

江中药业股份有限公司 关于接待机构投资者调研情况的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

江中药业股份有限公司（以下简称“公司”）于2022年12月8日接待了53家机构的调研，现将主要情况公告如下：

一、调研基本情况

（一）调研时间：2022年12月8日上午10:30-11:30

（二）调研形式：腾讯会议（网络互动）

（三）调研机构（排名不分先后）：中信建投、中金公司、海通证券、安信证券、国融证券、华融证券、方正证券、国海证券、开源证券、西南证券、国盛证券、天风证券、申万宏源、光大证券、中航证券、汇添富基金、嘉实基金、富国基金、南方基金、大成基金、太平基金、湘财基金、招商基金、淳厚基金、泰信基金、兴证全球基金、海富通基金、平安基金、华夏基金、博时基金、长城基金、博道基金、中庚基金、诺安基金、富荣基金、创金合信基金、圆合金控、太平资产、磐耀资产、长江养老、睿郡资产、阳光资产、前海人寿、兴银理财、上投摩根、金之灏、瓴仁投资、蓝墨投资、景领投资、混沌投资、方御投资、晨曦投资、凯峰投资。

（四）公司接待人员：总经理肖文斌先生、董事会秘书田永静女士、财务总监李小俊先生。

二、调研主要内容

（一）视频云参观“江中践行者的家——江中药谷”

（二）公司总经理肖文斌先生对公司前三季度业绩进行解读

（三）投资者提问及公司回复情况

问题1. 防疫政策优化调整的背景下，公司未来三大业务板块的展望。

公司回复：疫情以来，各行业都受到不同程度影响，公司总体业务发展相对

稳健。为积极落实党和国家的政策，公司近期会调动现有上呼吸道相关产品，如复方鲜竹沥液、草珊瑚含片等，满足当下百姓对上呼吸产品的迫切需求，并积极与华润医药商业和外部经销商协同，确保产品有效供给。

未来，公司将继续围绕“OTC、大健康、处方药”三大业务板块，通过“内生发展、外延并购”双轮驱动，持续打造大单品和大市场，强化核心产品梯队建设。OTC业务主要围绕“脾胃、肠道、咽喉咳喘、补益”四大优势领域，结合疫情政策及百姓对自身健康保健和免疫力更高需求带来的新机遇，加快相关领域的布局。大健康业务主要围绕“高端滋补、康复营养、胃肠和膳食健康”三大领域，积极拥抱营销方式的变化，拓展线上业务，满足消费者的健康需求。

问题 2. 公司大单品健胃消食片未来的成长空间。

公司回复：通过对公司健胃消食片历史发展轨迹、消费者需求的复盘及未来趋势的研判，我们认为江中健胃消食片的发展，主要得益于国人饮食习惯的变化和场景的丰富，以及人们在消费升级的过程带来的需求扩张。未来，公司将继续挖掘新的消费场景、新的年轻人群、更多的美食诱惑中的消费需求，通过创新传播和拥抱新媒体渠道，增强与年轻消费群体的链接，不断扩展新的消费人群。

问题 3. 公司与华润体系其他医药公司同业竞争问题解决方式。

公司回复：华润及公司将根据 2019 年 2 月披露的《要约收购报告书》中的承诺，采取措施积极解决同业竞争问题，形成内部协同。目前情况看，华润体系下医药企业以上市公司为主，均独立规范运营，并有自己擅长的细分领域且处于不同赛道。未来，公司继续结合自身优势品类，有侧重地与华润系其他医药公司的业务进行区隔，形成协同发展局面。

问题 4. 公司应付款项同比增加显著的原因。

公司回复：应付款项增幅较大主要有以下原因：第一，并购海斯制药增加合并报表范围；第二，因上半年疫情影响及公司营销推广节奏调整，推广活动主要集中在下半年开展，由于报账、审核和支付环节的时间需求，部分费用可能会延迟支付，按照权责发生制原则，相应计提相关费用；第三，公司中医药科创城项目投入新增了应付款项；第四，公司主动开展供应商管理，上游供应商通过延长账期或改变支付方式以寻求长期合作，也相应增加应付款项的金额。

问题 5. 原材料价格上涨情况及对产品毛利率的影响。

公司回复：总体而言，整个大宗原材料价格上涨较为明显，公司今年通过源

头管控、战略储备、供应商管理等措施，采购成本控制方面基本符合预期。未来，原材料价格上涨或是大趋势，公司将采取全线监测、数据分析、提前布局、策略储备等策略应对原材料上涨所带来的一些不利影响，将主要产品的毛利率控制在合理区间。

问题 6. 未来外延并购方向。

公司回复：“十四五”期间公司将坚持围绕“内生发展、外延并购”双轮驱动的发展战略，外延并购以丰富产品、拓宽赛道、拓展业务为核心，推动品牌中药、微生态制剂、中药大健康等领域的布局。

问题 7. 公司电商销售渠道的规划及未来发展思路。

公司回复：传统医药企业销售模式向数字化转型是必然趋势，公司将加快布局数字化营销和持续扩展电商销售渠道。目前线上业务主要包括药品业务和大健康品业务，整体均保持较快发展趋势，占营业收入的比重也在逐步提升。未来，公司将积极探索新兴营销模式，加快数字化营销布局。

问题 8. 公司其他主要单品的中长期展望。

公司回复：公司围绕“十四五”战略规划，积极打造大单品、大市场，如 OTC 业务的乳酸菌素片、多维元素片，大健康领域的参灵草系列产品等。肠道品类的乳酸菌素片，未来将配合“养菌”概念形成差异化竞争，通过广告投放、重点公关事件传播等方式，加强消费者心智认知，逐步建立保护肠道健康的意识，以乳酸菌素片的大单品效应带动肠道调理品类。补益品类的多维元素片，是并购企业桑海制药的产品，近年通过品牌赋能、渠道协同实现了增长突破，未来随着大众健康意识的提高，将更加关注拓展新消费人群和不同消费场景，加强新消费群体的链接。参灵草作为高端滋补保健品，由多种中药科学配伍而成，其提升免疫力抗疲劳的效果获得投资者和消费者认可，未来将通过加强消费者教育和重点城市打造等举措，持续拓展大健康业务版图。十四五期间，公司继续围绕“OTC、大健康、处方药”三大业务板块，积极搭建产品梯队，丰富产品线，推动公司经营业绩稳健增长。

三、风险提示

公司郑重提醒广大投资者，对于本次机构投资者调研中涉及的对外部环境、行业发展趋势判断、管理措施等描述，不构成公司对投资者的实质承诺，敬请广大投资者理性投资，注意投资风险。

特此公告。

江中药业股份有限公司董事会

2022年12月9日