

证券代码：000915

证券简称：华特达因

编号：2025-001

山东华特达因健康股份有限公司投资者关系活动记录表

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
参与单位名称及人员姓名	参加公司 2024 年度业绩说明会的投资者
时间	2025 年 4 月 16 日 15:00-16:00
方式	全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）
上市公司接待人员姓名	总裁 杨 杰 独立董事 杜 宁 财务总监 谭立富 董事会秘书 樊黎明
投资者关系活动主要内容介绍	<p>总裁杨杰等参会人员与网上投资者进行了交流，主要内容如下：</p> <p>1. 公司与华润的合作模式是怎样的？对盈利能力有何影响？ 答：您好，华润三九是达因维生素 D 滴剂（胶囊型）产品在中国境内的独家代理商，全面负责该产品的市场推广与全渠道的营销工作。此次合作，两家公司得以共同促进维生素 D 补充品的普及。通过携手并进，实现优势互补和资源共享，为全民健康事业贡献更大的力量。</p> <p>2. 公司去年 3 季度业绩大幅下滑，且预收款、存货、应收款、现金流等指标均预示经营下滑具有趋势性，但四季度业绩突然又逆势回暖，令人错愕，请管理解释业绩大幅波动的原因，并展望这种大幅波动是偶然性还是经常性的。 答：您好，2024 年第三季度的业绩下降主要受到医药行业增长速度减缓、市场终端动销不活跃以及药店竞争加剧等因素的影响。面对市场环境变化，公司积极应对，加大营销力度，坚持“专家权威推荐，渠道方便购买，专业品类教育”的核心营销策略，加速线上渠道及营养保健产品的布局和推广，强化重点客户合作和终端渠道营销，促进公司业绩保持稳定和持续健康发展。</p> <p>3. 作为纳米级股东，我对以杨杰总为首的管理层深耕主业，无畏低质竞争，以我为主，稳健发展的精神表示赞赏和钦佩。面对市场竞争，我相信公司管理层能够乘风破浪而勇毅前行，只是借此机会，想请教杨总几个问题。一，如何稳健而快速地剥离副业，聚焦达因药业发展？二，如何形成多品类拳头产品，避免单一化？三，渠道方面，怎样进一步优化布局？减少应收账款，扩大直营直销率？四，如何进一步建设诚实能干高效务实的企业文化？谢谢！ 答：您好，非常感谢您对我们管理层的认可和支持。针对您提</p>

出的问题，我将逐一回答：

一、华特信息已经法院宣告破产；华特知新解散清算工作正积极推进中；关于沂南华特卧龙学校资产占用问题，公司将根据实际情况积极制定方案，妥善解决，保护公司合法权益。

二、公司儿童药品主要包括伊可新、伊 D 新、达因铁、达因钙、达因锌、小儿布洛芬栓、二巯丁二酸胶囊、盐酸托莫西汀口服溶液、地氯雷他定口服溶液、西甲硅油乳剂等。利用“伊可新”广泛的影响力，开发构建了“伊可新”品牌延伸的儿童大健康领域，包括营养/保健食品、儿童健康用品等。达因药业注重产品研发和创新，通过市场调研和消费者需求分析，不断推出符合市场需求的新产品。

三、公司会持续加强渠道建设，强化与重点经销商、超大型连锁客户的战略合作和深度合作，持续开展各项市场推广活动；同时我们也会积极拓展新零售业务，加强电商等新零售渠道的开发力度。

四、在企业文化建设方面，我们聚焦儿童医药主业，怀着“使千千万万中国儿童健康强壮”的使命愿景，一直秉持“认真做事、诚信做人”的价值理念，建立与诚实能干、高效务实相符合的企业文化。我们注重员工的培训和成长，鼓励员工勇于担当、敢于创新，同时也加强团队合作和沟通，营造积极向上的工作氛围，发挥榜样的力量使企业文化深入到员工心中和工作中。我们相信，只有建设好企业文化，才能吸引更多优秀人才加入我们的团队，共同推动公司的发展。

再次感谢您的提问和支持，我们会继续努力，为公司和股东创造更大的价值。

4.您好，公司现金充裕，在目前国家危难之际，公司是否考虑拿出 2-3 亿出来增持股份，稳定股价，为国效力！

答：您好，公司积极响应国家号召，加大分红力度回报投资者，连续两年分红金额占归母净利润的 95.79%，2024 年度中期和年度分红合计金额更是达到了年度归母净利润的 119%。

