

江中药业股份有限公司
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 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
参与单位名称 及人员姓名	海通证券、中信建投、中信证券、中金公司、华泰证券、国联证券、华安证券、光大证券、兴业证券、招商证券、浙商证券、东吴证券、华西证券、西部证券、国投证券、信达证券、东北证券、嘉实基金、南方基金、富国基金、华夏基金、博时基金、永赢基金、创金合信基金、西部利得基金、元亨王道私募基金、中盛晨嘉私募基金、泰康资管、高毅资管、德远投资、点润投资、知远投资、红思客资管、易正朗投资、石锋资产、和谐汇一资管、清池资本、广东技搏电力等分析师及投资者。
时间	2024年4月2日
地点	江中药谷
上市公司 接待人员姓名	董事长刘为权、总经理肖文斌、财务总监李小俊、董事会秘书田永静
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>一、公司基本介绍</p> <p>2023年，公司坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，围绕“十四五”战略开展中期研讨，进一步清晰战略规划，优化业务布局，加强研发投入，加快数字化转型，深化精益制造，重塑组织内功，推动高质量发展不断取得新成效。报告期内，公司实现营业收入43.9亿元，同比增长13%；归母净利润7.08亿元，同比增长18.4%；扣非归母净利润7.04亿元，同比增长38.97%；经营性现金流量10.36亿元，与上年同期基本持平。</p> <p>公司坚持战略引领，围绕“做强OTC、发展大健康、布局处方药”的业务重心，坚持内生发展和外延拓展相结合，通过品牌驱动和创新驱动，引领经营发展提质提速。其中：OTC业务，深化产品梯队建设，稳步拓展品类赛道，实现营业收入30.5亿元，同比增长16.46%。大健康业务，深挖核心品类潜力，强化品牌建设及模式创新，实现营业收入6.5亿元，同比增长49.96%。处方药业务，积极融入行业新格局，以合规发展促运营提升，但受到集采等影响，实现营业收入6.64亿元，同比下降16%。</p> <p>二、投资者问答</p>

1. 健胃消食片的未来展望？

回复：健胃消食片具有较为成熟的渠道覆盖和消费者心智认知，过去取得较好的市场表现。2023 年，公司通过持续的品牌唤醒和场景拓展，让业务进一步得到消费者和渠道的认同。未来，我们希望通过持续的场景优化、渠道覆盖、产品升级，通过技术赋能、品牌再造，让更多消费者体验到好吃又有效的产品，努力取得更好的经营成果。

2. 参灵草的未来展望？

回复：参灵草系列产品已上市十余年，过去曾实现过更高的营收规模，2023 年其营业收入尚未回到历史高点。过去，参灵草品牌推广的定位和投入有一些反复，近几年随着国民健康意识的提升，对提高免疫力的需求增强，参灵草借势取得了不错的增长。考虑基数较小，参灵草业绩仍不算亮眼，还应该有更好的表现和市场空间。

3. 肝纯片的未来展望？

回复：肝纯片是公司自产自研的有保健品批文的产品，在工艺等方面相对成熟。近年来，消费者保肝护肝意识在持续提升，肝纯片在 2023 年展示了较好的成长趋势，成为行业新秀，但目前规模还不大，尚未形成很强的消费者心智。未来。公司将继续优化产品的传播策略，拓宽销售渠道，尝试线上线下渠道结合的方式，让消费者有更多机会接触到产品。

4. 公司未来的分红政策？

回复：公司持续关注投资者回报，自公司重组上市以来累计分红占期间归母净利润的比例已超 55%。“十四五”期间，公司的高质量发展仍需要持续投入，未来将基于资本开支及生产经营的资金使用情况，平衡发展与回报，保持相对稳定持续的分红政策，与股东共享公司发展的红利。

5. 公司未来增长的动力，是否能支持再造一个江中？

回复：根据公司“十四五”战略规划，计划以 2020 年为基础，希望能在十四五期间“再造一个江中”，实现营业收入翻番。近年来，除了营收、利润等财务指标方面在努力改善外，在研发和生产制造方面也在持续改进，在固定资产投资方面也收获较多成果，为公司“十五五”发展奠定了坚实基础。

