

证券代码：000650

证券简称：仁和药业

仁和药业股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2023-0512

投资者关系活动类别	<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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	线上参与公司仁和药业2022年度网上业绩说明会全体投资者
时间	2023年05月12日 15:00-17:00
地点	价值在线（ https://www.ir-online.cn/ ）网络互动
上市公司接待人员姓名	董事长 杨潇 总经理 黄武军 财务总监 彭秋林 独立董事 涂书田 董事会秘书 姜锋
投资者关系活动主要内容介绍	1. 1、中医药企业2023年一季度营收增长普遍在10%以上，仁和同比仅增长3.39%，营收增长乏力，请解释原因？如何解决营收增长乏力的问题？ 2、仁和在中医药、美妆、大健康形成了较为完整的产品矩阵，产品如何完成质量的管控？如何牢固仁和的品牌价值？ 3、伴随中国人口老龄化，大健康是朝阳产业，相比400亿市值的汤臣倍健，仁和的大健康产品是如何定位的？2023年大健康产品是否有升级计划？本人购买过汤臣和仁和的护肝产品，仁和从包装和宣传上还有差距，如何缩小该差距？ 4、2023年叮当快药线上渠道对仁和的产品矩阵是否有更好的协同效应？叮当快药主打一

线城市，而仁和的大健康产品客观上更趋向三四线城市，如何解决产品市场与渠道错位的问题？

答:1、回复：公司2023年第一季度营收为13.56亿，同比增长3.39%。主要是一季度受公共突发事件放开管控影响，公司药品板块增长明显，但大健康板块拖累公司一季度营收。2023年公司目标任务计划已落实下达各子公司，相信公司2023年一定会比2022年好。谢谢！ 2、回复：公司制订了严格的质量控制体系，并根据《中华人民共和国药品管理法》《中华人民共和国药品生产质量管理规范》和《中华人民共和国药品经营质量管理规范》制定了《供应生产销售内部控制实施细则》《质量管控制度》《异常物料处理管理规定》等一整套比较完备的制度，通过了GSP、GMP的认证，并在日常经营过程中，严格按照相关制度的规定执行。公司实行各级质量责任制，质量管理部门负责人主要是在公司总经理办公室领导下，行使质量管理职能，认真贯彻执行《药品管理法》《药品经营质量管理规范》等各项有关医药商品质量管理的政策、法律法规、行政规章等。公司注重通过技术改造提高厂房设施和设备的装备水平，积极采用新技术、新工艺，以保证产品质量。通过近二十多年的沉淀，仁和形成包括仁和和企业品牌以及四大品牌，品牌矩阵资源是近年控销裂变发展以及未来进军大健康的核心资源和能力，品牌输出、品牌整合正在也将持续为仁和商业发展创造价值。谢谢！ 3、回复：公司大健康板块有自己的定位与规划。主要以研发布局、渠道布局，带动健康产业升级；以医药大健康为基础产业，扩充品类、提升品质、优化模式，运用新技术，构建大健康生态圈。产品种类布局涉及功效性化妆品、护肤护发用品、洗涤用品；母婴用品；保健食品、功能性饮料；医疗器械、保健器材；保健品、中药饮片等。从利润贡献的角度来说，公司日化消费子板块表现比较突出，其体系内有私护系列、洗护系列和化妆品系列。公司私护系列主要以“妇炎洁”系列产品为主；洗护系列主要有功能洗衣液、防脱洗发水、沐浴液等；而功效性化妆品系列品牌主要有仁和匠心、药都仁和等，产品有美白、祛痘、面部清洁、抗敏、抗皱等。随着销售的扩大，公司大健康产品每年都有迭代、升级，谢谢您的使用感受建议。谢谢！ 4、回复：叮当快药与公司为同一实际控制人关系。2023年公司与叮当快药发生日常关联交易预计额为2.62亿左右（详见2023-019公告），据公司证券部了解，叮当快药并非只在北上广深等一线城市有布局。谢谢！

2.5. 仁和大健康还没有一个头雁产品拉不动整个大健康矩阵。

仁和今年在化妆品和大健康必须要有一两个大单品来拉动整个矩阵。请推荐目前上述两个领域可能的爆款大单品。 6. 日企已开始收购一些国宝中医药公司，仁和是否有产品出海开拓海外市场的计划？