5.总经理您好，请问近 3 年伊可新在医院、药店、电商渠道的营收占比是多少呢？谢谢

答：您好，公司的主要销售收入来自院外渠道，院外渠道包含药店及电商。

6.请问竞对产品被集采，如何保证同区域内销售空间不被挤占呢？竞对集采是否会倒逼公司产品降价呢？

答：您好，公司将坚持“专家权威推荐，渠道方便购买，专业品类教育”的核心市场营销策略不动摇，加强品牌宣传和市场推广力度，加速向 OTC(非处方药)渠道和新零售布局，通过药店、电商等终端覆盖消费者，实现院外销售闭环，促进公司区域内整体销售规模的稳定和发展。

7.请问公司产品除伊可新外，其他主要产品的市场空间及营收、净利润情况如何呢？

答：您好，公司产品线丰富，并不断加强新产品的研发创新。除伊可新外，达因铁、达因钙、小儿布洛芬栓等均拥有广阔的市场空间。在营收方面，这些产品均实现了稳定的增长，为公司贡献了

较好的收入。公司持续优化产品结构，提高生产效率，加强成本控制，使这些产品的净利润率保持在较稳定的区间。

8. 总经理您好，请问达因药业中长期激励方案中 3 年的考核目标分别是什么呢？目前计提情况如何呢？谢谢

答：您好，公司会积极努力地完成考核目标，促进公司的持续稳健发展。至于目前的计提情况，我们遵循相关会计准则及政策，确保计提的合理性与合规性，具体数据需结合财务报告进行详细分析。

9. 公司是否考虑利用银行证券回购信贷政策，进行质押回购公司的股票呢？这个也能增加公司的盈利，分红也足够覆盖银行的贷款利息，毕竟咱们公司分红高，还能提高公司市值，一举多得。

答：感谢您的建议。

10. 因为公司服务的是从婴幼儿就开始了，这些家庭一开始就是用咱们的产品，公司是否有意愿或者是组建自己的私域运营团队，把婴幼儿的爸妈组建进入私域群，然后未来的儿童营养品和保健品做长期的私域维护和拓展，现在把经销商品和顾客沟通的主要是通过第三方平台进行的，不利于进行私域直接和顾客的接触？是否会有这个未来的建设目标或者是营销投入？私域投入会达到什么级别？

答：您好！公司有相应的运营部门负责该项业务。

11. 杨总，请问下年度股东大会什么时候开？

答：您好！请关注公司将法定信息披露媒体发布的公告和股东大会通知。

12. 公司业绩激励政策之前是要求每年盈利都要增长，2024 年盈利已经下滑，那么修正过的业绩激励政策是什么样的

答：您好！达因药业 2023—2025 年中长期激励政策不变。

13. (1) 公司未来几年的发展战略和规划是什么。是否有新的业务拓展计划或重大投资项目？(2) 公司如何看待市值管理，是否有提升市值的措施或计划。(3) 公司主要风险有那些如何识别和应对这些风险。

答：公司以“使千千万万中国儿童健康强壮，成为儿童保健和治疗领域的领军企业”为使命愿景，聚焦医药主业，创新赋能，做强做优做大儿童健康产业，实现公司高质量跨越式发展。

公司实施品类延伸战略，形成完整的儿科用药体系；实施“伊可新”品牌延伸，进行儿童营养食品、保健食品、健康用品等儿童大健康产品布局；拓展伊可新适用年龄，从 0-6 岁拓展到 0-18 岁。

公司将积极响应国家相关政策，按照《上市公司市值管理指引》等的相关规定，结合公司实际情况，积极通过规范透明的信息披露、加强与投资者沟通、实施较高比例的分红等措施，实现对公司市值的有效管理。公司将积极应对市场变化及行业风险，加强公司经营管理，提升公司核心竞争能力，促进公司业绩保持健康发展。

