# 证券代码：600771 证券简称：广誉远

**广誉远中药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** | 特定对象调研 分析师会议  媒体采访 业绩说明会  新闻发布会 路演活动  现场参观  其他（请文字说明其他活动内容） |
| **参与单位名称**  **及人员姓名** | 线上参与公司2024年第三季度报告业绩说明会的投资者 |
| **时间** | 2024年11月25日15:00-16:00 |
| **地点** | 价值在线（https://www.ir-online.cn/）网络互动 |
| **上市公司**  **接待人员姓名** | 董事长李晓军  独立董事李先荣  副总裁、财务总监王俊波  副总裁、董事会秘书唐云  副总裁任岩  证券事务代表乔莉 |
| **投资者关系活动**  **主要内容介绍** | 公司对投资者在本次说明会中提出的问题进行了重复合并整理，相关问答情况如下：  **1.贵公司龟龄集和加味龟龄集酒是国宝名药，古代得帝王独宠，近代获开国元勋厚爱。参阅公司多年药品说明书等历史资料梳理出部分功能主治，功能:强脑固肾，强壮机能，延年益寿。适应范围:气虚血亏，健忘失眠，食欲不振，面黄肌瘦，神经衰弱，未老先衰，腰酸背痛，心脏衰弱，机能减退，四肢厥冷，阴虚阳弱，小便频数，真元亏损，宫冷腹痛，产后诸虚等等。适应病症:腰酸腿疼、骨质疏松、腰间盘突出、促进断骨愈合、脊髓灰质炎；鼻炎、慢性咽喉炎、痛风、风湿病、痔疮、头昏头痛；肠胃不好、怕冷、腿寒、四肢冰冷；高血压、高血脂、心脏衰弱、动脉硬化；发早白、秃顶；尿频尿急、夜尿多；不孕不育、强身补肾、宫冷腹痛、前列腺钙化；失眠、健忘、易疲劳、神经衰弱、用脑过度、身体虚损、熬夜多、抵抗力下降、记忆力下降等等等等。**  **龟龄集古法炮制更使其强质增效并具备保健调理诸病之用，一个药能有如此多功效，真是古人留下的瑰宝。对一个病人，对症一项或多项主治功能+多种其他方面高附加值保健调理，即1+N增值效用，一种药搞定真是超值！何怕病人不买单。公司将如何接地气营销和一线销售？**  答:您好，公司龟龄集产品是国药准字号产品，其功能主治为“强肾补脑，固肾补气，增进食欲”，其组方、炮制工艺、广泛的适应症较好地体现了祖国中医药文化的博大精深，成为展现中医治本理念的卓越典范，传承百年，始终能够为人民健康提供服务。作为药品推广宣传需遵照说明书，并严格遵守国家对药品管理的相关法律法规及规范性要求，公司会在合法合规的前提下，不断改进品牌推广工作质量，做好品牌宣传和产品推广工作。主要从以下几个方面开展：  1、持续从基础实验到临床试验积累大量的证据，已累计发表16篇权威SCI，研究表明龟龄集可改善老年痴呆患者的认知障碍，保护中枢神经系统，延缓神经元衰老，改善记忆功能减退，对提高免疫力、改善生殖健康、保护肝脏等有一定的积极作用。  2、重点方向集中在针对由脾肾阳虚引起的中老年人群虚弱症状领域，在改善认知、增强记忆、延缓衰老、延缓疾病进程（治未病）等老年人非常关注的几个方面，进行医学教育和患者科普。在产品策略方面，根据说明书功能主治和相关适用要求在主要的领域推广适用，依托《皇帝内经》中关于生命周期的精辟见解——“女子七七，男子八八”——以及基于九种体质的辨识技术，专注于产品学术化推广，精确地定位并服务我们的目标消费群体。  3、持续加强“品牌建设”，提高客户认同感，实现销售良性循环。如通过和连锁药店开展战略合作、加强会员维护、第三方合作、新模式探索、开展产品科普教育等方式，持续进行专业培训，旨在教育专业销售者和消费者以中医的思维模式来深入理解中成药的精髓。  **2.您好，公司定坤丹集八大名方，女性全生命周期唯一必备，国家保密良品，放眼全国乃至世界没有之一，多重功效，多向靶点，生理调理、备孕优生、产后修复，更年期舒郁养颜，全生命周期调理养护治愈身心，全国月子中心，妇幼保健院，那么多美容院，还有不计其数的公立私立医院，营销不该是以100亿为目标吗（全球100万女性年消费一万），公司都做了哪些详尽接地气的销售方案破局？路教授一行培训已指明方向，公司在破除观念、人才、知识匮乏的现状下将采取哪些落地有声的策略？股东是公司所有者，管理层及员工是公司经营者，希望公司注重股东回报，做好预期管理，股东是公司的股东也是公司的消费者。