

证券代码：600422

证券简称：昆药集团

昆药集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2024-003

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"/> 业绩沟通会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他
参与单位及人员	1、上交所“我是股东”价值十年活动走进昆药集团：上海证券交易所、云南证监局、上海证券报；红塔证券、鹏华基金等分析师及投资者 2、中金公司、中欧基金、远信（珠海）私募基金、高毅资产、淡水泉投资、汇华理财、Point72、华泰资管、东方阿尔法基金、福泽源（上海）私募基金、Value Partners Limited、苏州丹青二期创新医药产业投资、进化论私募基金、银华基金、中金资管、建设银行、盘京投资、崇山投资、君和立成投资等分析师及投资者
时间	2024年5月21日-2024年5月24日
地点、方式	现场会议
上市公司接待人员	1、副董事长、总裁颜炜先生、董事会秘书张梦珣女士、证券事务代表董雨女士；2、董事会秘书张梦珣女士、投资者关系陆锴馨女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司对未来长期的业绩增长预期？</p> <p>答：2024年一季度，公司确定了未来五年的战略规划，明确了发展的战略目标：公司将紧紧围绕“传承精品国药，以三七产业链为核心，立足于老龄健康，拓展慢病管理领域，成为银发健康产业第一股”的战略核心，聚焦精品国药、老龄健康-慢病管理两大核心业务领域，通过短期、中期、长期三步走的发展行动规划、七大战略举措、六项规划保障和六大核心能力，重点打造三七系列产品为核心的慢病管理以及“昆中药 1381”系列为核心的精品国药两大平台，致力于成为“老龄健康-慢病管理领域领导者”和“精品国药领先者”。通过内生发展加外延扩张方式，力争 2028 年末实现营业收入翻番，工业收入达到 100 亿元，致力成为银发健康产业第一股。</p>

2、公司在市值管理方面有哪些举措？

答：公司将严格遵循国资委、证监会“以投资者为本”，提高上市公司发展质量、提升投资者回报等相关要求，积极开展市值管理工作。公司持续聚焦主责主业，集中发展重点业务，公司管理层高度专注公司的经营管理，致力于通过提升公司经营业绩、经营质量及合理的股东回报以维护公司市值水平、回报广大投资者；此外，公司也通过信息披露、公司调研、业绩说明会、机构反路演、投资者热线、上证 e 互动等多渠道、多方面与投资者保持良性互动、加强投资者关系管理，积极向市场传递公司投资价值。

3、如何展望公司实现业绩增长的可行性？为实现业绩增长，公司制定了那些具体举措？

答：站在发展新质生产力的时点，公司具备优质的资源禀赋，对战略发展的实现路径充满信心。今年，国家工业和信息化部公示第八批“制造业单项冠军企业”名单，华润三九医药股份有限公司入选，昆药集团“络泰”和华润圣火“理洫王”血塞通软胶囊为全国单项冠军产品，这是该产品在医药行业内的里程碑事件，为产品未来的做大做强提供可能。同时，昆中药舒肝颗粒凭借不断夯实的循证医学证据，重点切入情绪治疗领域，公司目前正与一些科研机构就寻找更多临床循证依据进行合作。此外，在发展的过程中，企业文化至关重要，昆药秉承“大药厚德，痼疾在抱”的企业使命，即制药人始终把人民的疾苦放在心里，这是公司打造上乘中药产品的关键文化理念，亦是公司实现发展战略的重要精神支撑。

为实现公司成为“银发健康产业引领者、精品国药领先者、老龄健康-慢病管理领导者”的新战略目标及未来五年战略规划，公司全面深入推进价值重塑、业务重塑、组织重塑、精神重塑。公司进一步整合商业渠道、优化原有商业模式，持续构建“合理覆盖、快速流通、有效销售”的昆药销售渠道；推出“777”品牌，全力打造三七产业链标杆、推动三七产业链高质量发展，围绕“昆中药 1381”的企业品牌、聚焦昆中药参苓健脾胃颗粒、舒肝颗粒等核心大单品进行品牌打造，致力将“昆中药 1381”打造

成为全国有影响力的精品国药品牌；成立“KPC1951、昆中药 1381、777”三大核心事业部，明确公司未来发展着力点，打造营销高绩效团队，推动公司实现老年健康产业深耕、精品国药传承、三七标杆打造的业务落地，为公司实现蓬勃高质量发展奠基立业；持续完善内部人才梯队建设发展，以精神重塑赋能员工发展，提升公司内生发展力量，为价值、业务和组织重塑的进一步深化保驾护航；强化内部协同、提升资源共享，在组织优化和重塑中提升整体效能，打造公司供应链的核心竞争力。

