

股票代码：301015

股票名称：百洋医药

青岛百洋医药股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：IR2023-001

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	天风证券、广发证券、招商证券、国盛证券、天弘基金、睿远基金、博道基金、中融基金、嘉实基金、银华基金、前海开源基金、中加基金、上海辰翔资产管理、广发基金、中粮资本、锐方（上海）私募基金管理、安信基金、长江证券、上海弘润资产管理、银河证券、中信建投基金、上海玖鹏资产管理、华夏基金、中信证券、融通基金、上海胤胜资产管理、中邮创业基金、沅谊投资、永赢基金、Point72、上海理成资产管理、高毅资产、国投瑞银基金、汇添富基金、长信基金、上海南土资产、中邮人寿保险、东兴基金、富安达基金、招商基金、东方阿尔法、中科沃土基金、淡水泉、中航基金
时间	2023年4月26日
参会方式	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理：付钢 财务总监、董事会秘书：王国强 证券事务代表：刘妮娜
投资者关系活动主要内容介绍	<p>本次调研包含两部分内容，一是向投资者介绍了公司2022年、2023年一季度经营情况，具体内容情详见公司在巨潮资讯网披露的《2022年年度报告》《2023年第一季度报告》；二是投资者问答环节。主要内容如下：</p> <p>1、公司2022年度品牌签约实现突破，品牌运营能力得到众多上游企业认可，请问公司未来的品牌签约规划。</p>

公司选择签约品牌主要考虑两个维度：一是市场需求。公司长期稳定发展要顺应市场需求的变化进行布局，消费升级和医疗器械国产替代是未来医药行业的驱动力，也是市场需求的原动力。二是自身维度。百洋目前已在OTC及大健康、OTX等处方药、肿瘤等重症药、高端医疗器械四大品类形成多品牌矩阵，品牌覆盖的治疗领域已超10个，围绕已覆盖的疾病领域未来公司将不断引进新品牌来丰富现有的品牌矩阵。

2、公司目前在压缩批发配送业务，业务结构得到改善，请问公司未来批发配送业务规划。

公司2022年剥离了北京地区的批发配送业务，目前只在青岛及周边地区有该业务；批发配送业务对公司利润贡献较小，其收入的降低不会影响公司业务的增速，未来公司将持续优化批发配送业务，聚焦主营业务品牌运营业务。

3、公司大品牌产品迪巧系列一直高速发展，请问公司未来如何保证其保持稳定发展。

迪巧系列稳定发展主要来自三方面：一是公司精准品牌打造。公司通过细分品类打造迪巧差异化品牌定位，聚焦迪巧“进口钙”品类，持续宣传“进口钙领先品牌—钙质细腻促吸收”的产品特点；在市场营销上，通过深度洞察消费者需求，公司持续聚焦儿童身高管理项目，通过“科学长高不焦虑”的热门议题，让迪巧占位应用场景。二是线上渠道和新品规贡献了很快的增速，迪巧线上渠道销售占比持续上升，公司针对线上渠道打造的专属于抖音的“小黄条”已经成为抖音进口钙第一产品，此外我们推出了老人迪巧等新品规将带来新的增速。三是钙制品市场需求大。随着居民生活水平不断提高，健康意识不断增强，我国居民每年在医疗保健方面的支出呈增长态势，中国人的消费升级促使其对钙制品尤其是进口钙的需求比较旺盛。

4、公司在功效型护肤品的布局是怎样的。

公司与日本最大的商社伊藤忠有合资公司，每年我们会选择将日本细分领域功效型护肤品领导品牌引进国内进行运营，这类品牌

	<p>的特点是全部来自日本大型药厂。目前我们运营的日本功效型护肤品品牌包括Cosmed的Quanis、佐藤制药的Excellula、细川制药的NanoImpact，2022年我们引进了第一三共的Transino。从去年开始我们开始和国内的厂家巨子进行合作，功效型护肤品的增速是非常快的，过去两年都实现了收入端翻倍的增速。</p> <p>5、公司目前合作的跨国药企有阿斯泰来、阿斯利康、罗氏制药等，请问公司未来如何保证双方长期合作下去。</p> <p>公司和跨国药企合作的数量和深度都在不断的拓展，主要是基于三点，一是百洋能做一个成一个；二是合规运营，对跨国药企来说，合作伙伴的合规运营是底线也是第一位的。公司作为领先的商业化平台，持续完善合规运营体系，并将合规运营落到实处，保持可持续发展；三是及时沟通，公司会定期和上游企业沟通产品营销推广情况，并根据沟通及时调整营销策略，目前来看上游对百洋的推广效果还是比较满意的。</p> <p>6、请问公司未来的增长点。</p> <p>四大驱动力保证业绩稳定增长，一是大品牌战略，迪巧、泌特模式复制：商业化平台已形成多品牌矩阵，运营下一个超过5亿、10亿元的大品种，未来稳健成长可期；二是BD能力强劲，商业化大品种快速落地；三是自有品牌、功效型护肤品拓展企业边界；四是泰格模式，集团股权合作入局创新药/器械，上市公司锁定商业化权益。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	无
附件清单（如有）	无