

证券代码：000623

证券简称：吉林敖东

债券代码：127006

债券简称：敖东转债

吉林敖东药业集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2023-005

| | |
|---------------|--|
| 投资者关系活动类别 | <input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容） |
| 参与人员及方式 | 线上调研 方正证券：唐爱金、章钟涛 富荣基金：杨皓童、李天翔 |
| 时间 | 2023年5月8日 |
| 地点 | 吉林省敦化市敖东大街 2158 号 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事、副总经理、董事会秘书：王振宇 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>1、公司简介</p> <p>公司的前身是 1957 年成立的国营延边敦化鹿场，于 1981 年建立敖东制药厂，1993 年经吉林省经济体制改革委员会批准，成立延边敖东药业（集团）股份有限公司，1998 年更名为吉林敖东药业集团股份有限公司，1996 年 10 月 28 日在深交所挂牌上市。共控股 6 家从事现代中药、生物化学药和植物化学药的专业制药子公司，1 家医药研发子公司，5 家医药销售子公司，6 家医药配套子公司，2 家保健品公司，1 家敖东国际（香港）实业有限公司。2001 年，公司建立母子公司管理体制，逐步发展成为以医药产业为基础，以“医药+金融+大健康”多轮驱动模式快速发展的控股型集团上市公司。自敖东制药厂建立以来，公司便秉承“救济世人”的传统美德，恪守“世人健康，敖东职责”的经营理念，为社会提供安全、可靠、放心药。</p> <p>广发证券为公司核心的优质资产，公司从 1999 年开始投资广发证券，2016 年成为广发证券的第一大股东，之后的几个年度根据市场情况进行多次增持，增加核心优质资产持股比例。截至 2023 年 3 月 31 日，本公司持有广发证券境内上市内资股（A 股）股份 1,252,297,867 股、境外上市外资股（H 股）股份 213,702,600 股，以上持股占广发证券总股本的 19.24%；</p> |

本公司全资子公司敖东国际（香港）实业有限公司持有广发证券境外上市外资股（H 股）股份 36,868,800 股，占广发证券总股本的 0.48%。公司及全资子公司合计持有广发证券 1,502,869,267 股，占广发证券总股本的 19.72%。按照 2023 年 5 月 5 日广发证券 A 股 15.88 元/股计算，公司持有广发证券 A 股市值为 198.86 亿元，广发证券 H 股 11.78 港元/股计算，公司持有广发证券 H 股市值为 29.52 亿港元，根据当日中国人民银行公布的人民币兑换港币的平均基准汇率折算为 25.99 亿元，合计持有广发证券市值 224.85 亿元。

公司先后获得国家火炬计划重点高新技术企业、国家级高新技术企业、全国创新型企业、国家知识产权优势企业等诸多荣誉。公司连续多年实现利税超 10 亿元，连续十余年位列中国制药工业百强和“中国 500 最具价值品牌”，资产质量在同业中位列前茅。

四十多年发展历程，公司形成了三大核心优势。一是品牌优势，“敖东及图”商标，是公司成立制药厂 40 余年，传承中药文化，弘扬国药精髓，历经品牌建立、品牌扩张、品牌维护后形成的宝贵无形资产，1999 年 12 月被国家工商行政管理局商标局认定为中国驰名商标。作为企业的象征、质量的保障，“敖东”品牌连续 18 年入选由世界品牌实验室（World Brand Lab）发布的“中国 500 最具价值品牌”，品牌价值为 131.94 亿元。公司 2014 年 8 月被吉林省商务厅认定为“吉林老字号”，它代表着口碑、品质与责任。同时，公司产品以“质量优良、价格合理”赢得了广大人民群众的普遍认可，取得了良好的信誉和口碑。二是每一种药、每一粒药都安全、可靠、放心的质量优势。公司始终恪守生产“安全、可靠、放心药”的初心使命，实施全面质量管理，坚持源头严管、过程严控、风险严防，确保产品品质更加卓越。公司拥有国家级企业技术中心、国家级博士后科研工作站。公司制定了高于国家法定标准的企业内控标准，树立了“质量是企业生命”的理念，秉持“工匠”精神，不断提升药品质量，对产品精益求精，确保每一种药、每一粒药都安全、可靠、放心。三是以持有优质金融资产实现产融结合构筑的资本优势。公司确立了“医药+金融+大健康”多轮驱动增长模式，以金融优势助力实体产业发展。公司始终立足于医药产业谋发展，通过投资广发证券股权并适时进行市值管理，成为广发证券的第一大股东，广发证券是公司的核心优质资产，构筑成公司资本优势核心地位。通过股权投资成为第

