



证券代码：002737

证券简称：葵花药业

葵花药业集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-001

投资者关系活动类别	<div><input checked="" type="checkbox"/>特定对象调研</div> <div><input type="checkbox"/>分析师会议</div> <div><input type="checkbox"/>媒体采访</div> <div><input type="checkbox"/>业绩说明会</div> <div><input type="checkbox"/>新闻发布会</div> <div><input type="checkbox"/>路演活动</div> <div><input checked="" type="checkbox"/>现场参观</div> <div><input type="checkbox"/>其他</div>
活动参与人员	<div>上市公司：</div> <div>董事会秘书 周广阔</div> <div>证券事务代表 李海美</div> <div>其他参与方：</div> <div>中金銀海（香港）基金有限公司 雍 心 郭佳怡</div> <div>中润国信投资基金 崔建民</div>
时间	2026 年 2 月 6 日 14:00-15:40
地点	公司 520 办公室
形式	现场交流
交流内容及具体问答记录	<div>一、公司简要介绍</div> <div>1、企业定位与品牌矩阵</div> <div>葵花药业集团股份有限公司是一家以生产中成药为主导，以化学药、生物药和健康养生品为两翼的大型品牌医药集团。</div> <div>公司秉持“产业报国、贡献社会、受益员工、回报股东”的核心价值观，践行“保障儿童用药安全”和“打造老百姓信赖的好药”双重使命，专注医药与大健康领域深度发展。公司产品线覆盖中成药、化学药和健康养生品，满足不同消费群体健康管理需求，通过产品力建设、品牌价值沉淀和全域营销网络，成功打造“葵花”与“小葵花”双品牌矩阵，持续提升行业影响力。</div> <div>2、核心产品体系</div> <div>（1）成人药品牌</div> <div>核心领域：消化系统、心脑血管、妇科、风湿骨病、呼吸感冒。</div> <div>优势品种：护肝片、胃康灵胶囊、美沙拉嗪肠溶片、石龙清血颗粒、康妇消炎栓、五加参蛤蚧精、复方氨酚烷胺胶囊/颗粒/片等。</div> <div>（2）儿童药品牌</div> <div>核心领域：覆盖呼吸系统、消化系统、免疫补益三大领域。</div> <div>优势品种：小儿肺热咳喘口服液、小儿柴桂退热颗粒、小儿氨酚黄那敏颗粒、芪斛楂颗粒、小儿泻速停颗粒、葵花钙铁锌咀嚼片/颗粒/口服液、葡萄糖酸锌颗粒/口服溶液等。</div> <div>3、核心优势</div> <div>（1）品种、品类集群</div> <div>文号储备丰富：拥有千余个药品批准文号。</div> <div>优质品种资源：医保目录文号超 500 个，基药目录文号近 300 个，独家品种近 30 个。</div>

