

证券代码： 600771

证券简称：广誉远

广誉远中药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	☐特定对象调研 ☒分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☒路演活动 ☐现场参观 ☒其他（线上会议）
参与单位名称	信达证券、长城证券、浙商证券、中信建投证券、国金证券、东吴证券、东北证券、申万宏源证券、西部证券、国投证券、山西证券、金圆统一证券、华泰证券、太平基金、红土创新基金、西部利得基金、中欧基金、上海承风基金、中粮期货、银华基金、立格资本、基明资本、国源信达、东方基金、恒越基金、朴拙资本、上海金旷投资、华商基金、建信养老、新华基金、益民基金
时间	8月19日—9月19日
地点	现场、线上会议
上市公司接待人员	董事会秘书及董事会办公室工作人员
投资者关系活动主要内容介绍	1、公司 2025 年半年度业绩解读及下半年展望。 2025 年上半年度，整体市场承压较大，但公司锚定“增长”方向不动摇，实现了 2025 半年度营业收入 7.79 亿元，同比增长 18.14%，归属上市公司股东净利润 7,685.71 万元，同比增长 28.95%，各项核心指标数据均实现同比双位数增长，基本符合公司处于内部经营调整期的业绩预期。 上半年，公司坚定落实“1541”战略框架，将“增长”作为价值锚点，提出“广誉远国药，养生精品药”的品牌战略定位和“四足两翼”问鼎战略，树立各产品定位和各事业部使命，确保公司实现“无水分、有效益、有质量、可持续”的增长。营销方面，各业务条线坚持把“增长”作为首要任务和目标，把“提升经营能力”作为保障增长的重中之重，

	加强空白市场开发、全国 TOP 级连锁合作、精准招商开店、线上平台合作等渠道深耕，通过高端赛事、溯源行、专业培训及电商平台和实体医馆、博物馆的深度融合，全方位赋能“国药堂、国医馆、博物馆”三位一体的运营模式，实现精细化布局，夯实业绩增长底盘。 品牌方面，公司围绕核心产品的治疗领域和产品优势立体化定位，依托“广誉远中医药文化研究院”和山西大学合作等平台，高度重视文化传承和挖掘工作，强化“文化引领”作用；携手中央电视台推出“小撒探厂”、冠名《健康中国》、推出“时光慢老，岐黄有方”专题，通过现场参观、冠名口播及专题解读多方面开展品牌传播工作，同时，通过高铁专列冠名、官方账号动态更新、协办行业盛会等方式，持续增加公司品牌的曝光度和视觉感染。 学术科研方面，公司始终坚持“产学研用”一体发展，深化与中国中医科学院中药研究所和重庆大学等权威研究院所的合作，持续推动产品的循证医学研究和二次开发工作，报告期内，龟龄集和定坤丹分别新增 2 篇 SCI，也分别被收录到《诊疗指南》，龟龄集在国际阿尔茨海默病协会会刊上被发表《龟龄集防治阿尔茨海默病的疗效及药理机制》文章，引发医学界和主流媒体的广泛关注。 古代经典名方新药“半夏泻心汤颗粒”处于国药药品评审中心审评中。 面对中药大健康产业的机遇与挑战，公司将围绕“广誉远国药，养生精品药”的品牌定位，主动作为，抢抓风口，扛牢责任，勇担使命。从公司治理角度，以自我革命的精神，加快解决在引领和保障企业高质量发展中体制机制存在的弱项。从目标达成角度，锚定跻身行业第一梯队，以高品质产品推进高质量发展，抢抓各项工作落实，提质增效重回报，复兴广誉远品牌影响力。从工作推进角度，坚持把打造卓越产品力作为市场竞争的核心关键，拼产品、拼渠道、拼品牌、拼业绩、拼管理，注重“以点带面”、注重“改革创新”、注重“机制引领”，强化使命意识、紧迫意识、交账意识，
--	---

	以高度的责任感、紧迫感、使命感，全力以赴达成目标，推动公司持续健康发展，实现持续的增长和市场影响力的提升。 2、公司 2025 年 Q2 业绩同比增速环比降低的原因。 公司四大核心产品中，除了定坤丹为双跨品种外，其余均为处方药品，且四大核心产品在整体营收占比达 90%以上，根据中成药的产品特性，Q2 和 Q3 均为淡季。其次，公司 2025 年 Q2 环比增速降低，也受以下几方面影响： （1）公司综合毛利率同比下降。近年来，部分贵细原材料价格上涨，根据原材料使用“先进先出”法核算，公司从今年开始原料结算成本价抬高，成本端承压，影响综合毛利率的变化。 （2）公司处于内部经营调整期。公司已经对于现有核心产品和梯队产品进行全方位梳理，根据政策和不同渠道特点进行品规调整；报告期内，不同毛利率产品增长速度幅度差异，引起占比波动。 （3）公司已明确提出“广誉远国药，养生精品药”的品牌定位和“四足两翼”问鼎战略，报告期内，公司积极通过央视合作、高铁专列冠名、协办行业盛会等方式不断扩大广誉远的品牌知名度和曝光度，提升公司在行业中的站位和影响力。同时，上半年，公司不断开展渠道深耕、品牌宣传、文化挖掘等工作，不断提升公司经营质量，提升公司业绩，以上举措的投入增加，使半年度销售费用投入同比增加。投入是一个长期过程，存在投入产出滞后性表现或非敏感关联性，对当期归母净利润产生一些影响。 以上因素均对公司归母净利润产生影响。未来，公司持续会考虑自身发展所处的阶段及市场环境，谨慎结合投入产出比和整体发展规划开展各项工作，使内部各项数据指标得到更好改善，切实为公司及全体股东的合法权益夯实根基。 3、公司全年的目标及未来 3-5 年的目标内容。
--	---