一医药第二股东、南京医药第四股东、辽宁成大第四股东及投资部分医药行业上市公司，同时和广发信德合作成立基金优选医药企业进行投资，以股权投资为纽带开拓业务合作机会。

2022年12月31日，公司总资产3,117,257.95万元，比年初增加210,518.01万元，增长7.24%；归属于上市公司股东的净资产2,603,658.47万元，比年初增加117,709.60万元，增长4.73%；资产负债率为15.50%；实现营业收入286,821.15万元，比上年同期增加56,444.77万元，增长24.50%；实现归属于上市公司股东的净利润178,064.25万元，增加14.22万元，增长0.01%。2023年一季度，公司实现营业收入78,766.29万元，同比增长23.64%。

公司主要从事中药、化学药品研发、制造和销售。目前，公司业务范围涵盖中成药、中药配方颗粒、中药饮片、化学药品等，同时积极布局保健食品、食品、养殖、种植等领域，逐步形成“医药+金融+大健康”多轮驱动的发展模式。2022年，医药及连锁药店批发和零售业务实现收入246,635.24万元，占营业收入比重为85.99%，较上年同期增长19.65%，包括中药、化学药品、连锁药店批发和零售三大主要业务。其中中药业务聚焦三个核心大品种群，带动众多细分领域的重点培育品种形成梯队发展多品种群的良好态势，中药营业收入较上年同期增长14.92%。化学药品营业收入略有下降，连锁药店批发和零售业务，2022年营业收入增幅较大，较上年同期增长80.45%。

大健康板块，2022年子公司健康科技增资扩股引进战略投资者，在优化健康科技资本结构的同时，利用战略投资者资源开展大健康板块业务，充分发挥和整合各自资源优势，提高公司在大健康领域的竞争能力和持续盈利能力。公司积极开展大健康产品线上业务，同时加快布局天猫、京东、快手等多家电商平台，实现参茸类、增强免疫力类、缓解视疲劳、调节三高类、骨骼健康类、减脂代餐类、肠道益生菌及维生素矿物质类等品种销售快速增长。2022年公司大健康单品年销售收入过千万元产品11个，还有30多种产品年销售收入过百万元。2023年公司以打造20个过千万元大单品为目标，逐步形成在保健食品行业的相对优势地位。

2、公司2022年营业收入中安神补脑液的占比较高，近两年的销售增速显著，能介绍一下以前年度的销售情况么？

公司主导产品“安神补脑液”，自1983年上市至今已经畅销市场40年，始终保持着旺盛的生命力，在市场的快速迭代中独树一帜。从安神补脑液的原材料构成上看，主要原材料鹿茸、

淫羊藿等名贵药材都是具备长白山地理环境优势的中药材资源，其独特的地域环境，保障了安神补脑液的产品品质和疗效，目前安神补脑液已经发展成为年销售收入过 6 亿元的核心品种。多年来，公司在安神补脑液产品标准、工艺等方面加大科研投入，进行产品二次开发，科研工作得到了国内有关专家、学者的支持与帮助，使得安神补脑液每年都能提质、提档，在实施中药保护、利用现代化技术研制新工艺提高质量标准等方面取得了成就，产生了巨大的社会效益和经济效益，产品科技含量的不断提升是该产品能够保持多年来持续稳步发展的关键。

3、安神补脑液作为公司的核心产品，近年来中药材价格波动较大，原材料的价格波动是否会影响公司的毛利率？安神补脑液价格策略上有何计划，会提价么？

安神补脑液的主要原材料为鹿茸、淫羊藿等，公司有自己的梅花鹿养殖基地及中药材种植基地，可以满足公司原材料部分需求。在原材料采购方面，公司加大对中药饮片基地建设的投入，年加工中药饮片能力达 5000 余吨，同时公司与各大供应商建立了稳定的原材料供应渠道，根据生产需求提前做原材料采购计划，合理控制物料采购价格、库存，科学储备，保证物料及时供应，降低了原材料价格波动的风险。公司成立安国敖东世航药业有限公司、亳州敖东世航药业有限公司、定西敖东世航药业有限公司三级子公司，从中药材源头进货，锁定优质供应商集中采购，通过大宗的药材基地安排专门人员沟通、特许农户合作等方式，实时把控药材质量，节省中药材流转成本，公司通过上述系列工作，能够将原材料价格波动对产品毛利率的影响控制到最小。未来公司将结合市场情况、销售定价策略及市场消费者接受程度综合考虑是否进行调价。