4、针对公司管理层，是否有进行股权激励的考虑？

答：建立健全长效激励机制是增强企业持续发展动力、保障公司实现战略规划的重要举措。目前公司仍处在与华润三九的融合和自身重塑发展的过程中。新的激励计划公司将结合发展战略、业务规划、人才战略、市场情况等因素综合考虑，如有后续新的激励计划，公司将严格按照有关法律法规的规定及时履行信息披露义务。

5、公司在大健康业务方面的发展思路？

答：昆药健康立足公司核心特色植物资源，如三七、青蒿、天麻、甘草等，围绕创新研发技术持续打造更具功效的产品，目前已形成植物护肤、口腔护理、保健养生三大产品矩阵。目前大健康板块在实现一定规模收入体量的同时，也开始关注盈利质量的提升，优化产品结构、降低期间费用、改善财务指标，并逐步探索从渠道营销向研发布局的跨越，构筑昆药健康未来发展的技术支撑和竞争壁垒。

6、中药材价格上涨，公司的应对措施？如何控制成本？

答：面对上游中药材价格的普遍上涨，公司已经做好相应的应对措施。一方面，公司对核心产品的原材料通过相应的动态管理、药材种植采购合作等方式以保障核心产品的生产、供应安全及生产成本相对平稳；另一方面，公司通过成本控制、效能优化、提升智能制造水平等方式降本增效，减少相应的成本压力。同时通过华润三九对公司在渠道拓展、品牌打造等方面的赋能来逐步提升公司产品的品牌力及溢价能力，也进一步助力化解

中药材长期涨价问题。

7、昆中药未来的经营规划？

答：“昆中药 1381”事业部将围绕“产品梳理、建立商道、品牌驱动、推广策略”四个层面高效推进，把握市场机遇、优化产品组合，凭借六百多年老字号品牌价值和昆药商道优势助力实现打造“精品国药领先者”的目标。未来，公司将围绕“昆中药 1381”的企业品牌，聚焦“大品种-大品牌-大品类”，通过强化品牌造势、提升渠道覆盖，重点打造以昆中药参苓健脾胃颗粒、舒肝颗粒等核心强单品，持续培育昆中药口咽清丸、清肺化痰丸、板蓝清热颗粒、金花消痤丸等高增长潜力产品，深度挖潜更多底蕴悠久的经典名方产品，并借助华润三九在商道建设、品牌打造等方面的经验及优势赋能公司，共同将“昆中药 1381”打造成为有市场影响力的精品国药品牌。

8、昆药与华润圣火的同业竞争问题预计最迟何时解决？

答：目前，双方在业务上已开始协同。公司和华润圣火先后一同参与了三七产业链研讨会、中药产业链沙龙等一系列重要活动的联合举办，协力推动三七产业链平台搭建、助力中药产业链高质量发展。公司与华润三九、华润圣火及华润现代共同参与投资新设云南省三七研究院有限公司，加速实现各方对三七产业的资源整合和协同赋能，力争将三七研究院打造成为高水平的三七产业新型研发机构，并在三七基础研究、应用研究、产业发展及示范应用等方面实现突破，共同助推三七产业高质量跨越式发展。

公司的三七口服系列产品和华润圣火现有业务有一定重叠，对此，华润三九在收购过程中就同业竞争问题出具了承诺函，将在收购之后的 5 年内解决，未来将结合市场情况尽快确定解决同业竞争的具体方案和适当的启动时机。

9、华润三九对昆药的赋能体现在哪些方面？

答：华润三九将协同公司深入挖掘公司产品及品牌的内涵，并借助华润三九在品牌打造方面的丰富经验赋能公司，实现资源共享，共同把“昆

中药 1381”、“777”品牌打造成全国有影响力的品牌。此外，借助三九商道体系和终端覆盖等优势，赋能公司渠道覆盖率、终端掌控力和产品竞争力。在公司运营管理方面，将以华润三九丰富的战略和管理经验，持续赋能提升公司运营管理水平，为公司持续稳健发展筑基蓄能。

10、公司已发布“777”品牌，未来何时可以看到“777”品牌应用到产品上去？

答：非常感谢关注昆药“777”，“777”就是三七系列产品，“777”品牌相关工作涉及生产、设计、品牌推广等全产业链，此项工作正在按照规划正常推进。

11、公司目前核心产品院内外销售情况，如血塞通销售渠道拆分如院内销售和院外销售？2023 年血塞通软胶囊销量快速增加，增长来源是院内或院外？

答：2023 年度公司血塞通软胶囊产品收入中，院内收入所占比重相对较大。公司结合“学术赋能+品牌打造”，以学术赋能营销，构建、提升昆药品牌价值，强化渠道拓展与协同，带动血塞通软胶囊实现规模增长，该产品 23 年度同比增长 33.04%，院内外渠道销售均有增长。

