

津药达仁堂集团股份有限公司
投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
活动主题	“了解我的上市公司——走进达仁堂”
活动时间	2024年9月19日 14:30—17:00
活动地点	津药达仁堂集团股份有限公司第六中药厂
公司接待人员	董事、总经理：王磊， 董事、副总经理：周鸿， 首席财务官：马健， 董事会秘书：焦艳
参与单位	渤海证券及个人投资者， 中国证券报， 上海证券报， 证券时报， 证券日报， 投服中心， 天津证监局， 天津上市公司协会， 天津证券业协会
投资者关系活动主要内容介绍	
<p>活动一、生产基地调研</p> <p>陪同与会人员调研第六中药厂车间参观走廊和滴丸智能制造基地。</p> <p>活动二、企业展室参观</p> <p>介绍达仁堂及第六中药厂产品和企业发展历程，体验搓蜜丸，裹金衣，打金戳等传统工艺。</p> <p>活动三、互动交流</p>	
问答内容	
<p>问题 1.达仁堂近年来持续分红，请您具体介绍下相关情况？</p> <p>答：非常感谢您的提问。从 2001 年达仁堂集团在上交所上市至今，公司累计实现了净利润 85 亿元，累计分红 41 亿左右，平均分红率达到了 48%。</p> <p>2022 年和 2023 年两个年度，我们更是加大了分红比例，基本上是按照百分之百的盈利进行了分配。这种高比例和高额度的现金分红，一方面是在我们盈利持续提升的同时，强化对股东的回报，让我们的投资者和公司共享经营成果，也是我们响应证监会关于鼓励上市公司现金分红的倡导。再有一方面，从我们半年报可以看到，我们目前的现金持有量还是比较充裕，高比例的现金分红不会对我们达仁堂的日常经营产生任何影响。另外即使我们未来如有投资安排，那么以达仁堂目前在金融机构的信用资质和等级来看，也是可以比较轻松的低成本获得融资，反而会更加提高我们的净资产收益率水平。</p>	

未来达仁堂集团也会根据公司的盈利情况，在做好我们资本开支规划的情况下，尽可能的以现金的方式给予股东更多的回报谢谢。

问题 2.请领导介绍一下“三核九翼”战略所涉大产品规划情况？

答：感谢您的提问，我们达仁堂有着丰富的产品资源，有 599 个文号，122 个独家，涵盖 14 大品类，为满足消费者全生命周期的健康管理需求提供产品和服务。针对这么众多的品种，我们 2022 年推出了“三核九翼”产品矩阵战略。以速效救心丸为例，我们 2022 年就推出了“中国心·健康行”的行动，以速效救心丸、通脉养心丸、参附强心丸、舒脑欣滴丸“四心”为切入点开展了百城万家的公益性讲座，邀请心血管专家，在 28 个省市将近 800 个连锁开展了 8000 余场的健康养生讲座，惠及了 10 万余广大消费者。2023 年我们提出了慢病管理“心”赋能计划，这都是我们扎扎实实做的一些工作。2024 年我们继续深化“中国心·健康行”活动。主题是“人人健康，‘救’在身边”，今年我们会在 7 省 9 市连锁逐步建立 5000 个公益救助站，在会前我们同事在淄博也是启动了山东整体的公益救助站活动，通过这个项目我们也会在药店训练 1 万名救助员来满足我们消费者对于急救知识的了解需求，包括在急救状态下，我们怎么样采取急救的措施，我们的速效救心丸如何能够在最快的时间来服务我们的消费者。

包括清咽滴丸，我们也是发布了《中国咽喉健康白皮书》，在刚刚过去的教师节，我们开展了全国 20 个城市的系列活动，所以我们是通过广大的中医药文化的传播，包括一些健康活动来推动我们整体“三核九翼”战略的实施。