**  答:您好，广誉远定坤丹凭借其深厚的文化底蕴、明确的市场定位、积极的学术研究和良好的使用反馈，在治疗疾病和女性调理气血领域均展现出强大的竞争力和广阔的市场前景。公司注重品牌建设和文化传承，注重专业化的学术推广。  路老师的培训，为公司清晰地制定品牌战略和营销策略提供了较好的实践参考和方法论。公司结合定坤丹双跨产品的特点，从以下几个方面开展相关工作：  1、品牌推广方面，通过央视、央广、高铁、重大活动、重要专业会议的品牌露出，不断提升品牌的知名度和美誉度。  2、做好整体规划，持续加强科研创新，积极开拓新渠道，严控产品质量，提升服务品质，充分调动产、学、研资源优势，推动技术创新和进步、积极与现代医学接轨，构建品牌、产品、渠道统一的发展模型，拓展新的市场增量。  3、定坤丹主打“调经补气血”，围绕“气血健康”，具有通调补三效合一的功效特点，面对主要消费者，青春期、育龄女性和中老年女性，尤其是月经不调和不孕症患者，以综合调理、优生优育为重点，增加推广方向为生殖中心不孕症、中老年期妇女人群。  4、医学条线，在增强公立医疗机构合作的同时，大力关注私立医院、专科医院等。OTC条线，除做好医药零售药店、社区卫生服务站等传统渠道外，探索开展异业联盟，通过在月子中心等举办科普讲座来与药店实现销售转化。  5、推进公司培训体系和公司人才梯队建设，充分发挥内训师培训优势，为营销工作赋能。  6、结合渠道和消费的新动向，一方面，我们充分利用互联网和新媒体的力量，通过社交媒体平台、短视频平台以及在线健康社区等渠道，积极科普定坤丹的功效和优势。我们发布了一系列关于定坤丹的科普文章和视频，帮助消费者更好地了解这一产品。另一方面，注重提升客户体验，通过优化销售渠道、完善售后服务以及开展会员活动等方式，提高客户的满意度。  同时，公司也非常重视为股东提供优质的服务，为消费者提供优质的产品。感谢您的关注。  **3.请把我的第一个关于龟龄集和加味龟龄集酒的问题转李董事长回复谢谢。同时，请麻烦把公司每次投资者问答传全体公司员工阅以便统一思想，密切联系消费者、股东及市场。传承五百年的老字号，这不仅仅是一家公司，是历史重托和传承。请公司具体从龟龄集和定坤丹产品就销售人才、销售策略等方面如何上下一盘棋努力构建切实有效的营销体系提升销售业绩的？预计销售数据今后有望明显改善吗？**  答:您好，感谢您的建议，公司回复投资者的问答公司全体员工以及所有投资者都可以看到。龟龄集和定坤丹两款产品，对于公司品牌竞争力的价值彰显至关重要。关于销售人才和销售策略，公司目前的销售队伍相对稳定，也具有较好的产品知识和营销经验，公司将从明确目标、政策优化、简政放权、全面赋能、差异化激励考核等方面，围绕发展、增长、提效、增量、突破，全面梳理、优化现有体系、模式、政策和考核，以融入市场的经济思维抓经营、拓市场，优结构、提质效，不断在发展中解决问题，以更加奋发有为的状态推动经营工作不断向好向优发展。  **4.请问李董事长，贵公司总结下与东阿阿胶，片仔癀等公司在公司历史传承、公司质地、企业文化、市场营销、预期管理等公司治理方面的特色和差异？改进细化措施及追赶超越举措有哪些？**  答:您好，公司与东阿阿胶、片仔癀主要产品不同，企业文化也体现了不同的特点与定位。加强向优秀的公司学习、交流、借鉴一直是公司重视的事项。公司将始终坚持全产业链打造高品质中药的战略方向不动摇，聚焦核心产品，传承古法炮制工艺，用高品质的产品服务更多的社会需求，做好品牌中药的传承与发展。  公司的核心主业是中药产品及保健酒的生产与销售，近500年无断代传承的发展历史，龟龄集、定坤丹、安宫牛黄丸、牛黄清心丸四大核心产品的突出优势，其中龟龄集被誉为“中医药的活化石”，公司的历史传承和品牌质地独具亮点。  公司治理方面，目前正在稳步推进高质量发展战略，积极应对各种困难挑战，扎实推进营销改革，包括持续不断进行模式优化和服务提升；  在品牌宣传策略上，我们坚持高举高打，全面深刻讲好广誉远故事。一方面，我们加强与主流媒体的合作，通过与央视国际频道的战略合作，聚焦品牌历史文化的推广，提升品牌影响力；另一方面，我们与央广传媒携手，共同就广誉远近500年的历史进行重构和讲述，以“广誉远500年，‘一丹一丸一杯酒’”等主题，推广品牌历史文化与核心产品，并借助央广传媒融媒体优势，实现宣传上的多渠道并进和全方位覆盖，深化品牌口碑，打造多品类爆款。  