12、出海方面，2023 年，昆药集团三七血塞通软胶囊首次实现乌兹别克斯坦市场的出口，公司未来是否有进一步开拓海外市场的计划？

答：海外板块方面，公司将以青蒿素为核心，以科泰复片通过世界卫生组织预认证为契机，积极参与全球疟疾防控事业，助力实现“无疟疾世界”。同时，公司将通过聚焦在一带一路沿线国家的业务基础，依托优势产业，积极推进三七产业的国际化。此外，积极推进海外市场准入工作，进行产品的注册更新，不断扩大新市场开发。

13、双氢青蒿素磷酸哌喹片获 WHO 认证具体情况，后期市场规划？

答：公司积极响应国家“一带一路”倡议，依托公司“青蒿素产品出口商”的全球网络资源优势，积极推动产业全球化布局，提升国际竞争力。

2023年10月，公司抗疟药双氢青蒿素磷酸哌喹片40mg/320mg通过世界卫生组织（WHO）的预认证（PQ），被世界卫生组织列入国际组织及公立机构抗疟药采购范围，为公司扩展国际公立市场提供了有力的支撑和保证；同时，通过本次PQ认证进一步提升了公司质量管理体系及质量文化，为公司其他产品的国际化认证积累了经验，有利于加速公司产品的国际化进程。

14、在商业板块方面，公司未来的发展展望？

答：医药商业方面，公司将围绕“打造具备老年健康和中药材产业链前端服务能力的特色医药商业公司”的战略目标，持续挖掘基础业务增长潜力；充分整合资源，建立中药材业务拓展能力，并择机布局康养器械；深挖子公司经营潜能，全面提升经营质效；不断提升组织效能以支撑整体发展战略落地。

15、未来，公司哪些品种预计将会培育成大品种？是否会引入新的品种？

答：未来公司将紧紧围绕“传承精品国药，以三七产业链为核心，立足于老龄健康，拓展慢病管理领域，成为银发健康产业第一股”的战略核心，聚焦精品国药、老龄健康-慢病管理两大核心业务领域，重点打造三七系列产品为核心的慢病管理以及“昆中药1381”系列为核心的精品国药两大平台。结合公司目前的发展情况来看，核心产品在品牌塑造、渠道拓展、终端布局上已经取得一定成效，也为挖掘、打造其他潜力产品提供了经验和路径。近几年，在黄金单品带动品类集群的持续推动下，公司内生增长动力不断提升，其中，昆药血塞通软胶囊、昆中药参苓健脾胃颗粒、舒肝颗粒、香砂平胃颗粒等核心产品以及第二梯队草乌甲素软胶囊、昆中药清肺化痰丸、板蓝清热颗粒、金花消痞丸等潜力产品未来预计都会有较好的增长预期，公司也根据这些产品的市场定位和增长潜力，制定了不同的推广策略。同时，未来公司将围绕“健康老龄化”需求，在治疗领域重

	<p>点关注心脑血管、骨风关肾、CNS、消化、情绪等方向，丰富产品管线、推进研发布局、强化投资 BD，促进新产品、新业务和新产业的成长。</p> <p>16、公司应收账款的趋势展望？</p> <p>答：公司对应收账款改善工作给予高度关注、启动应收账款管理项目，从应收账款回收、信用政策制定等多方面进行相应优化。同时，借助三九商道的渠道赋能，公司商业模式正在逐步优化，应收账款管理能力及财务结构的改善效果将会逐渐体现。未来，公司将进一步加强应收账款管理，控制应收账款风险，积极跟进销售回款，降低资金占用成本。</p> <p>17、近年来，公司的市值和业绩都呈现增长，请问在此状态下，公司对中小投资者的回报和分红情况？</p> <p>答：公司注重投资者的分红回报，公司董事会根据公司未来经营情况和整体发展规划来制定合理稳定的利润分配方案，以兼顾对股东的合理回报和公司的可持续发展。公司 2023 年度的利润分配拟以方案实施前的公司总股本 757,113,997 股为基数，每股派发现金红利 0.2 元（含税），共计派发现金红利 151,422,799.40 元（含税）。最终实际分配总额以实施权益分派股权登记日时有权参与本次权益分派的总股数为准计算。本次利润分配预案尚需提交公司 2023 年年度股东大会审议通过后方可实施。</p>
附件清单 (如有)	无