未来，公司将通过品牌驱动和创新驱动，引领经营发展提质增速。在创新方面，进一步加快新产品的开发进度，2023 年公司新取得 2 个特殊医学用途配方食品注册批件，新上市了一些保健品，对一些现有产品进行优化升级，深化了新药研发管线布局，持续的研发转化将为公司未来 5-10 年的发展奠定一定基础。除了新产品的开发外，也推动传统中医药和现代技术相结合，激发和挖掘现有产品的活力和潜力，如复方鲜竹沥液、黄芪生脉饮、八珍益母胶囊等，传承和创新好传统中医药积累的宝贵财富。在品牌方面，围绕“江中”品牌及“利活”“初元”“参灵草”等特色品牌，持续打造大单品、强品类。近年来，公司在原有过十亿单品健胃消食片的基础上，近年陆续丰富了过五亿的乳酸菌素片和双歧杆菌三联活菌肠溶胶囊，咽喉咳喘品类和补益品类已突破三亿，大健康业务持续夯实

初元、参灵草、益生菌和肝纯片等亿元级业务。

6. 公司在线下药店的核心竞争力是什么？

回复：公司以 OTC 业务为基石，坚持战略引领，持续加强品牌建设投入，强化消费者认知，也积极适应零售渠道的变化。近几年，药店零售渠道正在发生变化，零售渠道更加拥抱品牌药企，更加关注内部经营效率，不断以消费者为中心提高经营质量。公司针对现在消费者的健康需要，打造了“家中常备药”的品牌形象，不断挖掘传统中医药的智慧，持续丰富了产品集群，顺应行业发展的趋势。

目前，江中 OTC 队伍超 1000 人，通过服务渠道共同解决行业发展的痛点，一是通过促销、公益推广等营销活动帮助药店获客，激发会员体系活力；二是深度挖掘消费者需求，强化“联合用药”“日常调理”等专业知识的教育，赋能渠道销售，共同提升消费者链接能力；三是强化大单品打造，提升渠道经营效率，实现协同共赢。

7. 公司 OTC 营销团队的主要工作？

回复：公司的 OTC 销售人员需要帮助药店和生产伙伴共同实现经济和社会价值，一是通过渠道管理、产品知识培训等方式拓展公司自有产品；二是帮助客户引流，实现品牌和渠道共建；三是开展社会公益活动，如组织活动关爱老人、环卫工人等群体，进一步提升公司与连锁药店的社会价值。

8. 营销方面的主要策略？

回复：近年来，公司持续强化消费者洞察，不断跟踪消费者的品牌认知和消费者购买的驱动因素，也积极拥抱数字化时代的新场景，进一步完善营销能力。一是围绕阿里健康、京东大药房、拼多多等开展 B2C 业务，打造品牌阵地，通过抖音、小红书等种草引流，其他品牌站内、视频媒体广告投放等形式，提升销售转化；二是伴随新零售的兴起，积极建立自有品牌的圈层，打造自有新零售营销团队，通过达人带货等方式，开辟新增长；三是探索与美团、饿了么等平台合作 O2O 模式，强化健胃消食片与美食的关联，通过平台几千万家美食店铺与消费者强化链接。

9. 公司目前有很多产品，如何分配销售资源？

回复：公司将持续聚焦核心大单品的打造，围绕健胃消食片、乳酸菌素片、草珊瑚含片、多维元素片、参灵草、益生菌等品种，多维度构建业务组合。

10. 特医食品的未来规划？

回复：2024 年，公司暂未将特医食品营业收入纳入硬性指标，还在研究完善后续经营规划。特医食品在发达国家市场已经被广泛接受，主要销售渠道在医院，国内目前的消费者认知并不深入，主要市场份额以外企或中外合资企业为主，国内厂商中还没有头部企业。目前，公司在特医食品领域尚未形成明显优势，短期考虑与业内领先者合作，让产品能触达更多消费者。后续，公司将考虑通过外延方式，构建完善相关产品集群，通过研产销协同，促进市场开拓。

