

证券简称：同仁堂

证券代码：600085

## 北京同仁堂股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

活动形式	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他方式（_____） <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 一对一沟通
时 间	2024 年 7 月 24—26 日；2024 年 8 月 2 日
地 点	北京同仁堂股份有限公司（公司会议室、大兴分厂）
调研单位	博时基金、富国基金、光大证券、国泰君安、海通证券、汇添富基金、嘉实基金、建信养老、民生加银、鹏扬基金、人保资产、泰康资产、新华基金、银河证券、源乐晟资产、中信资管及其他投资者。（排名不分先后）
公司接待人员	董事、总经理：张朝华 董事、总会计师：温凯婷 副总经理、董事会秘书：冯莉
主要内容	<p>一、 公司目前经营情况如何，营销改革成效如何？</p> <p>答：近年，公司不断通过优化和实施营销改革提升经营质量，一是扎实推进大品种战略和精品战略，打造精准营销“引爆点”；二是加强零售终端运营优化，满足消费者的不同需求，增强客户群粘性；三是加速医疗市场推广，推进医疗板块稳步运营；四是加速电商赛道成长，深化与电商平台的合作运营，提升全品种电商渠道渗透率，持续加强渠道与货源管控力度，适应现代购销理念。综合来看，公司生产经营情况总体平稳，营销改革成效符合预期。</p> <p>二、 大品种战略推行情况如何？</p> <p>答：公司深化落实大品种战略，一是持续对品种群进行全面梳理并细化分类，遴选 50 多个重点培育的潜力大品种，在生产、供应、研发和营销等方面予以资源倾斜；二是在零售终端设立专柜，建立“一品一策”营销策略，</p>

形成精准化、差异化的推广策略；三是不断推进营销改革，整合各方资源形成合力，增强市场竞争力。“大品种战略、精品战略和高质量发展战略”是公司一项长远的规划，而非一日之功，公司希望通过稳步推进这“三大发展战略”，满足不同消费者的用药需求，提供健康生活新选择。

### **三、 关注到公司御药系列陆续投放市场，精品战略实施效果如何？**

答：在御药传奇系列产品推向市场之前，公司进行了广泛的市场调研，摸底市场潜力。随着精品战略的深入展开，御药传奇系列已逐步分阶段、分区域投放市场，先期选取了部分自有零售终端，以线下为主进行尝试，从目前的市场反响看，部分产品市场反应符合预期，部分产品尚需一定时间。未来公司将在继续做好大品种战略、精品战略重点工作的基础上，深挖市场需求，结合公司实际，以重点品种带动其他品种共同发展，有序提升产品市场规模。

### **四、 公司怎样保持产品和市场的优势地位？**

答：保持产品优势，做好经营业绩是股东和公司共同的期待。公司持续稳步实施高质量发展战略、精品战略、大品种战略：高质量发展战略，聚焦持续提高管理水平，以工业制药为核心推动产业链条完善升级，加强精细化管理和降本增效，提升经营质量。精品战略聚焦打造产品群的梯队建设，满足不同消费者的深度需求，提升客户满意度和客户粘性。大品种战略，依托公司常年生产的400余个中成药品种和药品批准文号储备资源优势，遴选出50多个重点培育的潜力大品种，形成大品种群，形成合力，不断提升大品种核心竞争力和业绩贡献率。

### **五、 公司新产品研发和科研创新方面有哪些举措？**

答：公司致力于传统中医药现代化和中医药健康领域的探索与建设，新产品研发和科研创新方面，公司主要聚焦在以下几方面：

1. 新产品开发。中药新产品具有开发时间长，投入资金大的特点，是一个长期持续性工程，公司结合自身实际，每年储备若干个研发项目，开展新药品种研发和新药品种的上市前临床研究等工作，在新药成功上市后，这些研发投入将转化为公司新的竞争力，一方面有助于增强品种资源，提升公司

的市场竞争力，一方面将为患者提供更多高质量的治疗选择，实现企业价值和社会价值双赢。

2. 对原有品种的二次开发。中医药是中华民族的伟大创造和文明瑰宝，同仁堂在坚守中医药传承的基础上，通过循证医学论证，对同仁牛黄清心丸等重点品种进行二次研发，加速推进经典名方、中药复方制剂的安全性评价研究和生产验证工作，完善部分现有品种资料，有效推动销售上量，提高产品市场占有率。

