

证券代码：000915

证券简称：华特达因

编号：2024-003

山东华特达因健康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 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 人员姓名	公司 2024 年半年度业绩快报披露后，光大证券、兴业证券及浙商证券联合组织的电话会议。参加人员主要如下： 民生通惠资产管理有限公司 吴昊 中意资产管理有限责任公司 马成骥 上海保银投资管理有限公司 卢聪 东海证券股份有限公司 欧阳京 上海勤远资产管理有限公司 魏雅雯 上海古曲私募基金管理有限公司 赵朕 招商基金上海区 贾仁栋 鹏扬基金管理有限公司 崔洁铭 上汽顾臻(上海)资产管理有限公司 沈怡雯 上海峰岚资产管理有限公司 蔡荣转 创金合信基金管理有限公司 皮劲松 光大保德信基金管理有限公司 高睿婷 华创证券有限责任公司 胡健东 中融汇信期货有限公司 文惠霞 兴证全球基金管理有限公司 李源海 上海易正朗投资管理有限公司 黄胜 上海玖鹏资产管理中心(有限合伙) 陆漫漫 广东正圆私募基金管理有限公司 亓辰 上海五地私募基金管理有限公司 潮礼君 中欧基金上海区 余科苗 安信基金广深区 英正达 银河基金管理有限公司 方伟 光大机构业务部 梁晨 光大证券研究所 王明瑞 东海基金管理有限责任公司 王靖予 建信养老金管理有限责任公司 李平祝 建信基金管理有限责任公司 郑丁源 弘毅 刘昕 源峰基金管理有限公司 耿华 上海趣时资产管理有限公司 施桐 进门财经 马媛 海富通基金管理有限公司 陆海燕 北京金百裕投资 马学进

	博时基金广深区 远东宏信 中国人保资产管理有限公司 奥博医疗（香港）有限公司 恒泰瑞丰投资 浙商证券研究所 广州淡水泉资产管理有限公司 青榕资产管理公司 上海高毅资产管理合伙企业（有限合伙） 上海慎知资产管理合伙企业（有限合伙） 兴业证券股份有限公司 交银施罗德基金管理有限公司 启泰投资 光大证券研究所 兴银理财有限责任公司 广发基金广深区 浦银安盛基金管理有限公司 宁银理财有限责任公司 西部证券 光大证券股份有限公司 远信投资 浙商医药 交银施罗德基金管理有限公司 中银基金管理有限公司 长城财富保险资产管理股份有限公司 上海辰翔私募基金管理有限公司 新思哲投资管理有限公司 开思基金 上海高毅资产管理合伙企业（有限合伙） 阳光资产管理股份有限公司 万丰友方上海万丰友方投资管理有限公司 太平基金管理有限公司 光大自营 中信保诚基金管理有限公司 光大证券研究所 华夏久盈资产管理有限责任公司 方正证券股份有限公司 银杏环球资本 华夏久盈资产管理有限责任公司 上海简美信投资 浙商医药 上海辰翔私募基金管理有限公司	张治业 丁蒙 田垒 Claire Hu 高松山 盖文化 吴竞尧 唐明 万明亮 师承平 董晓洁 楼慧源 李程亮 黄素青 卢新平 田文舟 徐博 徐厚犇 邓琳茜 刘勇 黄培锐 郭双喜 周章庆 张响东 胡纪元 张潇 范曜宇 咎浩 刘慧敏 赵孟甲 胡江宾 闫庚威 陈嘉凝 孙浩中 张杰 张伟光 王晓博 潘孜琪 张伟光 江仁水 孙建 张潇
时间	2024年7月10日 19:00-19:40	

方式	电话会议
上市公司接待人员姓名	总裁 杨杰 董事会秘书 范智胜 财务总监 王伟
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、董事会秘书范智胜对 2024 年上半年主要工作进行介绍：</p> <p>根据国家统计局数据，2024 年 1-5 月医药制造业营业收入同比下降 1%，利润总额同比微增 0.3%，行业总体形势不乐观。</p> <p>华特达因继续聚焦医药主责主业的发展战略，加强科技创新，积极探索数字化转型，以合规风控为重点，加强内控体系建设，集中资源支持主业做强做大，同时非主业退出的工作取得一定进展。</p> <p>在主业医药产业发展方面，达因药业主要做了以下工作：</p> <p>一、研发方面，坚持量身定制儿童药的研发理念，以儿童临床需求为导向，积极开展研发创新工作。五个儿童药研发项目被列为科技部重大专项。十三五期间，达因药业也有五个项目进入国家重大专项。</p> <p>二、生产管理方面，以销定产，保质保量完成生产任务，保障市场供应，持续提升生产的自动化和智能化水平。</p> <p>三、营销方面，在坚持“专家权威推荐，渠道方便购买，专业品类教育”核心营销策略的基础上，根据市场环境的变化，主动进行调整，迅速采取有力措施，应对市场的挑战。一是在产品推广策略上，根据维生素 A 维生素 D 的临床应用专家共识，拓展伊可新推广年龄，持续传播伊可新“0-18 岁，每天一粒”的核心观点；二是强化与重点经销商、超大型连锁等客户的战略合作，细化各类终端推广活动，加大产品分销覆盖和动销能力；三是加强电商渠道的管理和窗口展示，充分发挥伊可新的品牌优势和流量红利；四是持续加大品牌宣传力度，伊可新、达因钙广告片利用梯媒、智能电视等新媒介抢占消费者心智。</p> <p>四、品牌建设取得新的成效。达因·2024 荣成马拉松圆满收官，展现了达因药业对全民健康的关注和在儿童健康领域长跑的决心与行动；达因药业入围“2023 年中国医药工业百强系列榜单”，伊可新®维生素 AD 滴剂荣膺“2024 中国医药·品牌榜”零售终端获奖品牌。公司杨杰总裁获“全国三八红旗手称号”，不仅是全国妇联对杨总个人的表彰，也是公司的荣誉。</p> <p>2023 年上半年公司实现营业收入 11.54 亿元，较上年同期增长 0.10%；归属于上市公司股东的净利润 3.32 亿元，较上年同期增长 3.12%。其中：医药业务实现营业收入 11.36 亿元，净利润 6.31 亿元，分别较上年同期增长 0.44%、0.32%。</p> <p>二、总经理杨杰等回答投资者提问：</p> <p>1. 如何看待线下零售药店目前面临的行业和政策压力？对品牌药企来说，是挑战还是机遇？</p> <p>零售药店门店数量近几年增长很快，到 23 年底约 67w 家。在医药行业规模没有很大提升的情况下，快速的门店扩张必然带来压力，尤其是单店经营的压力和成本压力，未来零售药店市场一定有出清机会。对</p>