问题 3.关于营销平台的整合，去年公司把这几个销售平台做了重新的梳理，今年这几个平台的运行情况有没有达到过咱们整合的预期？

答：感谢您的提问，对于我们达仁堂集团来讲，我们在改革的过程中是去行政化，从以管理为中心向以经营为中心转变。2022 年我们成立了药材资源中心、智能制造中心，工业营销中心等几大中心，来共同满足我们市场和消费者的需求。您说的营销平台的整合就是我们工业营销实体化的一个非常重要的举措，30 年的历史上是各个平台之间来做营销，这次整合对我们是非常大的一次变革，所以我们也是非常慎重，几经研究。思路是我们原来销售 1.0 的时候出厂就是销售了。2.0 的时代就是推拉结合，通过渠道覆盖，再有终端拉动的过程。我们也是在 2.0 的过程中，从产品、终端、地区、模式、消费者开启全渠道覆盖。未来我们会走向 3.0，就是以消费者为中心来构建我们整体的达仁堂营销体系。

这次 2.0 的架构在今年正逐步落地，我们的架构有三个突出特点：突出了营销引领，突出了专业化运营，突出了渠道下沉。营销引领方面，达仁堂集团本部也是进一步的赋能健康科技（营销平台），有更专业化的指导，进一步的贴近市场，从行政端向经营端转变。在专业端，架构按照专业化分工，设置了医疗事业部、零售事业部，创新事业部，来使我们的渠道运营更加专业化。第三，突出渠道下沉，我们在医疗事业部下设了 5 个大区，零售事业部下设了 9 个大区，然后我们的大区又实行了分公司制，让我们的业务单元能够下沉到城市，我们主要的举措有一个“626”工程，在 6000 多家连锁中，速效救心丸覆盖比较好的有 2000 家，在这里面我们又优选出来 626 个连锁，626 家连锁一共有 18 万家药店。过往我们的覆盖特别是在南方还是非常不足，我们就先从覆盖做起，我们将建立 600 人的推广团队，然后每个人负责 100 家，这就是 6 万家店。那么 18 万家我们就力争用三年的时间来实现我们 10 个重点品种的全

覆盖。我们速效救心丸覆盖的最广泛，其他的品种可能到南方大家还看不到，所以我们整体目标是终端要看得得到，消费者要买得到，然后这些产品带着我们达仁堂的品牌由华北走向全国，乃至未来我们出海走向世界，谢谢。

问题 4.当前，发展新质生产力已成为医药行业的发展共识。达仁堂作为现代创新中药的领跑者之一，请问公司是如何实现产品的高品质和持续上新？

答：2023 年 9 月习近平总书记在黑龙江考察调研期间首次提“新质生产力”。公司坚持从“创新”、“绿色”、“高质量”三个维度打造达仁堂新质生产力。

2024 年 9 月，公司拳头产品速效救心丸入选天津市的新质生产力培育项目，项目规划未来三年投入 4000 余万元，由张伯礼院士牵头，集团与现代中医药海河实验室、天津市胸科医院等承担单位共同推动。项目共包括 4 方面内容：第一方面是建立先进滴丸智能制造生产线，也将是天津市乃至全国的一个示范生产线。第二是全面优化速效救心丸生产工艺。第三方面是对速效救心丸的疗效和作用机制进行进一步的研究。第四方面是对速效救心丸的临床研究继续深化。

同时，公司坚持“以质强品，以品强企，以企强国”，不断完善“GAP,GEP,GMP,GSP,GLP,GCP,GVP,GMP”全程质量控制体系建设,打造“集团-所属企业-车间班组”达仁堂三级质量体系。今年 4 月我们完成了黄连、厚朴“三无一全”基地认证，5 月完成了川芎基地 GAP 检查，我们正积极争创全国口服中药制剂第一家中药材符合 GAP 要求及全程质量追溯的药品生产企业。在国际市场开发方面，我们通过澳大利亚的 TGA 认证，今年 8 月，我们刚刚完成了 18 个品种的哈拉认证，目前我们正在进行日本 PMDA 认证，以促进国际市场开发。谢谢大家。

问题 5.作为最早涉足海外市场的国内中药企业之一，目前达仁堂的全球化步伐如何？下一步将有哪些发展重点值得期待？

答：感谢您的提问，集团以“长城牌”商标行销全球，历经 70 多年将产品行销至亚洲、美洲、欧洲、澳大利亚与非洲等 20 多个国家与地区，2023 年海外市场营业收入突破人民币 4000 万元，其中，长城清心丸、紫龙金片、参茸补血丸、安宫牛黄丸、参马补肾丸、杞菊地黄丸 6 个品种销售过百万。

