

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	中信证券、中金公司、中信建投、华泰证券、海通证券、国盛证券、中国银河、长城证券、光大证券、国海证券、华安证券、兴业证券、国金证券、国信证券、西部证券、民生证券、中泰证券、上海证券、财通证券、安信证券、华鑫证券、华西证券、东吴证券、华福证券、东方红资管、嘉实基金、华夏基金、中欧基金、建信基金、长盛基金、兴业基金、永赢基金、国富基金、恒越基金、华安基金、华富基金、上银基金、博道基金、金元顺安基金、凯石基金、易米基金、玄元投资、金百镭投资、磐厚动量资管、多和美投资、合远基金、健顺投资、茂源财富管理、趣时资管、纽富斯投资、冲积资管、景领投资、仙人掌基金、上汽欣臻资管、万利富达投资、庐雍资管、交辉创投、亚宝投资、鲲鹏恒隆投资、瀚伦投资、懿宽资管、顶天投资、中再资管、磐泽资产、方略资管、五地投资、江苏民营投资、UBS、WT Asset、Point72、柏骏资本等分析师及投资者。
时间	2023年5月5日-5月10月
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书田永静、证券事务代表汤洋
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司基本介绍</p> <p>2023年第一季度公司非处方药与大健康经营情况表现较好，处方药业务总体稳定。实现营业收入13.16亿元，同比增长41.44%；归母净利润2.41亿元，同比增长31.10%。其中，非处方药类营收9.65亿元，同比增长45.8%；大健康产品及其他营收1.61亿元，同比增长185.3%；处方药类营收1.83亿元，同比基本持平。</p> <p>二、投资者问答</p> <p>1. 全年业务是否会延续一季度增长趋势？</p> <p>回复：因偶发事件带来的市场需求增加，公司第一季度业绩超出预期。公司对全年的业绩指引与年报披露保持一致，计划营业收入、净利润均实现两位数增长。</p>

2. 年度分红的实施时间？

回复：公司已于2023年4月26日的2022年年度股东大会审议通过相关议案，具体时间可关注公司后续公告。

3. 公司第一季度大健康高增长背后的原因是什么？

回复：公司大健康业务主要包括高端滋补的参灵草、康复营养的初元及线上胃肠健康等业务，第一季度高增长的原因主要为去年同期基数较低。

4. 公司今年OTC业务的发展计划？

回复：2023年，OTC业务会继续围绕“脾胃、肠道、咽喉咳喘、补益”四大品类重点发展。其中，脾胃品类以拳头产品健胃消食片为核心，在宣传推广上，推动品牌年轻化传播；在品类上，延伸脾胃类产品，持续构建品类护城河。肠道品类，坚持打造乳酸菌素片为代表的大单品，夯实“肠道日常调理”和“养菌”的定位，加强品牌传播，提高消费者认知和渗透。咽喉品类，推进多品规协同作战，第一季度复方草珊瑚含片、复方鲜竹沥液等优势品种，匹配了患者的健康需求。补益品类，进一步加强多维元素片的品牌、渠道统筹运营，推动业务增长。

5. 第一季度大健康业务毛利率整体偏低，未来驱动该业务毛利率上升的因素？

回复：2023年第一季度，大健康业务毛利同比下降的原因，主要是产品收入结构变化的影响。未来，随着公司参灵草、初元等自产产品的发展，预计对毛利率提升有所助益。

6. 肝纯片是否有机会成为新的大单品？

回复：肝纯片是公司大健康业务一款护肝的老产品，过去在包装、渠道、功效等方面没有找准定位。随着大健康业务的渠道转型、产品升级，该产品在新渠道更广泛地对接了加班、熬夜、喝酒的消费者，助推该产品焕发新机。

7. 销售费用的变化？

回复：在没有外延并购的影响下，预计全年总体销售费用率相对稳定。

8. 未来几年在研项目可能有进展的品种？

回复：公司构建了短、中、长期研发规划，短期加快大健康产品开发，围绕益生菌/后生元、药食同源、康复营养三大方向，实现更多产品上市；中期加快大品种二次开发，通过工艺改进、标准提升等方式，提升现有产品品质，拟通过引进批文等方式，补充胃肠产品体系；长期布局胃肠领域中药新药，组建中药新药发现团队，构建中药新药发现新模式，加快推进活菌药物研发。

9. 公司后续外延发展的方向？

回复：公司将基于战略及业务规划，推动行业优质资源整合，积极延伸优势领域，推进项目合作；同时，提升投后整合能力，总结整合经验及模式，为并购企业赋能提供更多可借鉴的成功实践。

10. 公司未来还有哪些期待的潜力品种

回复：以现有品种看，参灵草、乳酸菌素片、复方鲜竹沥液等品种都是公司未来

重点打造的品种。就参灵草而言，过去该产品定位、渠道较为单一，其潜力没有得到充分的释放。目前，一方面公司正在加强参灵草功效的学术研究，另一方面也积极拓宽销售渠道，增加品牌宣传推广，让更多消费者甚至投资者能够接触和了解该产品。乳酸菌素片是目前公司规模第二的产品，也是公司未来重点打造的大单品，公司将通过加强传统媒介和新媒体的组合传播，增加产品在大众心目中的认知，夯实“肠道日常调理”与“养菌”的定位。复方鲜竹沥液是子公司济生制药的拳头产品之一，第一季度也实现较好增长，将持续探索业务发展的有效举措。

11. 本次基药目录扩容是否有调整？

回复：初步预测公司产品在本次基药目录调整的变化不大，如有相关情况也会及时公告。

12. 公司如何协调和整合子公司？

回复：公司致力于发挥并购企业的协同价值，需要赋能发展的业务会共享资源，能独立运作的成熟业务会充分授权。未来，公司会进一步发挥自身优势、协调资源，赋能新并购企业的产能升级、营销渠道升级，不断提升新并购企业规范化运作水平，帮助并购企业焕发新的活力。

13. 海斯制药的发展规划？

回复：公司与海斯制药的战略合作有利于双方实现优势互补，其产品可以丰富公司在胃肠领域的产品布局，公司也可以帮助海斯制药从现有院内渠道，逐步向OTC渠道探索和延伸。目前，海斯制药主要产品的市场需求呈稳定增长趋势，但过去的产能设计和设备已经不能满足未来长期发展需要。公司在并购海斯制药后注意到了其产能扩大及厂区扩建的迫切需求，于2023年初启动了金匠产业园项目一期工程建设，助力其突破产能制约的发展瓶颈，打开长期发展空间。