	公司 2025 年全年及未来 3-5 年的业绩目标具体数据未选择公开披露，围绕保持“增长”趋势，按照“四足两翼”问鼎战略的思路：龟龄集以“稀缺性”打造中国抗衰养生符号；定坤丹聚焦“呵护女性全生命周期健康常备药”；安宫牛黄丸立足高品质“安宫鼻祖”定位，以古法炮制工艺引领市场；牛黄清心丸以“古法炮制，正宗局方”优势，抢抓“高血压伴随眩晕”的辅助治疗市场机会，龟龄集酒和大健康产品作为潜力产品线通过线上线下多渠道布局突破，形成聚焦核心产品深耕到潜力产品突破的“双轮驱动”。加快推进精品中药全产业链升级、创新营销模式布局，构建“核心产品引领+潜力品类爆发”的产业闭环，提升中药大健康领域的核心竞争力。公司会充分结合市场环境及内部情况、产品特性等要素制定内部业绩考核指标，不断完善精细化管理，提升线上与线下、业务与品牌的相互赋能影响，锚定跻身行业第一梯队，不断提升公司经营质量和在整个市场环境中的竞争力。 4、公司对国内天然牛黄和进口牛黄的看法。 国内天然牛黄：近 1 年以来，天然牛黄价格相对稳定，但仍处于高位状态，未出现明显下降趋势。高品质天然牛黄的价格受供需影响较大，公司也将持续跟踪市场行情和价格波动，并在适当时机进行采购和战略储备。 进口牛黄：今年，国家药监局联合海关总署发布《关于允许进口牛黄试点用于中成药生产的公告》。公司已及时学习相关文件，但目前山西并不在试点范围内，公司暂不具备使用进口牛黄的条件。但作为国内仅有几家可以使用天然牛黄生产中成药的中华老字号企业，公司将继续密切关注进口天然牛黄入药的相关政策、要求及市场动态，并根据情况制定相应策略，为未来可能放开的政策做好充分准备。 公司在天然牛黄入药领域拥有多年经验和良好口碑，相关产品在市场上保持稳定销量与客户认可度。目前，公司生
--	--

	产的含有天然牛黄成分的产品均来自既有稳定采购渠道，原料长期符合安全和质量标准，品控严格，品质可靠，消费者可在专业指导下放心使用。 5、实际控制人对公司的业绩考核和市值管理考核内容。 公司已根据山西省国资委及控股股东神农科技集团的相关考核要求，并结合自身发展实际和所处行业市场发展情况，以“增长”作为经营考核目标，以业绩为导向，提升公司整体基本面优势和投资价值为宗旨，客观、准确的制定了公司全年及未来 3-5 年的发展规划目标，相关业绩指标数据未选择公开披露。公司已坚定提出“广誉远国药，养生精品药”的品牌战略定位和“四足两翼”问鼎战略，以“增长”为价值锚点，以高度的责任感和使命感，全力以赴推动公司持续健康发展。 公司及时学习对于央国企市值管理的相关文件，按照相关要求制定了《市值管理制度（试行）》，并严格遵照内容贯彻执行。公司开展多种形式，包括但不限于业绩说明会、投资者热线、上证 e 互动、路演、邮箱等与资本市场和中小投资者的沟通交流，及时传递公司价值。同时，关注投资者交流平台内容和股价波动情况，做好投资者关系管理，切实做好市值管理各项指标的动态监控。 6、公司目前如何对管理层建设方面进行完善。 目前，公司在任董事及高级管理人员均根据公司业务和相关规定进行精细分工，保证了公司各项业务均可正常运营。 公司高度重视管理层架构的建设工作，在结合实控人对于国有上市公司管理层人员提出的更明确的相关管理条例和所处行业市场的需求，积极推进岗位适配选择工作。公司会继续开展各级人才引进的工作，完善专业化团队建设，更好地保障各项有利于公司目标达成和高质发展各项工作的顺利开展实施，目前销售等重要岗位已陆续有新的行业内人
--	---

	员补充。具体关于董事及高级管理人员的选举或聘任事项， 请关注公司公告。
附件清单	无