



证券代码：600664

证券简称：哈药股份

哈药集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2024-017

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/> 现场调研 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	鹏扬基金管理有限公司、光大证券股份有限公司、GL Capital Group、银河基金管理有限公司、中加基金管理有限公司
时间	2024年12月05日 9:00-10:00 2024年12月05日 13:30-15:30
地点	现场结合通讯会议
上市公司接待人员姓名	副总裁、财务负责人、董事会秘书：孟晓东先生 证券事务代表：马昆宇先生
投资关系活动主要内容介绍	<p>公司副总裁、财务负责人、董事会秘书孟晓东先生，证券事务代表马昆宇先生向投资者介绍了公司管理团队等基本情况，并分别从研发、生产、营销等方面介绍了公司前三季度重点经营工作，与投资者进行互动交流，主要内容如下：</p> <p>1. 2024年前三季度，公司归属于上市公司股东的净利润为50,828.64万元，与上年同期相比增长74.97%。公司上述业绩情况的主要驱动因素是什么？</p> <p>答：前三季度净利润增长主要系公司所属医药工业板块业绩提升影响，公司积极调整销售组织架构，优化业务模式，分阶段稳步推进由重分销模式向重终端推广模式转型，同时紧密跟踪市场动态，重塑产品定位并优化资源配置，结合市场环境及行业趋势制定营销策略，增强了产品市场竞争力，实现了业务与产品策略的双重优化。公司通过对重点产品的市场深耕以及精细化运营管理，提高公司毛利率，有效推动了业绩的增长。</p> <p>2. 公司保健品业务经营计划？</p>

答：保健品销售方面，公司 2024 年主要计划为线上与线下并举、国内与跨境并进。哈药健康科技未来将进一步扩大品牌认知、发展线上品牌声量、提升品牌认同，完善品类品种布局，建设产品梯队，夯实公司在液体营养保健品市场和钙制剂市场的领导地位并引领品类发展，聚焦电商全渠道建设，实现传统电商、兴趣电商、内容电商的协同发展，从而实现线上保健品业务的整体增长。GNC 中国业务未来继续由自有团队经营核心渠道，同时加强经销体系建设，并基于 GNC 九大产品管线核心品种的布局进行营销创新，进一步释放 GNC 品牌势能，不断收获跨境细分品类的领导地位，从而实现市场份额的增长和行业地位的提升，赢得更广阔的增长空间。

3. 公司保健品的产品优势？

答：保健品方面，公司不断拓展主要产品线，健康科技目前主要经营的品类有液体营养（哈药健康品牌、三精养润等）、骨骼关节健康（盖中盖系列品牌）、女性健康及外表管理（朴雪品牌）、全家膳食营养（哈药健康品牌），尤其液体营养的市场占有率位居行业前列，为公司利用品牌优势和产品资源提升市场竞争力提供了有力的保障；GNC 中国目前在跨境保健品形成以营养包为代表的九大产品管线布局，对重点品种不断进行产品创新保证其市场优势地位。

4. 公司工业板块所包括的业务范围？

答：公司工业行业的业务范围包括化药、中药、生物药、保健品，即子公司哈药集团营销有限公司、哈药健康科技（海南）有限公司、哈药集团生物工程有限公司、哈药集团三精制药有限公司、哈药集团中药有限公司、哈药集团三精明水药业有限公司、哈药集团三精千鹤制药有限公司、哈药集团三精儿童大药厂有限公司、健安喜（上海）食品科技有限公司、Harbin Pharmaceutical Hong Kong II Limited，及分公司哈药集团制药总厂、哈药集团制药六厂，属于医药工业业态，是公司主要的收入和利润来源。

5. 公司所属企业哈药集团营销有限公司、哈药健康科技(海南)有限公司销售业务如何区分？

答：子公司哈药集团营销有限公司为公司主要负责线下渠道运营的销售公司，主要销售公司所属分子公司产品，包括哈药集团三精制药有限公司生产的复方葡萄糖酸钙口服溶液、葡萄糖酸锌口服溶液；哈药集团制药总厂生产的阿莫西林胶囊、注射用头孢曲松钠等产品。子公司健康科技为公司主要负责线上渠道运营的销售公司，主要销售公司所属分子公司产品，包括哈药集团三精制药有限公司生产的哈药牌钙

