销情况正常，谢谢！

19、公司目前有对中药材种植领域进行上游布局的计划吗？如果没有未来是否有这种倾向？

答：您好，道地药材是中药品质的保障。公司体系内已组建黑龙江葵花药材基地有限公司、葵花药业集团山西药材基地有限公司，确保药材质量。

20、公司今年业绩的增长主要是源于传统核心产品在 OTC 端的发力还是创新药的增长？哪个贡献的更多？

答：公司产品目前以 OTC 销售为主，谢谢。

21、请问公司是否有收购一些中药老字号品牌和其他中药药品批号的计划？

答：公司将坚持“买、改、联、研、代”的研发战略，推进“实业+资本”双轮驱动，探索多形式、多领域、多维度、多层面的研发合作。具体合作方式需视具体项目情况而定，感谢关注。

22、关董事长：您好！贵公司在大健康益生菌的布局能否详细的介绍一下情况？国内很多企业在做，贵司是如何能保证竞争力的？谢谢！

答：大健康产品（尤其是儿童大健康产品）是公司核心药品品类的重要延伸，未来公司将通过加大联合研发不断丰富有竞争力的产品、明确产品精准定位等多种手段，加大大健康产品的布局力度。

23、今年中药材原料价格持续上涨，是否对公司产品生产成本造成一定影响？公司如何控制产品成本？请问公司是否有向种植或中药材饮片行业布局的计划？

答：药材好、药才好！公司以“呵护中国儿童健康成长，保障中国儿童用药安全”、“做咱老百姓的好药”为使命，持续推动精品药工程落地。

24、施先生对于葵花药业前景的展望如何？尤其是后疫情时期？

答：葵花药业是以生产中成药为主导，以“化学药、生物药”和“健康养生产品”为两翼，集药品研发、制造与营销为一体的大型品牌医药集团企业。公司治理规范，产品兼具医药与消费双重属性，已在诸多领域取得领先优势，在董事会与经营管理团队共同努力下，将持续健康发展、持续回报股东。

25、关董事长：您好！贵司的财务报表中，研发的费用占比比其他同行业

的公司偏低，贵司是如何能保证中药的创新性的延续？目前在研的管线有多少？分别进行到什么程度了？可以详细介绍一下吗？谢谢！

答：您好，“买、改、联、研、代”为公司研发领域总体方针。2022年公司研发领域继续以儿科、成人消化及妇科产品为中心，获得以适应症闭环的产品组合。具体研发管线及进展，因数据较多，具体请查阅公司年报。谢谢。

26、施总您好，请问您对公司的一季度业绩大涨如何看待？对全年公司发展规划有何建议？

答：一季度公司业绩表现较好，对管理层表示祝贺，认可年报中对2023年的战略规划。

27、请问公司2022年主要产品的销售金额各是多少？

答：公司产品种类丰富，2022年销售过千万产品94个、过亿产品14个。谢谢！

28、贵公司对人口出生率下降这一社会现象对本公司儿药领域的未来影响怎么看？

答：人口问题是一个社会整体问题，其变化产生的影响往往需要长期观察才能判断。公司长期看好儿童药赛道，主要基于以下两点：1、随着家庭收入水平的持续提高，儿童健康领域的持续投入仍在加大；2、儿童药市场的集中度还有进一步提升的空间。谢谢！

29、公司二三季度是否营销的淡季？

答：公司在销品种超200个，公司以品类经营、组合营销为主，个别品类存在淡旺季。

30、请问公司在化学药和生物药方面有哪些优势？

答：公司美沙拉嗪、复合凝乳酶等品种均为化药、生物药领域的特色品种，疗效确切，在领域内认可度较高。

31、您好，公司明星产品护肝片近3年出现需求明显增长，请问公司有开始布局未来老龄化的糖尿病领域吗？谢谢

答：老年慢病领域是公司的重点业务领域之一，公司会在详细论证的基础上，考虑扩大该领域的品类布局，谢谢！

32、请问董事长：我认为公司价值严重低估可能基于两个原因，1是公司研发不足，营销起家，公司长久发展能力如何？2是公司治理结构方面的优化，能否支撑百年老店的预期等。这方面公司如何考虑的？

答：首先感谢您的建议。品牌和营销能力一直是公司的核心竞争力，而且，目前优秀的产品市场化运作能力在竞争中的价值作用越来越凸显。近年来，公司在保持上述核心优势的基础上，也在通过研发、购买等多种手段不断提升自身的产品力，同时也通过管理团队引入、股权激励等手段优化治理结构。