市场营销方面，公司精准定位目标消费群体，深入分析他们的需求，积极推动产品向专业化服务载体转变，通过提供个性化、多元化的健康解决方案，满足消费者的健康需求，以增强品牌的吸引力，达到市场份额和品牌知名度双提升；同时继续深挖产品价值，开展产、学、研协同深度合作研究，培育产品长期竞争力；加强科研与销售的紧密结合，使广誉远产品的独特优势焕发光彩；持续加强人才队伍建设，不断提升广誉远的团队战斗力；改进和细化营销措施，推行一系列内部培训项目，旨在提升员工的专业技能和服务水平。  预期管理方面，我们始终致力于将中医药文化历史的智慧与发展创新精神相结合，旨在制造满足现代消费者需求的高品质产品，确保我们的产品在质量与竞争力上始终处于行业前沿。同时，公司构建了健全的内部沟通机制和风险评估体系，以保证公司决策的透明度和前瞻性。  在企业文化建设上，我们推崇开放、包容、创新的价值观，激励员工积极贡献新思维，以推动公司的持续进步。  在追赶和超越的道路上，我们正不断加大研发投入，积极开展内部变革，并与行业内外的领先企业深入交流探讨，共同促进整个行业的健康可持续发展。  **5.李董事长你好，原董事长杨波任职期间龟酒重塑，杨董作为酒类专家，行业精英，请贵公司阐述其在龟酒重塑方面具体有哪些开创性工作和智力成果？对公司远字牌龟龄集酒和加味龟龄集酒在包装、品质、口感、观感提升等方面以及后期市场的推广和效果将起到的作用详细说明。谢谢！**  答:您好，感谢您的关注。龟酒重塑是公司2022年制定的产品战略之一，目前酒类产品的运营已由事业部制改为公司制，以更专业化和精细化的营销管理，统筹管理公司酒类产品从采购、生产到销售的全业务流程，主要开展的工作包括包装设计改造，以统一品牌形象和辨识度；开展基酒品质升级设计，以提升品质和口感；开展规范统一产品技术标准，以精准确定药材标准、基酒酒体标准、成品技术标准和品规分级管理；重新确立产品矩阵，梳理产品价格体系及消费阶层定位，以开展精细化市场布局。  **6.网传上半年安宫销售量远远落后于同行，同时看到三季度报告营收降低，请问李董今年整体销售情况如何？销售情况不理想跟高管基本都是会计有关系吗？总裁和营销副总裁招聘何时到位？金字招牌需要伯乐！金字招牌需要专业总裁和营销副总裁！**  答:您好，公司三季报财务数据已公告，今年整体情况待年度结束后，定期报告会公告。医药市场销售情况，受行业政策、企业营销政策、市场需求、经济大环境等综合因素影响。公司高级管理人员选聘，需经董事会履行聘任程序后公告。感谢您的关注。  **7.请问李董，公司三季度销售业绩下滑，销售费用增加，请问原因是什么？另外李董认为公司销售业绩始终不能大幅突破增加的原因是什么？看来杨波总告诫股民“长期主义”是对的。鞠董在任广誉远股价到了54.04，杨总在任股价到了44，李董在任股价到了15.86，请管理层认真反思绝不能“喊口号”和“流于形式”，金字招牌不能擦亮，如果管理层不能使公司改变，那就请管理层自己改变比如全部辞职。**  答:您好，感谢您的提问，公司三季度营业收入同比下降15.52%，销售费用率增加，综合使得三季度业绩下滑，原因主要为市场动销总量下降，产品政策和收入结构变化及公司加大品牌宣传投入所致。另外股价受经济环境、国家政策、市场情绪、企业质地等多种因素影响，公司将致力于聚焦主业，提升经营效率和盈利能力，提升公司投资价值，感谢您的关注。  **8.国资入主公司以来，为何在销售端迟迟不发力，南方城市除掉省会，很多城市根本就看不懂公司的产品，如何做大做强，下一步公司有何打算，特别是与路教授合作后，会在哪些产品重点发力，快速提高销售额？另外，公司在资本市场动作缓慢，除了之前回购有无其他动作，毕竟这么多会计出身的总裁。**  答:您好，公司目前聚焦主责主业，围绕四大核心产品营销突破开展各项工作，以改善经营质量，增强可持续发展的内生动力为基础，通过5大高品质关键行动，从药材、生产、营销、科研、数智化升级方面保障4大核心单品的价值提升，努力成为具有一流中医药产品力、品牌力、组织力和创新力的旗舰企业之一。近期，公司围绕提质增效谋发展，开展了一系列内部变革调整，主要举措包括：把“增长”作为首要任务，提升经营能力；把“营销”作为关键所在，优化销售政策；把“效率”作为重要支撑，推行简政放权；把“考核”作为根本保证，强化管理赋能；保持战略定力，树立底线思维，以融入市场的经济思维抓经营、拓市场、优结构、提质效，不断在发展中解决问题。