答:5、回复：您提到的建议非常好！一直以来公司无论是药品还是大健康产品都是以战略核心品种带动二类、三类品种一起销售的策略。公司大健康板块日化消费子板块里面私护系列有以“妇科炎症”为代表的单品；功效性化妆品系列有以“仁和匠心”为代表的单品，老品如修护精华水（精华液）、植物复合净颜洁面乳、补水保湿面膜、毛囊清洁洗发水等，新品如美白系列，抗敏修复系列、男士系列等。谢谢！ 6、回复：目前公司产品暂无出口海外，但开拓海外市场这项工作公司有自己的规划与安排，谢谢！

3.7. 过多的贴牌产品，产品的品质很难保证，是否会出现透支仁和品牌美誉度的问题？抖音，小红书等高频应用都有关于仁和贴牌的负面新闻，管理层应高度重视并及时处理。

答:公司产品较多，种类丰富，就产品生产公司来区分，公司产品分为自有产品和OEM产品。公司自有产品是发展根本，OEM产品是有益补充，二者相辅相成、互不排斥。公司的企业宗旨是：为人类健康服务。公司所有的产品都是围绕着“健康”这个宗旨展开，公司有众多商业销售子公司，公司所有的自有生产产品和OEM产品都是通过公司自有的商业公司销售的。公司商业通过OEM供应链体系的建立，成为行业一面旗帜，不仅为控销团队裂变提供了必备的产品资源，也是仁和商业进行未来资本并购、资源整合的坚实基础。公司非常重视对于OEM产品的管理工作，所有与公司合作的合作伙伴，必须是符合国家法律法规的合法经营主体，不存在与无资质公司进行合作的情况。所有OEM产品，必须符合国家法规政策、产品资质要求，并严格按照国家规定进行生产、运输、仓储和销售等经营活动。公司对于OEM产品包装设计、质量审核、生产监控、成品检测、售后服务等环节，全部纳入公司内控体系。所有委托生产的产品，都必须经过公司专业的质检团队验收合格后，方可授权生产和销售，并且公司不定期对合作工厂进行检查，对其原料、生产记录等进行抽查，最终保证产品质量。谢谢！

4. 仁和药业所处的中药行业的壁垒是什么？仁和药业与同行相比优势在哪？

答:仁和药业商业核心竞争力简单体现为以下六点: 1、高势能、高动能的优秀企业文化; 2、独有的共享机制; 3、营销模式的持续学习、复制、创新能力; 4、品牌矩阵资源; 5、风险管控体系; 6、产品资源开拓体系。谢谢!

5. 请问对于未来三五年业务模式的拓展, 公司有哪些发展战略?

答:公司“五五”规划明确指出在继续保持公司OTC行业稳步增长的基础上, 加大加快大健康相关产业的发展, 最终实现传统OTC板块与创新大健康板块的双轮驱动, 进而推动公司健康、长远的发展。 具体为医药、大健康双轨并进战略, 通过四轮驱动, 平台化发展, 打造医药大健康生态新版图。

6. 领导能否介绍一下公司目前业务区域布局情况? 是否区域差异性明显? 未来是否会开发海外市场?

答:目前公司的销售业务在全国范围内, 区域差异与各地的人口多少、富裕程度相关联。目前公司产品暂无出口海外, 但开拓海外市场这项工作公司有自己的规划与安排, 谢谢!

7. 请问公司在运营能力方面将如何提升自身的竞争优势?

答:公司在日常业务经营过程中制订并实施相应的控制标准和控制措施, 岗位权限和职责分工清晰, 管理流程明确。建立了比较完善的规章制度体系, 涵盖综合管理、人力资源、财务、采购、生产、设备管理、仓储、质检、销售、安全环保等各个方面。同时, 公司已建立全面的预算体系, 能较好的完成各项基础工作, 并明确了费用的开支标准。结合公司战略规划, 对年度目标进行合理、有效的分解, 结合全员绩效管理工作的开展, 确保公司战略目标的实现。公司通过内部控制管理, 全面提升公司的竞争优势。谢谢!

8. 公司通过贴牌的模式跨度更多药物品类? 这种模式是否有弊端?

