

股票代码：000423

股票简称：东阿阿胶

### 东阿阿胶股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-02

<b>投资者关系活动类别</b>	<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 checked="" 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
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	浙商证券、中金公司、华泰证券等券商分析师及广大投资者朋友
<b>时间</b>	2024年4月26日
<b>地点</b>	公司会议室
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董事、董事会秘书、副总裁、财务总监 丁红岩 证券事务代表、董事会办公室总经理 付延
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p><b>一、公司总体情况介绍</b></p> <p>2024年，东阿阿胶围绕“增长·质量”关键主题，继续深化在重要领域和关键环节的系统性重塑和整体性重构，纵深推进“四个重塑”，在推进高质量发展进程中突破瓶颈、实现增长，努力保持公司发展稳中向好、进中提质。坚持以消费者为中心，深入做好药品+健康消费品“双轮驱动”，持续巩固“滋补国宝 东阿阿胶”顶流品牌地位，顺利实现一季度开门红。营业收入 14.53 亿元，同比增长 35.95%；归属于上市公司股东的净利润 3.53 亿元，同比增长 53.43%。</p> <p>1. 深入价值重塑，持续提升公司核心竞争力。</p> <p>围绕“滋补国宝 东阿阿胶”品牌定位，进一步清晰公司未来发展逻辑，以“药品+健康消费品”双轮驱动为引领，夯实品牌力、产品力、顾客运营能力、研发创新能力和投资并购能力，抢抓发展机遇，汇聚新质生产力，致力于成为大众最信赖的滋补健康引领者。</p> <p>一季度，借助高势能媒介高筑品牌壁垒，高收视平台流量+专家优质内容背书“双轮驱动”，全网品牌曝光 30 亿次+。整合营销成效显著。聚焦核心城市核心连锁，打造胶香滋补热潮，实现品牌共建与动销</p>

增量；线上线下系统整合资源，打响复方阿胶浆重点区域大战役；持续明星代言人赋能，聚焦“桃颜气色”等话题，线上直播打响新年开门红。数字化营销立体传播，利用 KOL 内容种草、明星矩阵、跨界营销等手段，数字化精准触达，促进品牌声量及效果转化协同增长。

## 2. 深度业务重塑，持续完善双轮驱动业务生态。

第一，继续夯实基石业务。持续巩固“滋补国宝 东阿阿胶”价值定位，东阿阿胶块保持阿胶品类龙头地位，聚焦精准营销，推进渠道瘦身与终端优选，围绕品牌拓品类，引领品类升级；复方阿胶浆立足有序营销，系统开展中心城市品牌共建、精准数字化拉新，深化品牌独特性打造，深入推进品牌+动销“双轮驱动”，学术赋能与产业链保驾护航，围绕高等级循证证据链打造、专家体系建设以及高等级院线开发，深度学术赋能，发货、终端配送以及在线纯销均明显提升。桃花姬阿胶糕，以代言人为推手，深耕数字化，赋能渠道，推动品牌品类升级，由区域性品牌向全国性品牌迈进，打造即食养颜第一品牌。

第二，积极拓展潜力产品。承接品牌资产，深化品牌赋能，延续跨界营销声量，助推品牌年轻化，打造阿胶即食化大单品，以自媒体矩阵宣发为主，助力“东阿阿胶小金条”阿胶粉一季度销售增长明显。进一步明确“皇家围场 1619”品牌成长路径与品牌定位，链接主要连锁资源，推进连锁主推级别提升，实现终端销量增长。

## 3. 深化组织重塑，提升组织运行质量，促进业务增长。

抓好校园招聘，做强人才储备。统筹规划人才引进，明晰岗位人才定位，大力引进专业优秀人才。推进重点项目，赋能业务发展。系统开展业务领导力发展项目和供应链高级人才培训班，侧重专业高精尖人才培养。畅通人才通路，拉通职级体系。以支撑人才市场内部流转，形成晋升渠道畅通、人才脱颖而出的良好机制为目标，结合人才梯队现状、人才发展规划及管理实际，拉通职位职级体系，持续提升组织总体效能。

## 4. 深刻精神重塑，致力于成为大众最信赖的滋补健康引领者。

紧紧围绕“增长·质量”年度主题，进一步推动党建与业务深度融

合；树牢宗旨意识，提升全员福利待遇水平，共享高质量发展成果；进一步夯实上下同欲的思想基础、汇聚共谋发展的强大动力。

未来，东阿阿胶将始终坚持以消费者为中心，深度践行“双轮驱动”业务增长模式，持续深化“滋补国宝 东阿阿胶”品牌认知，扎实拓深基石业务，积极拓展潜力产品，统筹培育外延品种，加速“一中心 三高地”研发创新体系建设，汇聚新质生产力，努力保持经营发展稳中向好、进中提质，做大众最信赖的滋补健康引领者。

## 二、阿胶块与复方阿胶浆毛利率水平及公司综合毛利率提升原因

药品类产品毛利率，约 70%左右。

2024 年一季度，公司通过开源节流各项举措，内部持续加强工艺研究与成本管控，外部开拓市场，改善销售结构，实现毛利率提升。

## 三、复方阿胶浆医疗端销售占比

复方阿胶浆于 2023 年新版医保目录中解除支付限制，各省份各城市逐步解除支付限制，一地一策，公司将积极拥抱新版医保政策。长远来看，复方阿胶浆发展以品牌打造为主，聚焦品牌基础和消费者教育，以全产业链视角，开展产品力建设及“品牌-学术-动销”营销体系升级，持续推进质量标准提升、道地药材溯源体系建设以及消费者体验。