于品牌企业来说，机会大于挑战，因为消费者会追求好的品牌，品牌关注度在提升。如果未来药店数量减少，品牌药的地位会凸显。

2. 药品零售市场，儿童药/维矿类药品的增长趋势如何？有哪些新变化？

今年成人和儿童的药品都面临增长压力。原先大家对龙年的出生率期望较高，但目前看下来，出生率只有小幅度的增长。华特达因 2024 年半年报业绩快报数据显示，相较于去年同期，收入持平微增，其中维矿类产品收入占比较大，所以压力较大。但我们还是有增长机会，比如 2024 年 3 月《中国儿童维生素 A、维生素 D 临床应用专家共识（2024）》发布，其中延长了维生素 AD 的使用年龄段，宣传推广到消费者接受需要一定时间。另外，银发经济下，老年人慢病预防的观念会提升，我们会专注儿童健康市场的深耕和教育，在儿童早期发展阶段保证营养充足、健康强壮，在未来进入成年后不得病、少得病、晚得病。

3. 定点药店比价政策对公司经营的影响？零售药店我们医保支付的比例是多少？

比价政策对公司经营暂时没有影响。

公司在零售终端用医保支付的产品非常少。

4. 今年的环境下，公司在产品推广上和渠道管理上有什么变化？

广告投放：除了原来做的社交媒体推广，在达因钙这个产品上，今年有投放梯媒、智能电视开机广告，通过针对小区人员结构、孩子年龄做精准人群筛选，覆盖目标人群。

渠道情况：2024 年上半年院内收入占比 12%，院外收入占比 88%。线上渠道收入增长明显，我们也覆盖了抖音、O2O 平台等，但可能挤占了部分线下的销量。

5. 拆分一下上半年维生素 ad，维生素 d 以及铁钙等产品的增长情况

终端用量上看维生素 AD 有小幅增长，钙和铁增长较好，但基数较小，整体增量贡献小。

6. 全年业绩指引的更新以及分红预期？

没有修订业绩指引，2024 年营业收入、归母净利润的增长目标还是力争 10%。

今年对《公司章程》分红条款做了修改，会按照章程的规定来研究分红事项。

7. 下半年加速增长的驱动力是什么？哪些产品会迎来较好的增长？

维生素 AD：我们会做好专家共识、科普宣传、媒体传播等推广活动，以及线下零售药店的地推工作。目前在考虑目标人群的区域分布，选择合作推广的药店，协助连锁药店做消费者的科普活动，帮助药店提

	<p>升专业服务（延长 DOT、如何使用等），进社区科普儿童喂养、儿童生长发育等知识，专家权威推荐是我们核心营销策略。下半年会逐渐起效。</p> <p>达因钙：6 月开始投放电梯、智能电视广告，下半年会有转化。 达因铁：主要是零售药店承接院内首诊的处方，提升复购。</p> <p>8. 伊可新渠道库存情况？ 2-3 个月。一是不同产品的品规有差异，尤其是维生素 AD 品规较多，总体库存是良性的，预付款提货的方式决定了我们的渠道库存不会太大；二是随着市场下沉，周转不好的市场可能库存略高。</p> <p>9. 后续的新品种引进计划？ 目前没有具体规划。</p> <p>10. 换届情况？ 董事会 8 月 17 日到期。公司会依据《公司法》，证监会、交易所的监管规则，以及《公司章程》等的规定，积极筹备和推进换届相关工作。</p> <p>三、总经理杨杰总结发言 今年上半年承载较大压力，但是公司仍然取得了符合预期的经营业绩。下半年随着专家共识和相应的线下推广、系列广告、市场活动的如期开展，有信心实现全年经营目标，完成 23 年年报中的业绩指引，更好的回报投资者。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2024.7.11