关于其他需要以公告形式回复的事项，请关注公开披露的信息。  **9.请问李董事长：12024年前三季度营业收入下降的原因？2未来将采取哪些措施，实现公司收入的稳定可持续增长？谢谢！**  答:您好，2024年前三季度营业收入较上年同期下降7.93%，主要影响因素为市场增量需求不足，行业竞争压力加剧，公司产品政策调整和收入结构变化所致。公司将紧密结合内外部环境、市场竞争格局、公司发展规划、企业实际情况和产品特点，充分统筹，制定切实可行的市场规划和营销方案，提升经营业绩，提高公司经营水平和发展质量，感谢您的关注。  **10.李董事长您好，您任职以来，为广誉远破除旧疾开创新局作出突出贡献，实为广誉远焕发新生的功臣。尽管龟龄集、定坤丹、安宫牛黄丸、牛黄清心丸、加味龟龄集酒工艺考究，疗效确切，然后知道了解使用的人群很少，请李董事长再接再厉以产品和消费者为导向，深研产品，深入市场，实现东盛欠款回收，销售规模稳步增长，强效强力破除营销短板，让小广真正脱胎换骨。为实现以上目标，公司将从哪些方面如何周密计划和制定时间表？**  答:您好，感谢您的关注与认可。公司目前聚焦主责主业，围绕四大核心产品营销突破开展各项工作，以改善经营质量，增强可持续发展的内生动力为基础，通过5大高品质关键行动，从药材、生产、营销、科研、数智化升级方面保障4大核心单品的价值提升，努力成为具有一流中医药产品力、品牌力、组织力和创新力的旗舰企业之一。近期，公司围绕提质增效谋发展，开展了一系列内部变革调整，主要举措包括：把“增长”作为首要任务，提升经营能力；把“营销”作为关键所在，优化销售政策；把“效率”作为重要支撑，推行简政放权；把“考核”作为根本保证，强化管理赋能；保持战略定力，树立底线思维，以融入市场的经济思维抓经营、拓市场、优结构、提质效，不断在发展中解决问题。再次感谢您的关注。  **11.李董事长您好，广誉远安宫牛黄丸双天然道地药材，无渣工艺，疗效显著，加上古法炮制，质量远远超越市场一众竞品，更适合救危救急，节气保健。销售却没有与质量匹配。虽是药品不能直接宣传，但可以采取讲故事的形式，讲这个药的独特工艺，方剂配伍，讲安宫牛黄丸的使用故事，对标目前市场份额最大的那家，他们卖到哪里哪些人群，你才能知道去哪里深入一线深入市场深入社区深度拓展，要讲解好这个产品，消费者了解信任了你的安宫鼻祖地位，和顶级品质，最终肯定会选择。说到底还是公司员工尤其销售管理层及一线销售人员还有店员对产品没有深刻认知。公司将如何宏大魄力提升安宫牛黄丸市场份额？**  答:您好，首先感谢您对公司产品的深入了解，该产品一直有着“救急症于危时，挽垂危于顷刻”的美誉。公司的安宫牛黄丸整个炮制过程传统而又独特的制作技艺（入口即化的去渣工艺，水飞和吸附去毒工艺），均使得广誉远安宫牛黄丸口感细腻，易溶无渣，该制作技艺获得了国家级非物质文化遗产荣誉。关于产品市场份额的提升，安宫牛黄丸是公司具备品质竞争力的产品之一，公司会严格按照产品特点，遵守相关法律法规之规定，规范组织各项推广工作的开展。着重强调品质，采用产品+服务+教育的综合营销模式：通过举办健康讲座、发布科普文章及短视频，普及安宫牛黄丸及心脑血管疾病的相关知识，提高消费者对心脑血管疾病预防和治疗的认识。定期举办心脑血管疾病相关的健康讲座，邀请医学专家进行讲解，提高产品知名度。与医疗机构和社区组织等建立合作关系，共同推广产品和健康理念。加强终端渠道拓展，提高市场覆盖率，稳步提升公司安宫牛黄丸的市场份额。  **12.李董事长您好，目前公司一线销售团队对龟龄集、定坤丹、安宫牛黄丸、牛黄清心丸、加味龟龄集酒有没有值得总结推广的销售经验？有没有倾听归集雪球及股东们的心声和对产品发表的深刻见解和宣传建议，此类内容高层有无过目并汲取良好经验？对产品和市场的深刻认知有没有总结归纳？今后将如何去推广产品，实现业绩为王的承诺？**  答:回复：您好，投资者在雪球上的发言，公司一直保持高度关注。公司将不断优化资源配置，提升经营质量，持续推进建立以市场和消费需求为导向的营销体系，强化服务提升。感谢您的关注，同时也感谢广大股东一路陪伴，关心支持，献计献策，共谋发展。  **13.李董事长您好，龟龄集如前述诸多功能中，其中补肾强脑、夜尿频多、前列腺保健、熬夜频繁、过度疲劳、体力衰弱、不孕不育等等对应的不同需求群体加起来就很大，公司有没有分解到每个群体去深入市场建立消费者联系，挖掘消费群体，深入太原及全国各个小区提供养老保健医养服务促进以医带药？