

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：2024-005

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩沟通会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他
参与单位及人员	花旗金融、瀚亚资管、安联投资、碧云资本、Point72、兴业证券、东方红资管、中庚基金、华泰证券资管、广发资管、永赢基金、湘财基金、光大保德信基金、建信基金、招商理财、长信基金、长城基金、嘉实基金等分析师及投资者
时间	2024年6月26日-2024年7月3日
地点、方式	现场交流
上市公司接待人员	董事会秘书张梦珣女士、投资者关系谢晨先生、投资者关系陆锴馨女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、请展望此项收购完成后，公司血塞通系列产品未来的市场发展空间？如何做好血塞通系列产品的顶层设计？</p> <p>答：中国人口老龄化程度不断加深，中老年慢病群体基数大且将保持高速增长趋势，慢病防控形势渐趋严峻。在病程长、发病率高、治疗效果不理想的慢性病防治中，中医药可以延缓病情进展、减轻患者症状。目前，心脑血管类慢病的中成药市场中，口服血塞通产品具有较大的潜在市场拓展空间。收购完成后，公司将以昆药“络泰”血塞通系列和华润圣火“理洩王”血塞通软胶囊为基础，重点聚焦三七产业链，致力于慢病管理和老龄健康领域，进一步深挖三七产业链的学术价值，通过提供防、治、康、养一体化解决方案以满足银发群体在慢病管理方面更专业化、多层次的需求。未来，公司将依托昆药“络泰”和华润圣火“理洩王”血塞通软胶囊不同的优势禀赋和产品特征，采取差异化的市场定位、渠道定位及市场策略，共同打造 777 品牌，建立“三七就是 777”的品牌联想、强化消费者认知，多维度提升品牌价值，同时昆药络泰血塞通其他剂型产品（包括昆</p>

药“络泰”血塞通片、血塞通滴丸及血塞通颗粒）亦将协同血塞通软胶囊产品进行渠道布局及终端开发，共同做大做强三七品类市场。

2.血塞通系列产品最新的集采进展如何？相关产品 2024 年度预计的销售情况？

答：公司充分发挥昆药血塞通多剂型、多品规的组合优势，在积极参与国家、省际联盟药品集采、紧抓中标窗口期扩大市场份额的同时，拓渠道与稳基层双管齐下、强品牌与强学术持续赋能，不断提升公司三七产品集群的市场占有率、渠道渗透率和品牌知名度。2023 年，注射用血塞通（冻干）在上海市中成药带量采购中中标、血塞通片在上海市、浙江省中成药带量采购中中标；2024 年，注射用血塞通（冻干）在京津冀“3+N”联盟药品集中采购中中标，为产品在上述区域内销售实现量的突破奠定基础。

未来，公司将结合不同产品市场准入条件变化，主动做好集采应对策略，确保公司核心产品在集采常态化下，稳住基本盘；并通过快速应变、合理布局实现突围，做好市场新增长。同时，积极构建昆药商道，强化终端管控、提升渠道效率；持续拓展基层和诊所渠道，加强处方药下沉能力，全面提升渠道覆盖能力。

3.三七产业链未来有哪些大品种可以进一步挖掘？

答：在三七产业链方面，公司将围绕“健康老龄化”需求，聚焦慢性病及老年相关性疾病领域，充分发挥血塞通口服系列多剂型、多品规的组合优势，结合“学术赋能+品牌打造”，在院内加强以 RCT 临床研究基础为核心的学术建设和在院外加大“777”品牌的推广力度、构建“三七就是 777”的品牌认知；持续做好消费者沟通工作，加强消费者对于血塞通软胶囊有效成分三七总皂苷的认知，重点打造血塞通软胶囊等黄金单品。同时，不断提升公司三七产品集群的市场占有率、渠道渗透率和品牌知名度，并将三七应用延伸在口腔护理、美容护肤等大健康领域。