14. 请问伊可新绿色和粉色装的出厂价是多少呢？按目前渗透率空间有多少呢？

答：您好，目前伊可新绿色和粉色装都还有很大的渗透率空间，

特别是粉色装。

15.请问伊可新近 5 年来市占率情况，公司 0-1 岁和 1-6 岁有无渗透率目标呢？

答：您好！伊可新市占率在 60%以上。

16.请问公司未来如何保持产品的高毛利率，毛利率会否大幅度下降。

答：公司持续聚焦儿童医药及大健康领域，坚持核心营销策略，强化品牌宣传，提升市场竞争力。

17.请问公司 25 年在创新药和仿制药的研发上有什么计划？

答：您好，公司 2025 年继续完善儿童用药关键技术平台建设，重点在儿童呼吸和精神用药上实现突破。

18.行业以后的发展前景怎样？

答：您好！当前，中国医药产业正处于创新动力与政策扶持的双重利好时期，整体展现出规模不断扩张、结构快速优化的趋势。随着人口老龄化的加剧以及慢性疾病的高发，基础医疗需求持续稳定增长。同时，行业重心正向创新药物和生物技术领域倾斜。政策方面，通过实施优先审评、扩大医保覆盖范围等措施，加速了行业的高质量转型。在研发方面，领先制药企业通过高额研发投入，布局肿瘤、免疫治疗等前沿领域，国际化步伐加快，国产创新药物逐渐走向国际市场。技术上，人工智能技术的运用显著提高了药物研发的效率，基因编辑、细胞治疗等技术推动了精准医疗的发展。此外，互联网医疗和数字化工具的应用，正促使行业形成“创新+数字化”相结合的新生态。

儿童药物作为医药产业的一个细分市场，长期面临专用品种稀缺、研发投入不足的问题，市场主要依赖于成人药物剂量的调整，导致供需矛盾较为突出。近年来，国家鼓励儿童药发展的政策导向明显，通过制定鼓励研发清单、实施优先审评等机制，引导企业增加对儿童专用药物的研发投入。制药企业纷纷加快剂型改良（例如口感改善、便携式剂型）和适应症扩展的步伐，儿童制药行业正逐步向精准化和安全性提升的方向发展，基因技术、AI 辅助设计等技术的应用提高了用药的针对性。2024 年 3 月，《中国儿童维生素 A、维生素 D 临床应用专家共识》建议补充时长从 3 岁调整为 18 岁。达因药业将继续根据共识建议，将伊可新的适用年龄由 0-6 岁扩展到 0-18 岁，加强其他维矿类及治疗类药物的推广，加大新儿童药的研发，丰富公司的产品格局。

19.你好：杨总，公司目前主要大单品类伊可新的市占率情况是怎样的？目前存在哪些竞争品类？我们如何应对？

答：您好！伊可新市占率在 60%以上。公司坚持“专家权威推荐，渠道方便购买，专业品类教育”的核心营销策略，持续开展《中国儿童维生素 A、维生素 D 临床专家共识（2024 版）》的宣讲工作，传递伊可新“AD 同补、0-18 岁、每日一粒”理念，通过覆盖目标人群的大众和专业媒体等渠道进行推广。

20.请问儿童营养补充剂赛道有什么进入壁垒吗？

答：您好！请具体查询国家卫建和药监部门关于营养健康产品

相关法律规定。

21.这个是视频直播吗

答：您好，本次业绩说明会为网上文字直播，感谢您的关注！

22.请问核心管理层有持股计划吗？管理层是否受《关于渐进式延迟法定退休年龄的办法》影响，到法定年龄必须退休呢？ 答：您好！公司目前暂无管理层持股计划。公司将严格按照国家规定执行退休政策。

23.一直说维生素 D 滴剂，那么请教未来 1~2 年这个产品公司准备做到大规模？

答：您好，华润三九是达因维生素 D 滴剂（胶囊型）产品在中国境内的独家代理商，全面负责该产品的市场推广与全渠道的营销工作。

24.请问公司大部分收入来源于达因药业，但是目前持股只有 52.14，公司账面有大量现金，为何不全部收购股权呢？

答：您好！该事项涉及多方，目前公司暂无与相关方沟通相关事项的计画。

25.您好：看到公司连续 2 年（23~24 年）保持高比例分红，做为贵司的新进股东，想了解下公司的分红原则是什么？后续几个年度会一直保持这样的分红比例吗？

答：您好！感谢您关注并成为公司股东。公司未来将通过加强经营管理等努力保持公司业绩稳健和持续发展，在公司业务没有重大投入和资金需求的前提下，积极提报并经股东大会决策，向股东实施较大比例的分红，与股东分享公司发展收益。

26.2025 年第一季度销售额毛利如何

答：您好，请关注公司 2025 年 4 月 19 日披露的第一季度报告。

27.公司对于 DHA 产品的规划，未来的空间

答：您好！公司 DHA 产品针对 0-12 岁儿童促进眼脑发育的需求，进行不同组方(DHA+ARA、DHA+ARA+ALA)设计，实现广泛人群的覆盖和业绩增长。

28.公司之后的盈利有什么增长点？

答：您好，首先公司将坚持“专家权威推荐，渠道方便购买，专业品类教育”的核心市场营销策略不动摇，加速向 OTC(非处方药)渠道和新零售布局，通过药店、电商等终端覆盖消费者，实现院外销售闭环，促进公司整体销售规模的稳定和增长。其次我们将持续优化产品结构，加大研发投入，推出更多具有市场竞争力的新产品，以丰富产品线，提高整体盈利能力。再次，我们将加强与合作伙伴的沟通与协作，共同应对市场变化，通过提升市场推广效率，扩大销售渠道，来增强产品的市场竞争力。最后，我们还将加强企业的数字化、智能化建设，从而降低产品成本，保持盈利能力。通过这些措施的实施，我们有信心应对集采带来的挑战，保持公司的稳健发展。