有无计划深入全国老干部休养所、老年大学、老年社区、养老院等等去扩大产品知晓度和美誉度，去做活广告？以后推广计划是什么样？**  答:您好，感谢您的建议和反馈，公司会重点关注，并且这些领域已开始推进相关工作。龟龄集作为公司核心产品，目前的主要推广方向在中老年人群虚弱症状领域，已经有了一定的突破。未来公司将结合现代医学研究，不断深化对龟龄集作用机理的认识，提升产品的科学价值和临床应用证据。同时，采取创新营销策略，如文化挖掘、数智化建设、创新营销和资源协同等，以提高品牌影响力和市场竞争力，通过加强与社区医院、老年大学、康养机构等目标客户群体活动领域的协作，将产品的学术优势转化为市场优势，驱动产品销量增长。  **14.李董事长您好，请公司就总裁招聘节点，大股东增加控股比例，避免外资收购问题等投资者关心问题进行说明以增强股东和市场信心？**  答:您好，您所提及的事项均在信息披露范围内，目前公司无应披未披事项。感谢您的关注。  **15.李董事长您好，同为上市公司达仁堂有明确的销售目标且可以非常自信地表达出来，贵公司未来三年规划中营业收入目标是多少？将制定怎样严谨前瞻的销售计划和落地措施？**  答:您好，感谢您的关注，目前公司经营一切正常，各项工作均在有序推进中，若涉及应依法依规披露的事项，公司会及时履行信息披露义务。  **16.请问李董，您本人或安排专人关注雪球、股吧等股民留言和讨论呢？**  答:您好，投资者在雪球上的发言，公司一直保持高度关注。  **17.（1）公司总裁以及营销副总裁，己空缺很长时间！且公司营收业绩也出现明显下滑！且公司季度经营净现金流，又一次转负！经营指标也在恶化！公司对领导层配制，又何规划？对公司战略规划，有没有数字指引？（2）公司对东盛诉讼也己近半年了，没有没进展？没有进展原因，是什么？（3）公司龟龄集产品，迟迟不能放量！后来竞品八子补肾胶囊，己放量至10亿！片仔的安宫仅仅一年多，就己经反超贵公司！其同仁堂也涉及养生酒领域！对于竞争中不利局面，公司有没有总结其原因？有没有制定追赶措施？（4）广誉远，是中药宝藏！山西省举全省之力，加持广誉远，己三年有余！其成效差强人意，并且在中药竞争大环境下，有下滑之势，并且己经很明显！希望管理层并同国资委，能否站在振兴中华中药及传统文化，大势大局角度下，在全国范围内，寻求战略合作，合作共赢，共同振兴广誉远！别在试错的过程中，加大机会成夲，错失机遇，造成不可挽回的损失？**  答:您好，公司高级管理人员，需经董事会履行聘任程序后公告。重大诉讼事项如有重大进展情况，公司将按照相关规定履行信息披露义务，相关事项请关注公司公告。  公司对行业市场竞争保持高度关注，公司将结合自身优劣势和产品特点，制定公司相关规划、目标、策略，积极寻求发展突破和营销增长，以融入市场的经济思维抓经营、拓市场、优结构、提质效，不断在发展中解决问题，以更加奋发有为的状态推动经营工作不断向好向优发展。  **18.李董事长您好，股东时刻在关注着公司营销，为公司业绩突破操碎了心，依然积极建言献策。当前爆火游戏“黑悟空”当然可以制造龟龄集（老君益寿散）的话题，活脱脱的热度，故宫与定坤丹又有多少因缘际会，请新管理层及员工时不待我不负韶华，跳出药去做药，想方设法发挥才智让我们的硬核产品成出圈爆品？目前公司有何类似策划？**  答:您好，感谢您的建议和反馈，公司龟龄集产品以其独特的组方、炮制工艺、产品品质较好地体现了祖国中医药文化的博大精深，传承百年，始终能够为人民健康提供服务。作为药品推广宣传需遵照说明书，并严格遵守国家对药品管理的相关法律法规及规范性要求，公司会在合法合规的前提下，不断改进品牌推广工作质量，做好品牌宣传和产品推广工作。感谢您的关注。  **19.李董事长您好，曾几何时公司龟龄集等硬核产品出口东南亚，目前国家政策公司做了哪些梳理工作？对精品中药出海入港都做了哪些准备？**  答:您好，感谢您对公司产品历史的了解与认可，一直以来，东南亚市场对于中医药企业具有重要的战略意义。东南亚地区由于历史和文化上与中国有着紧密联系，当地对中医药有着较高的认同感和需求。这为中医药企业提供了一个天然的市场优势和拓展机遇。同时，广誉远此前在东南亚市场有着一定的品牌影响力和历史渊源，也为其重返该市场奠定了基础。  ‍我们计划以香港和澳门为出海的起点，未来进一步辐射东南亚各个国家。目前公司已经完成港澳两地中成药注册要求、质量标准、知识产权保护等政策的梳理，并进行深入研究。同时，公司正对东南亚潜在市场进行初步调研，以了解当地市场需求、消费习惯、竞争格局。  今年7月，公司鼎力协办了由山西省卫生健康委员会与中国外文局亚太传播中心在太原举办的“2024中国—东盟中医药产业交流宣介会”，参与编撰《中医药产业在东盟发展状况报告蓝皮书（2024）》，并与部分参会国家商会签署了战略合作协议，为我们的产品拓展东南亚市场创造了有利条件。  接下来，我们将充分利用国家政策的利好，结合自身优势，稳步推进精品中药走向世界，让更多人受益于中医药的瑰宝。  **20.李董事长您好，您辛苦了。龟龄集药品说明书写了阳伟早谢这些比较直白的病症描述，类似表达投资者问答都以为色情审核通不过，考虑中国消费者对这方面观念和体感，如果修改表达稍微隐晦些，更易引起消费者广泛传播，情感共鸣，有利于产品展示，口碑传播，打造爆款，更好向保健礼品方向延伸。确实有许多细致工作要做，人才要招聘，消费者引导销售团队整合培训功课要做。股东盼望李董在任期，带领小广各方面工作都能全面统筹谋划全面步入正轨实现鲤鱼翻身。公司上述几方面工作有哪些准备？**  答:您好，公司产品龟龄集属于处方药品，说明书中功能主治为“强身补脑，固肾补气，增进食欲。用于肾亏阳弱，记忆减退，夜梦精溢，腰酸腿软，气虚咳嗽，五更溏泻，食欲不振”，并无您提及的文字表述，请您再次确认。您建议的初衷意思表示，公司已了解，您关注的营销工作正在有序推进，相关工作前述问题已有回复，感谢查阅。  **21、52.董事长李晓军：晓军董事长好，请问公司总裁和营销副总裁招聘进展怎样了？有能力的人才需要提供好的待遇和被重视的工作环境，才能真正留得住。前段时间公司提拔了2名副总裁，为何不等新上任的总裁提名，报董事长审批任命呢？这样用人结果是一样的，但是使用效果就大不一样了？**  答:您好，感谢您的关注和反馈，公司管理层的变动请关注公司公告。  **22、53.董事长好，听说今年3季度有投资者给你和高管写了一封2500字左右的建议信，人家是坚定地看好广誉远，希望广誉远越来越好，但是得到的回复只是“谢谢”，你更没有任何回复。2500字的建言至少要1-2个小时来写，更不是乱编造，我想人家是用心的，广誉远为何这样对待普通投资者呢？**  答:您好，公司的发展离不开广大股东的支持与帮助，公司及领导团队高度重视中小投资者的建议。热烈欢迎广大投资者通过热线电话、公开邮箱、业绩说明会、互动平台及股东大会等方式建言献策，共谋发展。感谢您的关注。  **23、54.董事长好，山西省国资委是重视中医药发展的，广誉远因你而提高了行政级别，为何不首先动员山西省体制内的公务员和企事业单位员工来体验和宣传广誉远的产品和服务，至少要让广誉远在山西省内家喻户晓？另外山西省内未IPO的中医药资源应该不少，国家现行政策也鼓励上市公司并购重组，提高国有资产的证券化率，广誉远是否正在进行这方面的工作？广誉远确实需要提高国有持股比例，确实需要做强做大，几百年老祖宗留下来的东西不能没落了。**  答:您好，感谢您的关注和反馈，目前公司经营一切正常，品牌推广和产品营销相关工作均在有序推进中，若涉及应依法依规披露的事项，公司会及时履行信息披露义务。  **24、55.今年以来，广誉远的普药和精品营销政策做了哪些优化？院内和院外的营销思路做了哪些调整?麻烦董事长介绍一下？谢谢！**  答:您好，公司相关重要事项已按照信披要求规范披露，不存在应披未披事项。精品和经典是满足不同消费群体，对标不同消费场景和渠道的两种模式，满足不同的客户需求。无论经典系列还是精品系列，都是满足严苛选材、传承工艺、质量保证的高品质标准的。自下半年以来，公司采取简政放权、政策优化、严肃整顿市场秩序、强化管理赋能、差异化考核等重要举措，团队的凝聚力、战斗力进一步增强。公司针对妇产科领域、生殖领域、抗衰老领域、神经精神领域展开基础研究，高举学术大旗，做好产品背书，提升市场竞争力。感谢您对公司的关注。  通过各种渠道和活动加强与消费者的沟通和互动，使老字号品牌焕发新的活力。通过央视、高铁的品牌露出，以及积极参与行业大会和社会活动，不断提升品牌的知名度和美誉度，助力于提升公司产品的市场份额。  