医疗端占比较小，约 10%以内。后续，将夯实循证医学，围绕肿瘤、妇产科、血液科和神内科等相关对症领域精耕细作。

## 四、阿胶粉与“皇家围场 1619”未来发展规划

### 1. 阿胶粉

2023 年，东阿阿胶基于消费者需求和市场洞察，对阿胶粉进行系统重塑，价格层面进行价值链调整，产品层面进行包装等调整，营销侧践行“阿胶块”与“阿胶粉”双轮驱动策略，站内外协同紧密沟通，通过数字化投放打开阿胶粉起量格局，以东阿阿胶速溶粉承接阿胶品牌资产，营造阿胶使用热度，组合信息流投放精准触达，并开展跨界 IP 联名等项目，全面焕活阿胶品类，焕新品牌印象。

### 2. “皇家围场 1619”

2023 年焕新推出，战略布局男士滋补健康新赛道。产品端基于现

有产品功效偏同质化的现状，重新梳理定位、优化渠道布局，多维度模式探索。品类拓展方面，以“双轮驱动”为核心增长逻辑，围绕男性健康领域治疗、滋补、保健品、食品等多个赛道，逐步构建“皇家围场1619”男士滋补产品矩阵。

### **五、桃花姬阿胶糕一季度增长预期和全年增长态势展望**

2024年一季度，桃花姬阿胶糕较同期增长40%以上。

药品+健康消费品“双轮驱动”战略是东阿阿胶未来增长的重要举措。“桃花姬”品牌代表着东阿阿胶企业结构化转型的战略定位，肩负着指数级增长的战略愿景。

“桃花姬”作为健康消费品领域的核心品牌，用快消品思路去打造，实现从区域性品牌到全国性品牌迈进。落实数字化战役、山东及中心城市战役、代言人整合营销战役、品牌品类规划战役，以山东市场为圆心向全国扩散，通过签约实力派明星代言，配合多媒体+高频次覆盖重点市场，深化动销和终端渗透，做好品牌共建、资源置换、终端活动承接，达成“桃花姬”由区域性品牌向全国性健康养颜零食品牌的构建。

### **六、公司销售费用计划及未来展望**

自2022年以来，基于品牌生意的策略，费用端主要围绕品牌投入和品牌投资。即基于品牌唤醒和品牌焕新策略，进行系统性品牌投资和投入，其中包括传统的、现代的及社交媒体等一系列的投入。

未来，将继续围绕公司业务开展，匹配相应销售费用。

### **七、电商渠道销售占比及未来电商渠道布局思路**

公司将电商定位为顾客开创、数字赋能、内容运营、渠道管控四位一体的组织，打造线上线下融合的商业模式；电商渠道与线下渠道，优势互补、相辅相成，推动线上线下融合。

2024年一季度，线上业务总体占比不到20%。后续，东阿阿胶将通过一系列数字化引流，站内精细化运营，进一步提升线上市场份额。

### **八、2024年首次中期分红情况**

中期分红的目的为了更好地回馈广大投资者，进一步提高资本市场回报水平。中期分红方案已经公司董事会审议通过，并对外披露。公司

将根据相关规定，结合当前未分配利润与当期业绩，以总股本为基数，派发现金红利总额度，不超过当期归属于上市公司股东的净利润。

具体分红方案，将由董事会根据股东大会授权制定，后续敬请关注公司公告。

### **九、复方阿胶浆研发成果及其对产品销售影响**

围绕复方阿胶浆，公司系统开展一系列创新研发项目，聚焦科研成果转化，不断提升复方阿胶浆产品力和竞争力。

1. 复方阿胶浆治疗癌因性疲乏临床价值评估研究项目。研究结果表明，复方阿胶浆对癌症患者疲乏症状具有广泛治疗作用。

2. 复方阿胶浆新适应症拓展研发。目前已获得临床试验批准文件。

3. 复方阿胶浆循证证据研究。明确复方阿胶浆临床疗效和作用机制，发布专家共识和诊疗指南，为开拓医疗市场、促进终端销售等提供学术支撑。

### **十、净利率中长期目标**

未来，公司将持续提升精细化运营管理水平和成本控制能力，净利率总体保持在合理区间，并力争实现一定增长。

### **十一、投资并购规划**

未来，公司将基于滋补行业领导者的核心战略定位以及双轮驱动业务模式，围绕滋补品类进行拓展。

一是围绕精品滋补中药。历朝历代中含有阿胶的滋补名方，包括围绕滋补的一些优秀品牌和标的。

二是围绕“阿胶+”和“+阿胶”。健康消费品和药品的打造是两种不同的能力，需要不断尝试和积极培养打造健康消费品的能力。

### **十二、当前消费大环境背景下的产品价格规划**

目前，东阿阿胶已形成较为稳定的产品销售价格体系。公司将坚持消费者导向、竞争导向以及客户盈利导向等，系统性优化价格体系，充分保障消费者权益。

### **十三、产品升级举措**

产品升级是一项系统性工程，既涉及工艺、质量、包装等内容，也

	<p>涉及销售渠道、终端动销、消费者体验等维度。</p> <p>公司将坚持以消费者需求为中心，持续创新理念，在产品研发、生产、品牌等各方面，进行系统性重塑，满足消费者差异化需求。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2024年4月26日