2022 年 8 月，公司成立津药达仁堂集团新加坡发展有限公司和津药达仁堂集团香港发展有限公司，并于今年制定了《达仁堂海外拓展规划》。海外业务发展以“保存量 扩增量”为原则，采用“经销与直营并行”策略，针对现有经销渠道进行深度巩固，并积极拓展医疗与零售渠道以拓宽市场覆盖面。

重点工作包括四个方向：首先，海外子公司设置与产品注册先行，规划从新加坡开始，逐步于香港、澳门等 14 个主要市场设立子公司，以属地化思维深耕经营，加强渠道与品牌建设；按照规划，新加坡 65 个中成药品种先行注册，预计于今年第四季度开始陆续取得注册证，同时也筛选了 18 个主力品种进行哈拉认证，以满足伊斯兰市场需求。其他海外市场品种筛选以新加坡选定的 65 个品种为依据调整。第二是速效救心丸与清宫寿桃丸为拳头产品引领发展，持续扩充产品矩阵。第三是投入数字化建设，赋能终端连锁；最后是中医学术推广，提升达仁堂中成药在全球中医市场的地位，并持续探索产品的创新应用与可发展路径。

问题 6.今年以来，中药原辅材料价格的波动，导致相关公司的利润率受到

影响，公司有哪些措施应对未来可能出现的大幅原辅材料价格波动的冲击。

答：关于中药材价格的波动，在过去有一个规律性，基本三年一个小周期，2019 年以前中药材综合指数一直维持在 2000 点到 2800 点左右箱体震动，中轴线在 2400 点，到 2019 年以后价格持续上涨，未见周期性回落，尤其 2023 年开始进入新的高位周期，维持在 3200 点位以上，今年上半年仍在高位震荡，公司成本端受到一定影响。

公司将原料管理纳入战略高度，成立了供应链委员会，持续重点跟踪和分析用量及价格较高的 TOP20 药材品种的价格与形势。体现在三个方面：对有核心需求中药材增加上游 GAP 药材基地种植合作，加大源头采购，减少交易成本。第二个方面是对战略高度的核心品种，我们主要是通过强化储存，增加储备来相对磨平波动影响。第三个方面是波动特别大的品种，强化跟踪及时性，在低位时候及时买进，少批量及时买进，高位暂停。

同时在卓越制造，精益生产方面，公司持续开展剂型转移，优化产品布局，不断提高 OEE 设备综合效率，能源单耗等指标，2024 年，集团将通过 124 个精益降本项目来持续控制成本，提高品质，从这方面来提升成本控制水平，提升经营生产管控水平。谢谢大家。

问题 7.公司提质增效回报行动方案有哪些实施节奏？

答：一、聚焦核心工业，聚力核心主业，做强主业是提质增效的根本也是回报股东的基石，达仁堂是一个以中药工业为特色的全产业链集团。包括前面介绍的部分内容，公司将协同推进品牌聚焦战略，科研引领战略，质量强企战略，健康中国战略，数字赋能战略五大战略。从上半年来讲，我们核心业务的盈利能力还是有提升。

第二方面，更加关注股东分红回报，前面我们进行了介绍，我们达仁堂会认认真真把主业做好以后，按照我们整体分红规划，尽可能现金分红回报我们的股东。

第三是加强和投资者的沟通，来提升我们公司的透明度。每一次股东大会我们都非常重视，特别是我们在产业园举办的 2023 年度股东大会得到了很多股东和投资者的认可。接下来我们会利用不同的平台，利用不同形式的活动来更多地把我们的工作情况，我们的一些收获，取得的一些成绩，向各位股东和投资者报告，今天也是非常好的机会，也感谢投服中心给我们提供这么好的平台，我们产业园很多，这次是我们走进了滴丸产业基地，也希望下次我们一起到我们的现代中药产业园去调研参观，我们的博物馆项目预计在年底建成，也希望广大的投资者和股东给予我们更多的关注，开馆之后也欢迎大家到达仁堂莅临指导，谢谢。

风险提示

本次投资者关系活动如涉及对行业的预测、公司发展战略规划等相关内容，不能视作公司或管理层对行业及公司发展或业绩的保证，公司将根据相关要求及时履行相关信息披露义务，敬请广大投资者注意投资风险。