对经典和精品的营销政策进行了深入的优化和调整，以期使其更加符合市场的发展趋势，能够更好地满足消费者的需求，从而推动公司业绩的持续增长。  对于精品营销，我们采取了更为精细化的市场策略。我们针对不同的消费群体，制定了个性化的营销方案。通过提供专业的健康咨询和优质的服务体验，来提升精品的市场占有率。  对经典系列产品的营销通过定期的学术交流、病例分享、终端服务提升，增强对我们产品的信任和认可。  **25、56.董事长好，建议广誉远重点宣传龟龄集和定坤丹，因为这是我们独家的产品，甚至股票简称都可以改为“龟龄集”，宣传安宫牛黄丸和牛黄清心丸那是在帮同仁堂变相打广告。另外广誉远光靠4个单品现在很难做大，还得要其他普药来支撑，所以必须得寻找资源并购重组，我们首先要做大。董事长认为如何？**  答:您好，感谢您的关注和反馈，龟龄集和定坤丹两款产品，对于公司品牌竞争力的价值彰显至关重要，关于产品品牌及影响力的提升，公司会严格按照产品特点，遵守相关法律法规之规定，规范组织各项推广工作的开展。  **26、57.董事长好，今年西普会上，广誉远请了路长全来讲话，公司聘请营销专家来支招是很好的，最好这位专家之前有过中医药营销方面的成功案例，请问公司是否已经聘请了路长全老师？**  答:您好，感谢关注。公司严格遵守相关法律法规履行披露义务，目前无应披未披事项。  **27、58.董事长好，作为广誉远的忠实粉丝，我们建议董事长每年能抽点时间对投资者开放，倾听来自民间的声音，作为价值投资者只有一个目的：陪伴着广誉远成为伟大的企业。大部分股东既是广誉远的消费者，更是广誉远的宣传者，广誉远的口碑就需要这样裂变式传播，像达仁堂，张铭芮董事长专门要求销售部组建了一个股东内部购药群，全年给予一定的优惠。晓军董事长是否可以借鉴一下？**  答:您好，感谢您的关注，公司及领导团队高度重视中小投资者关注的问题。公司的股东大会均会安排投资者交流环节，董事长及管理层会围绕审议议案及公司经营管理的相关问题，在遵守信披原则的基础上，与投资者进行互动。日常，公司也热烈欢迎广大投资者通过热线电话、公开邮箱、业绩说明会、互动平台及股东大会等方式与公司交流，共谋发展。涉及产品销售行为，公司会在合法合规的前提下，优先考虑为股东提供良好的服务体验。  **28.（1）请问公司高管，对于公司长年不分红，极大损伤投资人的信心和根本利益。这也不符合价值投资和股票投资的意义。（2）对西安东盛集团承诺的公司盈利补偿官司为何迟迟没有下文。又如何对投资人有个交代？（3）公司常年对营销投入如此之巨，但影响效果却如此之小。公司如何给投资人一个解释？公司回归山西国资委入主以后3—5年的长远规划，但目前来看收效甚微公司高管又如何解释？**  答:您好，感谢您的关注，公司将努力提升经营质量，在满足分红条件时及时分红；公司重大诉讼事项如有重要进展，公司将及时履行信息披露义务，请关注公司公告；公司销售费用的支出与公司所处的发展阶段、采取的销售模式和营销策略相关，公司持续推进模式优化和成本管控工作，并将在合法合规的前提下，不断提升经营效率和盈利能力，推动经营水平和发展质量的提升，提高股东回报能力。  **29.李董事长您好，广誉远有众多帝王名人背书，是将治未病和治已病功效合一的顶尖中药。有人总结为皇帝吃的，不能有闪失，药效平和温补且作用牢固长久。相信国家后续中医政策推动方向会关注治未病领域，只有治未病才能节省大量人力和医疗资源，在老龄化日趋严峻，医保不堪重负下，广誉远必定可以为国为民贡献真正价值。公司有意向与片仔癀合作吗？以有利于在互补中促发展。公司计划如何解决公司渠道和品牌的弱势？**  答:您好，感谢您对公司历史及产品的深入了解，若涉及应依法依规披露的事项，公司会及时履行信息披露义务。关于产品品牌及影响力的提升，公司会严格按照产品特点和企业实际情况，遵守相关法律法规之规定，规范经营，不断提升经营质量，坚持发展才是硬道理，增长才能提升生命力的理念，贯彻落实：把“增长”作为首要任务，提升经营能力；把“营销”作为关键所在，优化销售政策；把“效率”作为重要支撑，推行简政放权；把“考核”作为根本保证，强化管理赋能；保持战略定力，树立底线思维，以融入市场的经济思维抓经营、拓市场、优结构、提质效，不断在发展中解决问题。  **30.