3. 加强质量管理体系建设。包括药材质量标准和中成药内控标准的研究等，这项工作的主要目的在于保证产品质量，确保药材的高标准，实现同仁堂高质量发展。

4. 探索智能制造。公司坚持以科技创新推动产业创新，持续探索如生产设备从人工制造到机械化、智能化、数字化的技术突破，通过与设备生产厂家合作研发智能生产线等推进智能制造、精益制造，进一步提高生产效率，保障产品质量。

5. 提前布局濒危药材的保护和替代研究，以应对未来可能出现的濒危药材短缺问题，为长期的药材供应提供稳定保障，亦可促进生物多样性的保护和中医药传承。

## 六、 中药材成本上涨对公司生产经营的影响如何？

答：受种植环境、气候变化、环保政策及检测标准提升等多重因素影响，长期看部分稀缺原料可能仍会保持成本高企的趋势。对于原料成本过高带来的压力，公司主要从以下几方面应对：

1. 深化采购改革，建立健全集中采购运行规范和流程，合理控制采购成本和原料库存。

2. 坚持种采联动，对于自建基地，推行“真种、真管、真采”，通过建立药材标准、质量管控体系和招投标制度，确保药材质量可控、来源可追溯，特别在药材市场价格波动的情况下，可有效避免用料良莠不齐的风险。

3. 与大型种植基地合作，探索建立基地互认机制，有效扩大采购规模，保障采购品种的数量，实现道地药材产地直采。

4. 提前布局濒危药材的保护和替代研究，以应对未来可能出现的濒危

药材短缺问题，为长期的药材供应提供稳定保障，亦可促进生物多样性的保护和中医药传承。

公司将密切关注中药材价格波动，根据生产需求、大宗需求药材的走势，及时研判采购计划，逢低采购，合理控制成本，做实战略储备。

#### **七、 进口牛黄试点政策是否能缓解成本压力？**

答：公司积极研究政策，政策的实施是否会有有效缓解天然牛黄的成本压力，尚需结合多重因素综合研判，目前暂无法确定。

#### **八、 国内安宫牛黄丸是否会调价？**

答：目前安宫牛黄丸的国内零售价暂未调整。公司持续研究品种定价的合理性，综合考虑宏观市场供需结构、行业政策对产品成本的影响、消费终端反应情况等多重因素，结合实际情况审慎研判后对产品进行合理定价。

#### **九、 公司产品在医院及医疗体系情况如何？**

答：目前公司产品主要通过零售药店销往终端，通过医院及医疗市场销售的规模较小，公司常年生产的中成药超过 400 个品规，产品剂型丰富，对于进一步拓展医疗市场具备一定品种储备基础。公司逐步推进拓展医疗市场开发，探索通过组建专业化团队，搭建整体医疗体系的销售渠道，逐步推进医疗渠道经营成效。

#### **十、 医疗反腐对公司的影响如何？**

答：医疗反腐对于净化医药行业发展环境、规范医疗市场秩序具有深远的积极影响，公司一贯坚持合法合规经营，医疗反腐的深入是有利于公司日常经营行为的开展。

#### **十一、 随着中医药在国际上的影响力日益增强，公司在推动中医药国际化方面有哪些举措？**

答：随着中医药在国际上影响力日益增强，近几年，公司控股孙公司同仁堂国药也在逐步推进高质量发展进程。一是结合全球市场的变化，制定更具同仁堂特色及更加符合各地消费文化、购物习惯的市场推广战略，持续深化海外市场营销改革，统筹强化新零售渠道建设，打造多元化、多层次的营

	<p>销格局。二是统筹调度、沉着应对境外市场的各类困难挑战，积极进行多渠道的宣传与推广，针对大品种精准投放营销资源，持续优化核心市场终端布局，不断突出同仁堂国际化经营特色。三是紧抓海外市场机遇，布局全球，加快推进中医药国际化进程，立足港澳重点市场，以港澳旗舰店项目为示范，推动海外门店向体验式服务转型，提升境外资产规模和质量。</p>
附件清单 (如有)	不适用
发布日期	2024年8月9日
备注	无