答:公司产品较多, 种类丰富, 就产品生产公司来区分, 公司产品分为自有产品和OEM产品。公司自有产品是发展根本, OEM产品是有益补充, 二者相辅相成、互不排斥。公司的企业宗旨是: 为人类健康服务。公司所有的产品都是围绕着“健康”这个宗旨展开, 公司有众多商业销售子公司, 公司所有的自有生产产品和OEM产品都是通过公司自有的商业公司销售的。公司商业通过OEM供应链体系的建立, 成为行业一面旗帜, 不仅为控销团队裂变提供了必备的产品资源, 也是仁和商业进行未来资本并购、资源整合的坚实基

础。公司非常重视对于OEM产品的管理工作，所有与公司合作的合作伙伴，必须是符合国家法律法规的合法经营主体，不存在与无资质公司进行合作的情况。所有OEM产品，必须符合国家法规政策、产品资质要求，并严格按照国家规定进行生产、运输、仓储和销售等经营活动。公司对于OEM产品包装设计、质量审核、生产监控、成品检测、售后服务等环节，全部纳入公司内控体系。所有委托生产的产品，都必须经过公司专业的质检团队验收合格后，方可授权生产和销售，并且公司不定期对合作工厂进行检查，对其原料、生产记录等进行抽查，最终保证产品质量。谢谢！

9. 销售费用高达5亿，几乎是研发费用的十倍多，未来公司将会如何调整费用分配比重？

答:2022年公司销售费用占营业收入的比重为10.84%，这个销售费用占比在医药行业并不算高，公司未来要往技术仁和发展，将会加大在技术攻关、新品研发等方面的投入。

10. 公司近期是否受到中药原材料涨价影响？产品成本控制如何？

答:目前虽然中药材价格上涨，但包材价格出现了下降，综合来看，对公司产品成本影响不大，公司会通过集中采购平台采购、多家药材供应商询比价及适时储备中药原材料等措施来进行采购成本控制。

11. 领导好，公司的产品研发投入多少？占比多少？有无在研产品？

答:公司2022年研发投入金额为5142.28万元，占营业收入比例为1%，公司非常重视药品研发工作，公司的研发工作与公司的发展是呈正比的关系，作为一个OTC的药企，公司药品的研发主要集中在大品种的仿制药和国家中药经典名方上，近两年，公司先后通过了苯磺酸氨氯地平片、格列齐特缓释片仿制药一致性评价；取得了恩替卡韦片、他达拉非片20mg、枸橼酸西地那非片50mg和100mg药品注册证书。在研的如有磷酸奥司他韦胶囊、玻璃酸钠滴眼液等药品。谢谢！

12. 公司毛利率稳定在30%以上的原因有哪些？主要是哪些业务毛利贡献大？

答:公司主要经营业务为药品及大健康相关产品的研发、生产和销售，作为老牌药企，公司有着成熟的产品及稳定的采购生产工艺流程，能够做好产品生产成本控制，公司的药品及大健康相关产

	<p>品毛利率均在30%以上，就目前来说，药品板块对毛利率贡献大。</p> <p>13. 贵公司22年归属于上市公司股东5.7亿，同比下滑13.6%，请问这主要的引导因素是什么？</p> <p>答:2022年公司面临中药材采购价格上涨、国家对工业大麻政策调整、固定资产投资增大等因素，导致产品成本上升、折旧增加、部分资产减值、樟树制药商誉减值等从而造成归属母公司净利润同比减少。谢谢！</p> <p>14. 请问公司是否会对目前的分红模式做出调整？</p> <p>答:公司在利润分配方案的制定和执行上实行连续、稳定、积极的利润分配政策，重视对投资者合理投资回报并兼顾公司的长远利益与可持续发展，同时充分考虑到企业所处发展阶段、经营状况、盈利情况以及资金需求提出差异化的分红政策，优先采用现金分红方式，并始终保持一贯性、连续性和稳定性。近十多年来，公司连续分红以回报投资者。谢谢！</p> <p>15. 公司订单回款制度是怎样的，坏账率如何？</p> <p>答:公司在销售方面制定了严格的信用制度，且信用期限最长不超过1年。2022年公司全年营业收入51.53亿元，应收账款年末余额3.48亿元，其中超过2年的应收账款大约2千万占营业收入的0.38%，此部分按会计准则规定提取了相应的坏账准备。谢谢！</p> <p>16. 请问新董事长相比杨文龙董事长在对仁和药业的经营管理上有什么优势？谢谢！</p> <p>答:仁和药业股份有限公司现任董事长是杨满先生，前任董事长是梅强先生。仁和（集团）发展有限公司是公司的控股股东，其董事长是杨文龙先生。请您注意加以区别仁和（集团）发展有限公司和仁和药业股份有限公司这两个独立法人之间的关系。谢谢！</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023年05月12日