4.未来“777”品牌将如何打造？

答：“777”品牌将传承华润三九“关爱大众健康”、昆药集团“大药厚德，痼疾在抱”的“利他”价值观，在“人口老龄化”“慢病年轻化”的趋势下，立足三七产业链，打造品牌护城河，这是推动三七产业链高质量发展的新探索、新实践。“777”品牌将以昆药集团三七系列口服产品为基础，在院内加强以 RCT 临床研究基础为核心的学术建设和在院外加大“777”品牌的推广力度、构建“三七就是 777”的品牌认知；持续做好消费者沟通工作，加强消费者对于血塞通软胶囊有效成分三七总皂苷的认知，将“777 理洩王”、“777 络泰”血塞通软胶囊打造成为心脑血管防治最佳天然用药。未来，以血塞通口服系列产品起步的“777”品牌，将逐步拓展到健康管理、疾病预防、严肃治疗及病后康复等全系列产品线，带动云南道地药材三七走出国门、助推中医药文化国际传播。

5、“昆中药 1381”事业部的未来的业务增长逻辑？

答：“昆中药 1381”事业部承载着“全球最古老制药企业”的丰富历史底蕴，借助六百多年老字号品牌价值和昆药商道优势，推动实现打造“精品国药领先者”的目标。未来，公司将围绕国家关于中医药发展的政策导向，建立适应新时代要求的业务体系，并尝试通过持续的传承与创新，旨在为患者和消费者提供更加精准、有效的中药健康管理解决方案；并借助华润三九在三九商道、品牌打造等方面的经验及优势赋能公司，共同将“昆中药 1381”打造成为有市场影响力的精品国药品牌。

6、昆中药品牌打造的计划？

答：公司将重点围绕“昆中药 1381”的企业品牌、聚焦昆中药参苓健脾胃颗粒、舒肝颗粒等核心大单品，通过全方位、多维度、高频次的广告投放强势出击，以大流量、大声势、大布局增加品牌曝光率、驱动品牌跃级发展；并通过强化市场营销与品牌声量的紧密结合，多渠道齐头并进，加快实现终端转化、快速提升渠道覆盖。同时，借助华润三九在销售渠道、品牌打造等方面的经验及优势赋能公司，共同将“昆中药 1381”打造成为全国有影响力的精品国药品牌。

7、华润三九收购昆药集团之后业务条线的变化？

答：渠道方面，公司在借助三九商道的基础之上，进一步整合商业渠道、优化原有商业模式，持续构建“合理覆盖、快速流通、有效销售”的昆药销售渠道，完成全国范围内的零售、医疗体系昆药销售渠道整合建设，实现从多级渠道到聚焦重点主流客户重点管控。业务方面，公司启动营销组织变革项目，成立“KPC1951、昆中药 1381、777”三大核心事业部，明确公司未来发展着力点，打造营销高绩效团队，推动公司实现精品国药传承、三七标杆打造、老年健康产业深耕的业务落地，为公司实现蓬勃高质量发展奠基立业。管理方面，华润三九以丰富的战略和管理经验，持续赋能提升公司运营管理水平；通过数智化建设，以智提质、以数提速，将数据中台与业务中台打造成为支撑公司实现数字化转型的重要平台，持续提升公司精细化管理能力。

8、公司终端库存情况如何？

答：公司与华润三九持续推进渠道整合，通过终端的推动工作以实现产品良好的动销情况。公司今年制定了更加精细化的销售目标，从公司销量、终端销售等指标上做进一步的要求；同时，管控终端库存维持在相对合理水平，并保障供货稳定和满足市场需求，目前渠道库存整体保持良性状态。

9、公司未来的净利率提升趋势？

答：华润三九收购昆药集团后，通过不断推进降本增效，加强费用管控，提升管理能效，公司整体净利率水平有所提升。未来，公司将持续借助华润三九在商道布局及品牌打造方面的优势，拓展销售渠道、提升覆盖率；打造品牌影响力、提升产品溢价能力；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，力争不断提升公司净利率水平。

10、公司是否会有新的激励计划？

答：建立健全长效激励机制是增强企业持续发展动力、保障公司实现战略规划的重要举措。目前公司仍处在与华润三九的融合和自身重塑发展的过程中。新的激励计划公司将结合发展战略、业务规划、人才战略、市

	场情况等因素综合考虑，如有后续新的激励计划，公司将严格按照有关法律法规的规定及时履行信息披露义务。
附件清单 (如有)	无