29.公司生产的产品主要原材料是进口的，是否有来自美国的原材料进口。

答：您好，公司主要原材料是进口的，不是来自于美国。

30.你好，杨总，企业的核心价值观是什么？我作为公司股东，想了解公司的发展前景！在生育率下降的情况下，公司是如何规划的？

答：公司秉承“量身定制儿童药物”研发理念，以“使千千万万中国儿童健康强壮，成为儿童保健和治疗领域的领军企业”为使命愿景，以“认真做事，诚信做人”为价值理念，聚焦医药，创新赋能，做强做优做大儿童健康产业集群，实现公司高质量跨越式发展。

公司实施品类延伸战略，形成完整的儿科用药体系；实施“伊可新”品牌延伸，进行儿童营养食品、保健食品、健康用品等儿童大健康产品布局；拓展伊可新适用年龄，从0-6岁拓展到0-18岁。

31.请问：贵司创新药（手足口病）的临床试验到了几期？

答：您好！公司创新药（手足口病）临床试验目前处于一期阶段。

32.关税战影响到公司的盈利吗，公司分红会在上半年进行吗

答：您好！关税战对公司基本无影响。公司2024年度分红将于年度股东会召开后2月内实施完毕。

33.公司产品有没有海外销售计划

答：您好，暂时没有海外销售计划，感谢您的关注。

34.2025年业绩目标是什么

答：您好！公司2025年将基于儿童医药主业领域的品牌和核心竞争力，积极应对市场挑战，持续加强研发、生产、市场和治理等各方面工作，通过加强经营管理，努力保持公司业绩持续稳健发展。

35.公司是否有市值管理意愿与目标

答：您好！公司将积极响应国家相关政策，按照《上市公司市值管理指引》等的相关规定，结合公司实际情况，积极通过规范透明的信息披露、加强与投资者沟通、实施较高比例的分红等措施，实现对公司市值的有效管理。

36.你好：杨总，公司业绩从2019年开始至2023年，都实现了大比例的连续增长，然而从2024年开始，营收及业绩开始实现了负增长，那么在目前营收及业绩下滑的情况下，请问公司领导层采取了哪些具体举措？来保证公司营收及业绩重回正常增长的趋势？

答：您好，公司面对市场环境变化，积极应对，加大营销力度，坚持“专家权威推荐，渠道方便购买，专业品类教育”的核心营销策略，加速线上渠道及营养保健产品的布局和推广，强化重点客户合作和终端渠道营销，促进公司业绩保持稳定和持续健康发展。

37.请问伊可新6-18岁市场占比。未来如何推广到18岁。

答：您好！公司持续开展《中国儿童维生素A、维生素D临床专家共识（2024版）》的宣讲工作，传递伊可新“AD同补、0-18岁、每日一粒”理念，通过覆盖目标人群的大众和专业媒体等渠道进行推广。

38.公司业绩激励进展

答：您好，达因药业中长期激励考核期为2023年至2025年，2026年至2027年为兑现周期。本年度为考核期的最后一年。

39.杨总好，请教下今年二线品种我们的规划，是否有很大的增长？维生素 D 跟华润合作，有什么进展？

答：公司坚持“专家权威推荐，渠道方便购买，专业品类教育”的核心营销策略，加速线上渠道及营养保健产品的布局和推广，强化重点客户合作和终端渠道营销，促进公司业绩保持稳定和持续健康发展。

华润三九是达因维生素 D 滴剂（胶囊型）产品在中国境内的独家代理商，全面负责该产品的市场推广与全渠道的营销工作。此次合作，两家公司得以共同促进维生素 D 补充品的普及。通过携手并进，实现优势互补和资源共享，为全民健康事业贡献更大的力量。

40.公司本期盈利水平如何？

答：您好，请关注公司 2025 年 4 月 19 日披露的第一季度报告。

41.关税战与贵公司有什么影响

答：您好，暂时没有影响，感谢您的关注。

42.你好：公司业绩从 2019 年开始至 2023 年，都实现了大比例的连续增长，然而从 2024 年开始，营收及业绩开始实现了负增长，那么在目前营收及业绩下滑的情况下，请问公司领导层具体采取了哪些具体举措？来保证公司营收及业绩重回正常增长的趋势？

