

证券简称：同仁堂

证券代码：600085

北京同仁堂股份有限公司

投资者关系活动记录表

活动形式	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 一对一沟通 <input checked="" type="checkbox"/> 其他方式（ <u>2025年第一次临时股东大会</u> ）
时 间	2024年12月、2025年1月
地 点	北京同仁堂股份有限公司
调研单位	淡水泉投资、东北证券、高毅资产、广发基金、国海基金、国联基金、汉和资本、泓德基金、汇添富基金、盘京投资、平安证券、人保养老、泰达宏利基金、泰康基金、西南证券、银华基金、永赢基金、长信基金、中加基金、中金公司、中银基金、中邮创业基金、其他投资者。（排名不分先后）
公司接待人员	公司全体董事、监事；总法律顾问；董事会秘书
主要内容	<p>一、同仁堂集团收购天津同仁堂后，公司与天津同仁堂的后续整合计划和时间安排是怎样的？</p> <p>答：此次控股股东收购天津同仁堂控股权，是维护“同仁堂”品牌形象，深化同仁堂品牌战略的一项重要举措。同仁堂集团承诺，自本次交易完成后五年内，在相关法律法规允许的情况下，按照法定程序通过一项或多项措施进一步解决天津同仁堂与本公司之间个别非主要产品相同的情况。</p> <p>未来，公司将督促控股股东严格履行前述承诺，同时，在遵守上市公司治理准则的前提下，公司与控股股东可能通过多种方式对天津同仁堂进行业务整合，提升与天津同仁堂的业务协同度，如将部分公司自有品种委托天津同仁堂生产以满足本公司产能需求、公司独家代理部分天津同仁堂品种的丰富本公司产品序列、委托天津同仁堂经销或代理公司部分医疗类产品以运用</p>

天津同仁堂医疗管线补齐本公司短板等。通过充分发挥各自优势，推动双方在治理、业务、经营、文化等方面的协同与整合，力争形成互相借势、协同共赢的良性互动，若整合效果良好，公司将主动择机和集团公司磋商，将天津同仁堂纳入上市公司。如后续发生该等交易，公司将严格按照法律法规要求履行相关审批和信息披露程序。

二、近年公司推进大品种战略，除安宫牛黄丸外，公司还有哪些具备市场潜力的大单品，相应的市场推广计划如何？

答：公司稳步推进大品种战略，结合营销战略和市场需求进一步遴选具备市场规模和潜力的典型品种，形成大品种群，在生产、供应、研发和营销等方面予以资源倾斜，形成营销合力。大品种战略持续至今，一些大单品种的市场潜力得到充分开发，例如牛黄清心系列、五子衍宗丸系列、乌鸡白凤丸系列等产品的市场销量均有明显提升。同时，公司在此基础上深挖精品战略市场前景，积极打造产品群的梯队建设，以满足不同消费群体的差异化需求，有序提升潜在大单产品的市场规模，增强核心竞争力。

三、近两年，子公司同仁堂科技在港股市场的市值表现低迷，公司是否考虑响应回购股份或进行私有化等措施？公司对提高同仁堂科技的经营业绩、加强产品管控方面有何改善措施和规划？

答：公司及同仁堂科技均非常重视市值管理，同仁堂科技始终聚焦主业，积极做好投资者关系管理，在符合法律法规和上市公司规范运作要求的基础上，探索市值管理可操作策略。同仁堂科技是港股上市公司，其在考虑资本运作时还需兼顾香港上市规则监管要求，公司及同仁堂科技需结合其发展战略、经营及财务状况、资本市场表现和两地上市规则等多方面因素进行综合考虑，谨慎研判、作出科学合理的决策后方可实施，以维护全体股东的合法权益。

经营管理层面，同仁堂科技与公司一道，始终秉承同仁堂创立初心，致力做好主业经营，深化改革创新，有序推进大品种战略、营销模式转型，落实工业体系保产供应，优化管理服务等多项重点工作，加强内部资源互补和管控推动，推动同仁堂科技生产、经营、质量、内控质效高质量发展，努力

以稳健的经营业绩回报广大投资者的支持和信任。

四、2024 年中药行业普遍承压，从上半年经营情况看，工业成本端面临压力，商业终端市场面临优化，对此，公司 2025 年有何应对计划？

答：在 2023 年市场需求快速释放的背景下，公司 2023 年实现高基数增长，2024 年，受复杂的经济环境和原材料成本持续高启等多重因素影响，上半年的经营业绩表现承压。医药工业端，药材成本涨跌具有周期性、传导性。随着政策引导和行业调整，大部分种植性药材市场行情有望回归合理趋势；少部分如天然牛黄等贵细原材料价格受宏观政策、原料供应等多种因素影响，价格仍具有较大不确定性。对此，公司将积极采取通过深化采购改革、坚持种采联动、与大型种植基地合作建立道地药材产地直采、提前布局濒危药材的保护和替代研究等举措应对成本端的压力影响。医药商业端，公司及同仁堂商业将继续聚焦深化机制创新和效率提升，聚焦供应链优化升级，统筹推进资源整合，布局省级平台项目和线下门店，开拓市场规模；不断强化统筹联动，强化系内产供销体系协同，增强市场抗风险能力；高效有序推进“同仁堂服务年”、门店焕彩、大品种销售等多项工作落地，积极推动商业端经营质效稳健、有序运行。

五、2024 年同仁堂商业零售药店经营情况如何，2024 年终端市场普遍出现零售药店关店潮，但同仁堂商业的零售药店网点数量仍在逆势增长，公司对于同仁堂商业的网点布局有何考虑和规划？

答：经营管理方面，商业公司近年持续聚焦转型升级，协同推动大品种战略、精品战略的稳步落实，不断加强零售终端运营优化，加快发展新零售，线上线下联动营销；延伸发展多元化、专业化健康服务至零售场景，挖掘门店潜在业务增长空间，赋能营销和经营质量稳步发展。网点布局方面，商业公司持续聚焦发挥区位优势，深耕营销市场重点区域扩展，加速升级平台建设和布局空白市场，通过优化门店布局加大品牌渗透，发挥区域连锁和终端布局优势，加快创新转型，着力改革创新、提质增效，为商业公司未来长期、可持续健康发展打好基础。

附件清单 (如有)	不适用
发布日期	2025 年 1 月 27 日
备注	无