

**葵花药业集团股份有限公司投资者关系活动记录表**

编号：2022-001

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><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 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 checked="" type="checkbox"/>其他（电话会议）</p>
<p>活动参与人员</p>	<p><b>上市公司：</b>          副总经理     海  洋          财务负责人  吴春红          董事会秘书  周广阔</p> <p><b>其他参与方：</b>          阳光资产管理股份有限公司、中加基金管理有限公司、银杏资本、金百睿投资、西部利得基金、方正证券研究所、国融自营、华泰证券、中庚基金、万家基金、方正富邦、大家资产管理有限责任公司、聚鸣投资、聚益投资、易方达基金管理有限公司、平安证券、深圳宏鼎财富管理有限公司、太平基金、浦银安盛基金、环懿投资有限公司、金信基金、恒越基金</p>
<p>时间</p>	<p>2022年4月22日16:30</p>
<p>地点</p>	<p>线上</p>
<p>形式</p>	<p>电话会议</p>
<p>交流内容及具体问答记录</p>	<p><b>一、公司 2021 年度经营情况简介</b></p> <p>2021 年，公司经历了疫情的考验，各业务板块按照年初指定的经营计划有序推进各项工作。</p> <p>公司战略方向进一步明确，以儿童药为核心，以 OTC 业态为根本的发展主线；在产品上，加大潜力品种挖掘，对现有产品线进行完善、补充；在组织建设上，优化管理层年龄结构；利用回购股份，进行营销人员的股权激励，激发团队活力。</p> <p>公司 2021 年实现了较好的经营业绩，营业收入回归高点，归母净利润创历史新高。同时，为了回馈广大投资者，公司延续了较高的分红比例。</p> <p>未来，公司在持续深耕主业的同时，将稳中求进，不断探索新的业务增长点，力争为股东创造更大的价值。</p> <p><b>二、互动问答</b></p> <p><b>1、公司年报提到通过 MAH 模式引进新产品，请问公司在产品线上有哪些动作？未来有什么规划吗？</b></p> <p>答：公司在 2020 年底组建了战略管理部，通过外延式手段补充有利的品种。</p> <p>2021 年，公司通过 MAH 模式购买双黄连颗粒等 6 个儿童药品种，通过 BD 模式引入印度瑞迪 2 个儿童罕见病品种，在儿童药、院外 OTC 方向进行拓展。</p> <p>未来，公司希望在两大核心战略方向上持续进行拓展，在儿童药方面，会向特色儿童处方药（罕见病、精神神经类产品）和大健康产品两端延伸。</p>

	<p>同时,公司看好 OTC 消费化趋势,未来将加大投资力度,通过剂型创新、品牌引入等方式,布局偏消费属性和场景的产品,拉长和延伸儿童药业务链条,形成有特色的产品矩阵。</p> <p><b>2、公司渠道优势有哪些?</b></p> <p>答:公司同时操作品牌、普药、处方、大健康模式,根据不同产品特点采取不同的销售模式,并配置不同的组织架构,形成产品、模式、架构和人力的聚合效应。</p> <p>目前,比较有优势的是公司普药模式和品牌模式。在普药模式方面,公司对销售队伍有较强的掌控力,对于产品终端的掌控力更加突出;在品牌模式方面,公司用品牌拉力带动销售,核心产品护肝片、胃康灵、小儿肺热咳嗽口服液/颗粒等都取得较好业绩。</p> <p><b>3、针对公司产品定价能力、定价策略可否简单介绍?</b></p> <p>答:公司以 OTC 药品为主,并倾力打造黄金大单品群。长期以来,公司靠产品品质在消费者心中形成了较好的品牌影响力,从而使公司产品的整体价格保持稳中有升的态势。</p> <p>公司价格调整策略,一是考虑成本,二是根据产品特征和营销策略来进行修正。</p> <p><b>4、财务方面,公司对外投资金额很大,具体是哪方面?</b></p> <p>答:主要为公司利用自有资金购买理财,期限短,额度高。目前长期股权投资相对少一些。</p> <p><b>5、疫情对 OTC 销售模式会产生影响吗,会转线上吗?</b></p> <p>答:公司主营产品包括小葵花儿童药和葵花成人药,儿童药涵盖儿童呼吸系统疾病、胃肠系统疾病、免疫补益系统疾病用药领域、儿童罕见病用药产品品类。成人药产品涵盖呼吸感冒用药、消化系统用药、风湿骨病用药、心脑血管用药、妇科用药、补益用药及健康产品。</p> <p>疫情对公司呼吸、感冒领域产品有一定影响,但整体业务目前平稳开展,未来公司也会积极布局成人药中的老慢病用药和妇科用药的一些产品,来积极应对上述或有影响。</p> <p>公司近年来也十分重视线上销售,目前通过公司自身电商团队以及外部合作模式进行业务扩展。</p> <p><b>6、产品分项中成药保持 20%增长,化药有 63%的增长,可否介绍一下。</b></p> <p>答:中药的增长源自自主品增长,相较于 2020 年,护肝片、小儿肺热咳嗽口服液/颗粒、小儿柴桂退热颗粒等核心主品均取得较好增长。化药方面,主要是呼吸系统品类的恢复。2021 年各个核心品种增长较好,带动了品类的增长。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>本次活动系常规投资者关系活动,交流内容为公司已披露的年度报告信息,不涉及应披露重大信息。</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件(如有,可作为附件)</p>	<p>无</p>