	<p>产品管线覆盖：覆盖儿童用药、消化系统用药、妇科用药、风湿骨病、呼吸系统、健康补益等八大治疗领域。</p> <p>(2) 品牌、品质领先</p> <p>品牌价值：打造“葵花”成人健康领域+“小葵花”儿童健康领域双品牌伞，双品牌价值合计超 365 亿元。</p> <p>通过产品力与品牌力建设，构建 OTC 领域消费者心智占领，形成差异化认知。</p> <p>品质保障：药品是特殊商品，疗效品质是生命线。葵花药业一以贯之的诚实做人、诚实做药。</p> <p>(3) 营销模式及全渠道营销网络</p> <p>在品质疗效稳定可靠的前提下，一切营销事务的核心在于消费者的复购。葵花药业的营销体系与模式是全域营销：广告拉、处方带、OTC 推、游击队抢。</p> <p>组合营销模式：构建“品牌药+常用药+处方药+大健康+新零售”多维体系。</p> <p>渠道布局：自建营销网络覆盖全国 8000 家医院及 45 万家零售终端，与 500 家医药流通企业建立战略合作。</p> <p>数字化升级：推进电商渠道与数字化营销，提升消费者体验。</p> <p>二、交流情况</p> <p>1、公司 2025 年业绩下滑明显，主要原因是什么？</p> <p>答：主要包括以下几方面原因：</p> <p>(1) 针对行业趋势，主动开展渠道与终端调整：针对行业趋势，主动开展渠道与终端调整，销售收入同比下降。公司自 2024 年下半年起，主动对下游经销商进行梳理，优化渠道、控制发货总量，推动库存回归合理水平。同时，公司主动对经营模式、组织管理进行优化，上述举措虽对公司销售收入及业绩实现产生阶段性影响，但为公司未来持续、稳健、健康发展奠定基础。</p> <p>(2) 产销数量减少，固定成本分摊提升，毛利率同比降低：公司上游中药材市场价格波动较大，部分产品的生产成本处于高位，同时，随着产销数量减少，固定成本分摊提升，进一步压缩毛利率。在公司产销恢复常态后，公司成本承压态势将逐步改善。</p> <p>(3) 强化品牌打造与营销推广，销售费用同比上升。针对传统医药行业正进入深度调整期，以及公司业绩短期剧烈承压的不利态势，2025 年，公司以壮士断腕之决心，大刀阔斧地推动组织优化、模式升级、团队整风、文化回归。同时，公司重塑“品牌拉、处方带、OTC 推、游击队抢”组合营销内核，统一思想、上下同欲，坚定长期主义、坚持长效投入。</p> <p>2025 年，公司强化品牌打造与宣传推广，持续提升品牌价值、强化核心品牌拉力。品牌影响力的提升是长期、长效工程，需持续投入。从阶段性经营视角看，短期营销推广与品牌建设强度加大会呈现与当期销售收入不同步现象，导致销售费用率偏高。</p> <p>(4) 研发领域坚持长效投入，聚集长效发展势能。虽面临阶段性业绩承压，2025 年，公司依然保持既定的研发投入强度，围绕“一老、一小、一妇”特定优势领域，不断丰富自身产品管线。</p> <p>2、公司优化渠道库存已经有一段时间了，请问此项工作是否有明确的时间</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>表？</p> <p>答：公司自 2024 年下半年启动优化渠道库存工作，截至 2025 年末，公司下游渠道与零售终端梳理工程基本结束，经营发展基本恢复常态。</p> <p>3、公司 2025 年在研发领域有何进展？</p> <p>答：作为具有医疗消费属性的大型品牌医药企业集团，公司专注于持续、稳健、长期、实效性发展与成长。在研发领域，公司围绕既定的“买、改、联、研”策略，围绕“一老、一小、一妇”特定优势领域，做持续、长效性投入，不断丰富自身产品管线。长期投入、稳健提升，聚集长效发展势能。</p> <p>2025 年，公司在研发领域取得多项重要成果。药品领域，公司自研品种布洛芬混悬滴剂、聚乙二醇 3350 散、盐酸非索非那定口服混悬液、复方聚乙二醇(3350)电解质散获得药品注册证书；中药小儿肺热咳喘口服液新增小儿急性支气管炎功能主治获得临床试验批件；通过“买、联”等方式受让、委托研发、联合开展氟比洛芬凝胶贴膏/贴剂等研发项目，布局老年疼痛领域；受让美沙拉秦肠溶片（0.5g）/缓释颗粒（0.5g、1.5g）、氨溴特罗口服溶液（100ml/120ml）、硫酸氨基葡萄糖胶囊（0.25g）药品生产许可及相关技术，进一步完善公司品类布局。同时，公司多款药品及大健康产品申请注册上市许可获得受理。</p> <p>4、公司最近两年高管变动比较频繁，具体原因是什么，对公司战略落地、承接是否有影响？</p> <p>答：公司治理合规、组织完善、内控体系有效，注重经营管理团队的班子建设、梯队建设、文化引领。高层外聘为主，中层内生为主，保障公司既有行业视野，又有团队稳定，并保持一定流动性，打造团队的深度与厚度，蓄力长期发展。公司高管变动系正常人员流动，具体变动原因公司已在公告中进行披露。</p> <p>在行业变革进入深水区，公司经营业绩阶段性承压形势下，为保障公司战略规划有效落地，公司强化核心业务板块的专业化运营能力。公司已陆续引进投资、生产、运营、管理及营销等关键领域的专业人才。新任管理团队均具备行业资深经验，其专业背景与岗位需求高度匹配，且高度认同公司文化，深谙公司运营模式，能快速与公司需求同步，有利于公司战略落地，推动公司健康、稳健发展。</p> <p>5、中药材价格波动较大，公司是否考虑布局上游原材料端产业？是否有措施降低中药材价格波动的风险？</p> <p>答：中药材的品质与药效受产地气候、土壤、光照等自然条件影响显著，存在明显的地域性差异。从保证药品质量的角度考量，公司目前中药材以外采为主，采取与专业公司共建 GAP 基地模式保障原料质量。</p> <p>针对中药材价格波动，公司建立了多维应对机制：根据药材品种特性及市场行情，实施差异化采购策略，精细化采购管理动作，优化上游供应链管理，减少中间环节，动态调控库存管理，平衡采购周期与库存成本。降低原材料价格波动风险。</p> <p>6、请问公司对于大健康领域如何规划？</p> <p>答：医药大健康领域是公司未来健康生态布局中的核心重点之一。处方医药板块、OTC 医药板块、大健康板块，三大板块共同发力，推动公司战略有效落地。公司将分别配置资深、专业、有行业影响力的管理人员分</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>线操作。</p> <p>未来，公司将持续加大大健康领域的资源投入，依托“小葵花”品牌优势，构建“线上为主+全渠道覆盖”的运营体系，以专业化营销团队为核心，强力打造。</p> <p>7、公司业绩下滑，二级市场股价有一定压力，公司是否有股东增持、股权激励等增强投资者信心的方案推出？</p> <p>答：公司密切关注二级市场走势，坚持长期主义，大力推动治理体系建设，推动经营管理团队实效落地公司五年发展规划，推动公司持续、稳健、健康成长，实效性回报投资人。公司也会从整体发展的角度综合考量上述事项，如有相关事项，将按照相关监管规则进行合规披露。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	否
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）	无