33、公司目前14个过亿产品中，处于行业龙头地位的品项有几个？公司未来侧重于哪几个领域龙头布局？

答：2022年，公司销售额过千万级品种94个，过5000万级品种24个，过亿级品种14个，过6亿级品种2个（护肝片、小儿肺热咳喘口服液/颗粒），形成了结构良性的核心主品和黄金单品群的产品梯队。

公司儿童用药领域、成人用药领域核心主品和黄金单品群；

“一小”：公司布局儿童呼吸系统、消化系统、免疫补益系统、临床急需

用药领域。公司重点打造小儿肺热咳喘口服液/颗粒、小儿柴桂退热颗粒、芪斛楂颗粒、小葵花露、小儿氨酚黄那敏颗粒等核心品种，带动儿童用药品类发展；

“一老”：依托护肝片、胃康灵、美沙拉嗪三大领军产品带动消化系统用药品类发展，并从肝、胆、胃、肠、脾完善补充品类延伸，带动熊胆痔灵膏/栓、补虚通瘀颗粒、通脉颗粒、石龙清血颗粒、五加参蛤蚧精等老年慢性病领域特色品种、品类的发展；

“一妇”：依托康妇消炎栓、益母草颗粒带动妇科品类发展，从妇科到产科，从妇科炎症、妇科调经、补益养血、养颜减肥、更年期、产前后六大方面完善品类布局及打造。

34、关总您好，首先恭喜一季度取得佳绩，能否介绍一下一季度高增长，主要体现在哪些药品种类上，比较关心业绩的可持续性，谢谢。

答：2023年一季度，公司顺应形势变化，抓住市场机遇，聚焦资源，调结构、控节奏，坚定实施儿童用药第一战略、坚定实施打造黄金单品带动品类发展策略，驱动 OTC 终端发力，在消费属性较强的呼吸类常用药、补益用药、老年慢性病用药领域取得了较好的销售成果，驱动了公司业绩的增长。

35、希望公司多组织机构调研，这种免费广告对市场促销也是有好处的。

答：感谢您的建议。

36、请问公司在罕见病药物销售上是否有突破，或者与医院有合作？

答：公司从印度瑞迪引进的氨己烯酸已上市销售。

37、@董事长关玉秀公司对可能的国家集采有何准备？otc 如何向医院渗透？

答：品种资源是医药企业的核心资源。目前公司拥有药品批准文号 1126 个，其中进入国家医保目录文号 551 个，进入国家基本药物目录文号 283 个，独家品种 27 个（独家医保品种 4 个）。丰富的自有药品文号是公司的核心资源，为公司的持续发展提供了产品基础。

行业三医协同发展和治理，深度推进，集采只是其中一点。公司的策略是于变局中开新局、在变化中育先机。

38、请问董事长，公司未来有望第三个突破 6 亿销售额的品项是哪个？预计会出现在哪个领域？谢谢

答：儿童用药领域，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、小儿氨酚烷胺颗粒等流量产品均是儿童、妈妈群体中的明星产品、信赖产品。其中，芪斛楂颗粒公司将作为潜在黄金大单位，一品一策、深耕运作。

成人用药领域，公司将重点打造老慢病用药、妇科用药两个品类产品及益生菌品类健康产品。目前，葵花品牌成人药在行业内与消费者心中具有较高的认可度。护肝片、胃康灵等核心品种在市场同类竞品中始终保持较高的市场份额。熊胆痔灵膏/栓、补虚通瘀颗粒、通脉颗粒、石龙清血颗粒、五加参蛤蚧精等均是老年慢性病领域特色品种。

39、公司的小葵花露 250ml 最便宜也要 6.5 元/瓶，王老吉 310ml 只要 3 元/瓶，我都尝过味道一样，主要原料也都是金银花，本质都是清热去火的金银花凉茶，请问两者的具体区别在哪里？该产品的定价是否合理？

答：感谢您的关注。您所提及的两个产品无论在产品属性，目标人群以及



	<p>销售渠道上都存在较大区别，因此无法进行简单的比较。</p> <p>40、感谢葵花全体管理层的努力付出，预祝公司业务蒸蒸日上，宏图大展</p> <p>答：感谢您的祝福！！</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次活动系常规年度业绩说明会活动，交流内容为公司已披露的年度报告信息，不涉及应披露重大信息。
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)	无