

证券代码：600422

证券简称：昆药集团

昆药集团股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025-004

投资者关系活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩沟通会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☒ 其他
参与单位及人员	华创证券、淳厚基金、万家基金、交银施罗德、国海证券、博时基金、财通基金、浦银安盛、农银汇理、东方证券、银河基金、西部证券、高毅资产、富国基金、平安证券、申万菱信、东吴证券、东方红资管、太平养老、华泰保兴、中泰证券、长信基金、华泰资产、华泰柏瑞、中欧基金、华源证券、信达澳亚、财通资管、平安养老、开源证券、工银瑞信、申万宏源、光大保德信、中金公司、前海开源、南方基金、鹏华基金、招商基金、景顺长城、银河证券、太平基金、中信建投、国投瑞银、国联基金、人保养老、浙商证券、建信基金、广发基金、长江证券、兴业证券、招银理财、睿郡资产等
时间	2025 年 5 月 7 日-5 月 20 日
地点、方式	电话会议、现场交流
上市公司接待人员	副总裁、董事会秘书张梦珣女士，投资者关系总监王沛先生，投资者关系管理主任谢晨先生，投资者关系管理主任陆锴馨女士
投资者关系活动主要内容介绍	1、公司一季度经营情况？未来的展望？ 答：2025 年一季度，公司持续推进乐成改革，处于模式再造与渠道体系深度变革的关键转型期，销售端面临阶段性承压，叠加全国中成药集采扩围续约尚未执行、零售药店终端整合等多重因素影响，报告期内公司营业收入、归母净利润等业绩指标有所下滑。 公司通过渠道体系的彻底重构，销售模式将实现从分散控销到集约化商道体系的质变，为中长期高质量发展奠定坚实基础。未来，通过推进新商道体系的稳定运行、华润三九的深度赋能、公司核心品种的全国化布局

和品牌力持续提升，将构成公司穿越周期的核心支撑，助力公司实现“银发健康产业引领者”的战略目标。

2、新渠道体系与旧有模式相比，有哪些核心优势？

答：新渠道体系较之于旧有模式，主要在组成结构、运营模式等方面进行了重点变革。（1）组成结构：旧有的销售模式体系存在数量较多且相对分散的经销商，整体管控难度较大，品牌推广相对局限，难以在全国范围内形成广泛的品牌认知；新体系通过科学规划与系统整合，公司逐步构建起高度集约化、层级分明、分工明确的渠道架构和商道体系，为未来形成稳定、高效、长期的商业渠道体系奠定基础。（2）运营模式：新模式将加强渠道管控和品牌建设，同时进行渠道销售费用的结构性转换，更多地费用投入至中长期、全国化的品牌建设，夯实公司长远发展的品牌基石。

3、一季度销售费用率有所下降的原因？未来的变化趋势？

答：销售费用与公司现有的收入体量、业务结构及产品结构有关。2025年一季度，中成药集采扩围续约尚未执行，公司工商业收入结构发生变化，相关业务的费用投入有所减少，整体销售费用规模有所下降。未来，公司将持续创新营销模式，积极推进媒体投放、落地品牌活动和学术化投入，同时打造昆药商道和全国性的销售网络，引导销售费用结构性改革，将更多资源投入到长期品牌培育和终端服务能力建设上，通过精准匹配资源推动公司销售费用率的不断优化。

4、一季度 777 事业部的经营情况如何？未来理洙王和络泰分别的经营目标是什么？

答：一季度，面对中成药集采扩围续约尚未执行、零售药店终端整合等方面压力，公司血塞通口服产品在销售端有所承压，777 事业部持续在不利环境下努力寻找破局点。零售方面，通过丰富“777”品牌内涵和产品布局，积极推进商销渠道的开发，血塞通口服系列产品的商销渠道覆盖呈现增长态势。品牌方面，777 血塞通软胶囊焕新包装正式发布，公司持续聚焦三七全产业链，构建“三七就是 777”的品牌认知，不断提升“777”