4、安神补脑液的院内、院外占比情况，以及是否有出口？安神补脑液的销售区域分布是怎样情况？

安神补脑液为双跨品种，在院内及院外均有销售，目前安神补脑液在 OTC 销售占比较大，同时公司正积极探索安神补脑液的出口业务。由于安神补脑液属于双跨品种、国家医保品种，医院及连锁药房 OTC 都可以进行销售，因此公司对安神补脑液的销售区域的划分是比较均衡的，在全国各省市的各终端都有销售布局。

5、前面介绍了公司计划培育羚贝止咳糖浆、养血饮口服液等品种成为过亿品种，请问主要做大相关品种是有什么具体的策略么，是投放广告还是有其他的营销策略？

近年来，公司顺应市场发展，不断创新思路，优化营销模式，不断加大对销售队伍与销售人员的培育，强化队伍建设，持续提升终端、渠道掌控能力，形成了较为完善且系统的销售体系。公司分别成立不同的销售公司及销售事业部，结合自身特点及优势，打造复合型销售模式。公司根据市场变化，通过优化细化市场营销活动、强化专业学术推广、加大销售政策的

| | |
|----------------------|--|
| | <p>支持，不断拓宽销售渠道，持续提升营销能力。公司在未来营销策略中，以广告宣传等方式的营销策略不会作为主流策略，公司产品高质量口碑是通过消费者的真实用药体验获得益处和疗效后形成的，公司认同的是消费者对产品本身的认可。</p> <p>6、小儿柴桂退热口服液、羚贝止咳糖浆作为与流感相关用药，去年的分季度销售情况如何？</p> <p>小儿柴桂退热口服液功能主治为发汗解表，清里退热。用于小儿外感发热。症见：发热，头身痛，流涕，口渴，咽红，溲黄，便干。羚贝止咳糖浆功能主治为宣肺化痰，止咳平喘。用于小儿肺热咳嗽及痰湿咳嗽。两个产品均适用于流感的相关症状。2022年，公司小儿柴桂退热口服液、羚贝止咳糖浆受多种因素影响，第二季度的销售收入未达预期，第一、三、四季度完成或超额完成当季的销售任务，同时完成全年销售目标。</p> <p>7、化药的今年目标和未来发展安排是怎样的？</p> <p>化药板块，公司克服了过去几年的不利因素影响，2022年公司化药板块风险已基本出清。从2019年下半年开始，化药板块的主营收入占比从51%左右的高峰降低到现在的11%左右。受国家医改政策的影响，化药板块两个核心品种近三年的销售收入下降幅度较大。2023年，公司在化药方面转型稳中求变，原公司主要品种“注射用核糖核酸Ⅱ”已于2023年不再纳入《第二批国家重点监控合理用药药品目录》，为该品种市场拓展创造有利条件。通过加强对市场营销人员的培训与考核，不断夯实基层销售代表的学术推广能力和综合素养，找准临床定位，实施临床服务精益管理，重点培育注射用盐酸平阳霉素、注射用赖氨匹林及原料药、羧甲司坦泡腾片、注射用卡络磺钠等系列产品，有规划、按步骤形成相关产品的优势解决方案。加强注射剂招商品种市场管理，参与香丹注射液进集采；做好注射用尿激酶、注射用玻璃酸酶、注射用盐酸丙帕他莫及原料药、注射用甘草酸二铵及原料药等品种的市场布局。</p> <p>8、请介绍公司投资的证券资产是否有退出计划？</p> <p>目前公司证券投资将会寻找一个比较合适的机会择机退出。比如公司持有的阳光诺和在去年6月底解禁，解禁之后已全部退出，退出的资金主要用于当时广发证券H股增持及公司医药主业发展。公司直接持有的海创药业今年8月份解除限售。公司直接持有的股票，除辽宁成大、南京医药和第一医药等战略性投资外，未来将结合资本市场环境及个股股价情况择机退出，尽量减少证券投资对公司业绩带来波动。</p> |
| 关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明 | 本次活动不涉及应披露的重大信息。 |
| 日期 | 2023年5月8日 |