铁锌口服液、朴雪牌铁维生素 B12 口服液等产品。

6. 公司产品销售模式是什么？

答：公司顺应国家医药政策及医药行业发展趋势，以市场为导向，优化组织结构，重塑并建立适合业务发展的销售事业部，在保证产品适应各类场景供应的情况下，全面满足零售终端、医疗终端和电商平台的业务发展需求。同时，顺应快速增长的全民健康需求以及保健品购物方式由传统线下向线上转化发展的趋势，依托已有的产品批文储备与品牌势能，并充分发挥电商的灵活性与效率，在电商全域全面布局保健品业务。报告期内，公司持续完善电商全渠道布局，尤其是自运营店铺的布局，全面覆盖传统电商、兴趣电商、内容电商和线上分销渠道业务。

7. 公司产品类别中营养补充剂主要包括哪些产品？

答：公司医药研发与制造业务涵盖化学原料药、化学制剂、生物制剂、中药、保健品等产业领域，公司营养补充剂类主要产品包括葡萄糖酸锌口服溶液、哈药牌钙铁锌口服液、复方葡萄糖酸钙口服溶液、朴雪牌铁维生素 B12 口服液等产品。

8. 公司 2024 年全年经营预期？

答：公司 2024 年前三季度，实现营业收入 1,225,644 万元，归属于上市公司股东的净利润 50,828.64 万元，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 47,012.69 万元。四季度，为了保证公司稳定可持续增长，保持良性的营销状态，公司将会调整产品销售结构，并进一步加大终端动销的力度，期间费用可能也会随之增长。未来，公司将以公司经营目标为导向，继续加大终端销售力度，进行产品复产研究，丰富公司产品矩阵，并持续进行研发创新，加强期间费用精细化管理，进而推动公司持续发展。

9. 公司今年在市值管理方面有哪些具体措施？

答：公司董事会、管理层高度重视市值维护，目前已将市值管理纳入公司高级管理人员绩效考核指标。其次，公司加大与投资者沟通力度，开展路演活动并积极接待机构投资者调研，传递公司价值。公司坚持专注于主业的长期可持续发展，通过不断加强经营管理等各项工作，推动公司持续稳定发展、不断创造价值，以公司的高质量发展积极回报广大投资者。

10. 公司管理层现有考核机制是什么？



答：公司基于绩效导向、绩效奖金与公司业绩和效益同向联动的原则，并结合公司实际情况，制定了《高级管理人员薪酬考核实施办法》，并按照上述管理办法进行高级管理人员的薪酬考核与发放工作。

为了进一步调动高级管理人员的积极性和创新性，公司于十届二次董事会审议通过了《关于修订〈公司高级管理人员薪酬考核实施办法〉的议案》，此次修订以绩效为导向，增加了任期激励、延期支付等考核内容，科学合理地设定考核目标并动态调整，实现了对管理层中长期激励。此外，董事会已将市值管理纳入公司高级管理人员绩效考核指标。

11. 公司是否有计划开展股权激励项目？

答：公司于 2021 年开展了股权激励计划，股权激励计划包括股票期权和限制性股票两部分，考核期为三年（2021 年至 2023 年）。2023 年度作为公司 2021 年股票期权与限制性股票激励计划第三个考核期，公司层面业绩未达到考核要求，公司已按照上海证券交易所与中国证券登记结算有限责任公司上海分公司的规定办理完成本期股票期权注销及限制性股票的回购注销工作，公司 2021 年股票期权与限制性股票激励计划实施结束。未来公司会根据市场状况、公司发展战略和股东利益等多方面因素进行综合考量是否开展新的股权激励计划。

12. 公司未来对于分红有何规划？

答：公司将继续聚焦提质增效，持续加强经营管理，努力提升盈利能力、改善财务状况；公司将按照相关法律法规、规范性文件等规定，完善子公司分红机制，强化分红管理，不断提升母公司利润分配能力，尽快实现未分配利润转正，增强投资者回报水平。

附件清单