答：您好，公司面对市场环境变化，积极应对，加大营销力度，坚持“专家权威推荐，渠道方便购买，专业品类教育”的核心营销策略，加速线上渠道及营养保健产品的布局和推广，强化重点客户合作和终端渠道营销，促进公司业绩保持稳定和持续健康发展。

43.杨总你好 请问儿童医药市场规模连续几年复合增长都在 10，看 2024 年的财报公司的增长却在放缓？公司有没有在布局利润增长第二曲线产品？都是那些产品？布局的膳食补充剂、益生菌 23 年和 24 年销售收入和净利润分别是多少？在财报里没有看到。公司具体发展战略方向？公司账户躺着 20 亿的现金，应该创造更多的收益，也可以回购公司股票注销来提高股东权益收益比。或用现金收购少数股东股权？

答：2024 年第三季度的业绩下降主要受到医药行业增长速度减缓、市场终端动销不活跃以及药店竞争加剧等因素的影响。面对市场环境变化，公司积极应对，加大营销力度，坚持“专家权威推荐，渠道方便购买，专业品类教育”的核心营销策略，加速线上渠道及营养保健产品的布局和推广，强化重点客户合作和终端渠道营销，促进公司业绩保持稳定和持续健康发展。

公司围绕儿童药品和健康产品制造主业，通过市场调研和消费者需求分析，不断通过研发丰富产品线，形成了包括伊可新、伊 D 新、达因铁、达因钙、达因锌、小儿布洛芬栓、二巯丁二酸胶囊、盐酸托莫西汀口服溶液、地氯雷他定口服溶液、西甲硅油乳剂等儿童药品，以及 DHA 系列和益生菌粉等儿童大健康产品系列。公司积极加强新产品营销和拓展，除伊可新外，达因铁、达因钙、小儿布洛芬栓及儿童健康产品均取得了较好的业绩和发展。

公司在保障资金安全的前提下，努力加大资金收益，同时通过高比例分红等向股东分享公司发展收益，连续两年分红金额占归母

	<p>净利润的 95.79%，2024 年度中期和年度分红合计金额更是达到了年度归母净利润的 119%。</p> <p>44. 请问伊可新线上渠道销售情况怎么样的（收入，覆盖平台，品种结构等）？收入占比如何？后续线上如何布局？</p> <p>答：您好！达因药业已与头部电商平台（如京东、天猫等）建立战略合作，公司产品线上销售显著增长，B2C 和 O2O 渠道占比提升，线上增速高于线下。线上主力产品为维生素 AD 滴剂（绿色装 0-1 岁、粉色装 1 岁以上）、达因钙、达因铁、达因锌及以“伊可新”为品牌延伸的儿童大健康领域的各类产品。线上渠道是达因药业未来重点拓展的方向，公司将通过多元化平台合作、产品创新及数字化运营巩固市场优势，以期进一步扩大线上市场份额，提升品牌影响力。</p> <p>45. 领导，您好！我来自四川大决策</p> <p>请问公司儿童药销售模式和渠道是怎样的？主要面向医院还是药店，或者是公司建立的直销渠道？公司去年研发投入有多少？占营收比例有多高？</p> <p>答：您好，公司主要是通过经销商来销售儿童药产品，我们与经销商建立了长期稳定的合作关系。同时公司组建了医院、商务、OTC 及新零售团队。销售团队在继续做好前端专家权威推荐的同时，持续优化调整渠道和终端布局以方便消费者购买。公司 2024 年研发投入为 9713.89 万元，占营业收入的 4.55%。</p> <p>46. 公司的核心产品去年在部分省份经历了集采，请问是否会趋势？公司对核心品种盈利能力的下滑风险有何应对方案。</p> <p>答：您好，首先公司将坚持“专家权威推荐，渠道方便购买，专业品类教育”的核心市场营销策略不动摇，加速向 OTC(非处方药)渠道和新零售布局，通过药店、电商等终端覆盖消费者，实现院外销售闭环，促进公司整体销售规模的稳定和增长。其次我们将持续优化产品结构，加大研发投入，推出更多具有市场竞争力的新产品，以丰富产品线，提高整体盈利能力。再次，我们将加强与合作伙伴的沟通与协作，共同应对市场变化，通过提升市场推广效率，扩大销售渠道，来增强产品的市场竞争力。最后，我们还将加强企业的数字化、智能化建设，从而降低产品成本，保持盈利能力。通过这些措施的实施，我们有信心应对集采带来的挑战，保持公司的稳健发展。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2025.4.17