

证券代码：600129

证券简称：太极集团

重庆太极实业（集团）股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-1

投资者关系活动类别	√ 特定对象调研 □ 媒体采访 □ 新闻发布会 □ 现场参观 √ 分析师会议 □ 业绩说明会（电话会议） □ 路演活动 □ 其他
参与单位名称及人员名称	中信证券、中信建投证券、国泰海通证券、东吴证券、兴业证券、中泰证券、国海证券、招商证券、国金证券、国联民生证券、西南证券、信达证券、天风证券、华福证券、银河证券、中邮证券、华源证券、华创证券、平安证券、开源证券、国投证券、富国基金、博时基金、银华基金、景顺长城基金、华安基金、国泰基金、和谐汇一、国君资管、摩根基金、高毅资产、华安财报资产、宁银理财、淳厚基金、固禾资产、明汨投资、奇盛基金、永安国富、上海崇山投资、冠达泰泽基金等机构投资者及分析师。
时间	2025 年 4 月 17 日-25 日
地点	公司会议室
上市公司接待人员名称	董事长：俞敏先生 总经理：于宗斌先生 董 秘：蒋茜女士

	财务总监：刘尊义先生 证券事务代表：徐旺女士
投资者关系活动 主要内容介绍	公司总经理于宗斌先生介绍公司相关情况，公司参会领导与分析师问答交流。 主要问答如下： 一、公司近年来在经营管理上开展了哪些突出工作，2025 年的主要工作计划及措施？ 回答：近 4 年来，公司通过央地合作加入国药集团开展融合重塑，从体制与机制、治理与管理、人才与技术、平台与业务、资金与资源等方面进行改革。一方面通过“变易”在战略上、管理上深化变革，规范治理，按照国务院国资委以及上市公司的规范要求完善制度，落实三项制度改革重点任务；精简总部机构、压缩管理层级、缩减管理人员，总部职能管理部门由 29 个减至 16 个，全公司人员减至 1.2 万人，科学管理，提升组织效能。另一方面通过“简易”，实施聚焦战略，集中优势做到“四个聚焦”：聚焦医药主业，把非主业非盈利资产及业务剥离掉，尽快处置退出；聚焦工业，进一步优化医药工业布局；聚焦中药，立足中药材资源优势，完善中药产业链；聚焦主品，主品就是像太极藿香正气口服液、急支糖浆这样疗效好、口碑佳的品种，我们把这些资源再梳理、再整合、再提炼、再拔高，进一步拓展应用场景。同时，

	加快数字化演进，以数据驱动全产业链升级，不断提升管理数字化水平；强化工商协同，整合内外部平台和资源。 2025 年，公司将围绕“两聚焦、两创新，做强做优中药大品种”的工作方针，即：聚焦中成药大品种、聚焦中药材大品种，科技创新与营销创新。科技创新方面，完善科研创新体系，聚焦中药大品种，主要是中成药、中药材；聚焦重点领域，主要是消化系统、呼吸系统、心脑血管、肿瘤和抗衰、治未病领域；聚焦商业转化，以市场为导向，与生产、销售链接，转化为生产力。营销创新方面，实现“营”“销”结合，做好医疗终端，发力第二、第三终端（药店、基层医药），扩大第四、第五终端（线上、海外），形成“根深叶茂花繁”的药品营销模式；加大品牌传播，精准品牌定位，通过与人民网、央视、国医大师的合作，提升官媒声量和权威学术背书，提升品牌学术影响力。 2025 年，公司将持续深化改革，完善体制机制，以科技创新培育新质生产力，以营销创新促进业绩恢复性增长。 二、公司对研发体系的规划及相应的激励措施？ 回答：公司创新科研模式，以中医理论、人用经验、临床试验为核心，建立中药特点的科技创新体系，用西
--	---