	品牌核心价值。 理洩王和络泰血塞通软胶囊将按照各自侧重的人群进行划分，将以4C 老年健康管理模式为桥梁，打通患者、消费者与主动健康者的需求闭环：除继续夯实院内外渠道优势外，理洩王将重点在基层医疗、社区门诊和等级医院针对基础人群进行广泛布局；络泰则将针对高端人群和需求明确的人群进行重点推进。 5、1381 事业部一季度重点开展了哪些工作？未来的发展规划？ 答：一季度，“昆中药 1381”事业部围绕“产品梳理、建立商道、品牌驱动、推广策略”四个层面高效推进，把握市场机遇、优化产品组合，凭借六百多年老字号品牌价值和昆药商道优势，推进打造“精品国药领先者”的目标。 未来，公司将围绕“昆中药 1381”的企业品牌，聚焦“大品种-大品牌-大品类”，通过强化品牌造势、提升渠道覆盖，重点打造以昆中药参苓健脾胃颗粒、舒肝颗粒等单品为核心的产品矩阵，巩固昆中药在消化领域、情绪治疗领域的竞争优势；同时，持续培育昆中药清肺化痰丸、口咽清丸、板蓝清热颗粒等高增长潜力产品，深度挖潜更多底蕴悠久的经典名方产品，并借助华润三九在商道建设、品牌打造等方面的经验及优势，共同将“昆中药 1381”打造成为国内精品国药品牌。 6、公司目前的终端覆盖情况如何？后续提升的重点方向是什么？ 答：目前，公司重点产品在零售场景中 TOP10 连锁的覆盖率相对较高，但在中小连锁及单体门店的覆盖尚显不足。此外，一季度公司重点产品昆中药舒肝颗粒通过品牌投发和产品焕新，终端覆盖率呈现提升趋势，777 口服系列产品则通过商销渠道进一步提升药店覆盖。后续公司将聚焦中小连锁、单店及基层医疗进行重点突破，通过昆药商道提升覆盖、扩大终端触达规模，并进一步优化单产质量。 7、公司在外延并购方面的规划及进展情况？
--	--

答：公司整体战略主要集中在老龄化、慢病管理等方向，在治疗领域方面会重点关注心脑血管、肌肉骨骼、神经精神以及抗疼痛等方向。对于新产品的开发模式多种多样，包括自主研发、产品引进、对外合作，也不排除外延并购的计划。

8、公司将如何提升利润率？

答：公司未来将实施多维资源投入战略框架。在零售端，通过提升产品品牌力和终端覆盖率，同时结合宏观经济周期研判以及产品成长周期，分阶段有序实现终端渠道变革及投放费用结构性转换。在院内端，针对集采的持续推进，公司将依托全产业链效能优化成本，通过智能制造升级与供应链协同实现运营精益化；以数智赋能打造精细化管理，做好费用优化；多措并举推进降本增效，提升管理能效，力争不断提升公司整体利润率水平。

9、目前中成药集采的进展如何？公司目前的执行进度？

答：湖北省医保局 4 月公布全国中成药集采中选品种供应清单（含中选的报价代表品和非代表品），各省医保局陆续确定并公布集采结果执行日期及落地措施。现阶段是集采执行的核心关键期，公司将积极推进执标工作的开展，进一步拓展销售渠道，提升产品在各级医疗机构的覆盖。

10、公司在品牌建设方面的打造思路和举措？

答：公司整体的品牌打造，锚定“银发健康产业引领者”的战略核心，通过“昆中药 1381”与“777”双品牌协同驱动发展，以“昆中药 1381”重点打造精品国药平台，以“777”品牌深耕三七大健康产业，实现传统中药智慧与现代产业体系的深度融合。

精品国药方面，1381 事业部着力打造“昆中药 1381”企业品牌和产品品牌，持续聚焦昆中药参苓健脾胃颗粒、舒肝颗粒等战略大单品，通过“全域媒体矩阵+精准场景营销”的双引擎驱动模式。一季度，“昆中药 1381”品牌亮相 2025 云南卫视春晚，实现品牌强曝光；昆中药参苓健脾胃颗粒深化“每餐一包，健脾才开胃”的核心价值主张，创新开展“2025 参苓返乡年味”春节主题营销，精准触达返乡人群；昆中药舒肝颗粒布局

	小红书、B 站等年轻化平台，同时开展京东线上问诊业务探索、与连锁品牌共建品牌活动，增强产品的患者触达、扩大产品的知名度和影响力。同时，公司通过重构营销网络、完善终端覆盖、建立精细化运营体系，亦为品牌价值提供了坚实支撑。 慢病管理领域，公司持续聚焦三七全产业链，构建“三七就是 777”的品牌认知，不断提升“777”品牌核心价值，从“患者、消费者、主动健康者”的三个维度构建终端消费者服务体系。“777”品牌采取“医疗+零售”双轮驱动模式：医疗端，公司紧抓中成药集采新标落地执行的机遇，积极推进执标工作开展，提升血塞通口服系列产品在各级医疗机构的开发覆盖，同时加强以 RCT 临床研究基础为核心的学术建设；零售端，携手连锁，通过“银发青年”等健康讲座、社区慢病管理站等场景营销，将“三七就是 777”的品牌理念深度、广泛传播。
附件清单 (如有)	无