11. 公司销售费用的未来展望？

回复：过去几年，公司持续开源节流、优化资源投入，通过努力把一批几千

万的品种打造为新的过亿品种。未来，通过“渠道+品牌”共同驱动业务向更高的台阶迈进，销售费用的结构有望调整，品牌投入的占比有望提升，进一步提升江中品牌温度，强化“家中常备药”的品牌形象，巩固消费者心智认知。预计“十四五”期间公司销售费用率保持总体稳定。

12. 公司组织架构调整的举措及未来规划？

回复：2023年，公司围绕“四个重塑”开展“十四五”战略中期检讨，组织重塑和业务重塑都是重点推进的工作。公司通过组织架构调整，进一步加强业务部门的内部协同，有利于业务部门根据市场一线动态及时调整经营决策。“十四五”期间，公司将持续深化组织重塑和业务重塑，进一步向行业内优秀企业对标学习，提升渠道管理和销售推广的能力，也希望通过外部引入和内部培养等形式，进一步加强营销团队建设，匹配业务发展的需求。

13. 大健康事业部的发展预期？

回复：2023年，公司大健康的传统业务呈现恢复性增长，线上业务发展速度较快，肝纯片等新打造的产品在业务探索上取得成功，都有组织重塑和业务重塑带来的助益。过往，公司大健康业务以线下传统方式为主，近年为适应大众消费习惯的变化拓展了线上渠道业务。2024年，公司计划加大线下业务布局，线上线下同时发力，根据不同产品特性匹配不同资源，推动大健康业务发展不仅有速度，还有市场份额和行业地位的持续提升和改善。

14. 并购子公司的固定资产投资速度较快的主要考虑？

回复：公司并购的子公司原有生产基础相对薄弱，基于对子公司的未来定位和发展规划，加快了产能和设备的升级进程，科创城生产基地的投产促进桑海制药、济生制药的产能、工艺、产品品质有较大提升，金匠园项目建成后也将解决海斯制药核心产品的产能瓶颈问题，为公司长期高质量发展奠定良好基础。同时，子公司固定资产投入是积极响应国家号召，推进装备更新升级的重要举措。公司整体资产质量较为良好，过去绿色制造和智能制造更多体现在江中药谷生产基地，通过近年来对子公司智能化升级的持续投入，希望未来公司每一个生产单元和基地，智能制造水平都能处于行业前列。

15. 青海银行的股权后续如何处理？

回复：公司于2017年起持有青海银行的部分股权，在持有期间该资产的回报率较为稳健。青海银行主要属于公司的非主业资产，目前国务院国资委有相关要求需要工业企业清理非主业的金融性资产，公司也正在推进对外转让的工作，并已和意向投资者开展沟通，希望尽早实现非主业资产剥离。

16. 外延并购的主要思路是什么？

回复：公司将坚持“内生发展、外延并购”双轮驱动的发展战略，不断引领业务快速增长。外延并购以优化产业布局为目标，以丰富产品、拓宽赛道、拓展业务为核心，立足自身发展阶段积极主动、稳健有序的整合行业优质资源，在巩固脾胃、肠道、补益、咽喉咳喘等核心优势的基础上，抓银发经济新机遇拓展特色慢病品类，并关注女性、儿童、生殖等健康需求。

17. 核心 OTC 产品是否考虑提价？

回复：公司经营一方面要满足消费者的现有需求，另一方面也要考虑企业的高质量发展，需要平衡和兼顾。2023 年，公司主要产品均未调整价格。未来，公司将根据产品的焕新升级、规格调整、原材料价格等因素综合考虑价格调整的计划。

（交流内容涉及一些前瞻性描述，具有一定的不确定性，不构成对投资者的业绩承诺，敬请投资者对此保持风险意识。）