	医和西方人听得懂的语言及可以接受的方式来解析中医、开发中药，实现中药现代化和国际化； 强化聚焦，聚焦中药大品种，主要是中成药、中药材；聚焦重点领域，主要是消化系统、呼吸系统、心脑血管、肿瘤和抗衰、治未病领域；聚焦重大项目，结合战略规划，充分利用公司优势资源，着眼未来突破性大项目；聚焦商业转化，以市场为导向，与生产、销售链接，转化为生产力； 强化内外协同，持续构建开放协同的科技创新体系，内部科研与营销及全产业链协同发展，外部与顶级院校合作，以院士为引领，与陈士林院士合作建立“中药创新研究院士工作站”、与国医大师林天东合作建立“国医大师传承工作室”，抓实科研项目，加快项目进度，完善科研创新体系，内外协同打造高质量科创平台； 以市场化的运作将科研项目进行全流程战略重构，推动科研项目制、公司化，强化科研激励机制，使科研和营销联动、风险与收益挂钩，建立太极的“铁三角”即：科研、销售、市场，三方联动，推动科技创新。 三、公司目前在大健康品类上的规划及相关工作？ 回答：公司构建大健康产品矩阵，聚焦三大类别，以太极上草、贵细等为代表的高端精制饮片，以中药轻养生茶饮、藿香小可乐、藿香个护产品、急支润喉糖等
--	---

	为代表的大品种衍生品，以还少丹、补肾益寿胶囊、丹参口服液等为代表的补益类中成药。以线上线下相结合的经营模式积极开展相关工作，在线下：推动“太极上草”在川渝、中国香港、新加坡等市场上市，同步布局SPD专业药房的上柜，今年线下首家太极上草体验店重庆星光68店开业，通过消费者对产品的实际体验，提升太极上草的品牌影响力；在线上：逐步构建私域运营体系，探索微博话题、直播带货等创新形式，提升销量，并携手自媒体平台，转流量为销量。 四、公司今年在营销管理上将持续开展哪些工作，如何提升管理效能？ 回答：公司在2024年重塑营销组织，撤销原营销管理中心，成立市场中心和销售中心，销售中心负责团队管理，市场中心负责学术赋能。整合普药产品群、新零售部，优化组织机构；实现干部调整、轮岗，优化人员配置；完善绩效考核标准模式，优化激励淘汰机制；注重专业学术背景和营销管理经验人才，赋能营销团队建设。 2025年，公司工业营销以利润和结果为导向，强化市场职能，提升销售能力，以提升效率、效果为目标，持续推进营销组织进化。一是建立以临床价值为中心、以市场需求为导向的战略市场体系。充分发挥产品的临床
--	--

	价值，建立以临床价值为中心、以市场需求为导向的专业学术化推广体系，实现“营”“销”结合，做好医疗终端，发力第二、第三终端（药店、基层医药），扩大第四、第五终端（线上、海外），形成“根深叶茂花繁”的药品营销模式。二是加强渠道整合和终端拓展。整合优化一级经销商，合理布局二级经销商；加快五个终端的拓展和纯销上量，强化等级医院学术推广，抓好准入基础，聚焦重点终端，探索院企合作模式；加强连锁药店品牌建设，聚焦百强连锁，扩大品牌声量，强化终端动销；提高基层医疗销量，加速库存消化，选好高价值产品，借力主题行动开拓市场；积极推进线上销售重整合，升级头部平台合作，深化线上行销标准，线上线下协同增效；同时推进团购、海外出口补充，拓展团购业务。三是加快产品和品类导入。做好多产品在各个渠道中迅速导入及上量，尤其是医疗终端，以大品种带小品种，强势品种带弱势品种，强化自营和代理相结合。 五、公司在回报股东方面的计划？ 回答：公司以“提质增效重回报”为目标，努力为股东创造更大的价值，充分平衡股东利益、企业价值和可持续发展之间的关系，制定股利分配政策，将利润分配政策纳入公司章程，近三年派发现金红利 1.67 亿元（含税）。同时，公司制定了《太极集团未来三年
--	---

	（2024—2026 年）股东回报规划》，明确公司每年以现金方式分配的利润不低于当年实现的可供股东分配的利润的 10% ；最近三年以现金形式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可供分配利润的 30%，以科学、持续、稳定的利润分配政策，保护投资者特别是中小投资者的合法权益。
附件清单（如有）	无
日期	2025 年 4 月 25 日