从米内网和京东安宫牛黄丸的销售排名看，米内网排名从第四下滑至第七，京东从前十下滑至35，双天然价格同仁堂每粒860，乐家老铺430，片仔癀680，销量都排在广誉远588前面，同仁堂和片仔癀的价格、销量双增，成了真正的赢家，广誉远连最起码的排名位置也保不住，不能不说是销售太不给力了，更加彰显了专业总裁、营销副总裁招聘的必要性和急迫性，并且总裁和营销副总裁已经缺位逾一年的时间了，这两个公司经营管理架构中最重要的职位长期缺位势必影响公司的正常经营，而且其实已经影响了公司的正常经营。请问总裁、营销副总裁招聘进展情况如何？公司未来有什么样进一步的打算？**  答:您好，感谢您的关注与反馈。公司高级管理人员选聘，需经董事会履行聘任程序后公告，目前公司无应披未披事项。公司目前生产经营一切正常，公司对行业内政策动态和市场竞争始终保持高度关注，公司将结合自身企业文化和经营管理的优劣势，充分考虑自身产品高品质特点和竞品营销的策略，立足以好品质、好疗效、好口碑的长远坚守，为消费者提供更有价值的产品的基础上制定公司相关规划、目标、策略，积极寻求发展突破和营销增长，以融入市场的经济思维抓经营、拓市场、优结构、提质效，不断在发展中解决问题，以更加奋发有为的状态推动经营工作不断向好向优发展。  **31.请问公司总裁，副总裁聘请情况如何？何时能到位？**  答:您好，感谢您的关注，公司管理层的变动请关注公司公告。  **32.“龟酒重塑”的进展？新产品何时投入市场？**  答:您好，感谢您的关注。目前酒类产品的运营已由事业部制改为公司制，以更专业化和精细化的营销管理，统筹管理公司酒类产品从采购、生产到销售的全业务流程，主要开展的工作包括包装设计改造，以统一品牌形象和辨识度；开展基酒品质升级设计，以提升品质和口感；开展规范统一产品技术标准，以精准确定药材标准、基酒酒体标准、成品技术标准和品规分级管理；重新确立产品矩阵，梳理产品价格体系及消费群体定位，以开展精细化市场布局。新产品将在具备条件时投入市场，敬请关注。  **33.公司为什么参加这么多行业内的展会，不多做做广告？**  答:公司参加行业展会较多，是基于分析自身经营实际情况后的综合考虑。公司系老字号中医药企业，以实体药店为核心终端销售场景，因此重点参加药店行业核心展会，如乌镇健康大会、西普会和万艋会等。该等展会汇聚国内各大医药零售企业代表。一方面，公司以品牌发声的方式持续建设渠道品牌，通过参会充分展示自身的品牌形象、产品特点和制作工艺，增强渠道端的品牌知名度和影响力。另一方面，公司通过展会渠道充分与下游头部医药零售企业、存在合作机会的同业企业对接，并达成合作，挖掘更多的商业机会。同时，近年来医药行业机遇与挑战并存，发展节奏转换较快，公司鼓励营销人员尤其是管理人员，通过参加行业展会及时了解行业动态、市场趋势以及竞争态势，并制定符合自身实际情况的市场策略。公司在参加行业展会的同时，充分重视与终端消费者的沟通交流。今年以来，公司先后与央视、央广传媒、专业营销策划机构等合作，不断加强品牌的高站位与广覆盖，为公司下一步的品牌建设夯实基础。  **34.11月15日晚间，证监会在官网发布了《上市公司监管指引第10号——市值管理》（下称《指引》），新规将中证A500成分股补充纳入了应当制定上市公司市值管理制度的对象。《指引》要求相关主体制定并披露具体的估值提升计划，具体方式包括但不限于并购重组、股权激励、员工持股计划、股份回购等，同时也进一步明确了市值管理的责任人。广誉远作为进入中证500的企业尤其是国企，请问公司未来在市值管理方面有何举措和规划？**  答:您好，感谢您的关注。公司持续关注最新监管政策及规则，密切关注市场对公司价值的反映。按照监管要求和公司治理需求，公司将制定市值管理制度，加强投资者关系管理和信息披露质量，不断完善市值管理相关工作，切实推动经营水平和发展质量的提升，提升公司投资价值，提高股东回报能力。  **35.请问公司渠道中的去库存情况如何？公司是否在对渠道进行控货？**  答:您好，公司渠道动销工作正常推进，渠道梳理、价格管理等工作有序进行，公司连续几年提出降应收、增纯销，此项工作成果从公开的财务信息中可以获悉，各项指标均为良性。  **36.三季报的业绩下滑，到年底还有一个月的时间，今年留给广誉远的时间不多了，公司最近有什么样的措施和打算，把前面下滑的业绩追回来，促进全年业绩同比增长？**  答:您好，感谢您的关注。近期，公司围绕提质增效谋发展，开展了一系列内部变革调整，以期适应市场变化，改善经营质量。围绕提振业绩、改善效率和效果、打造营销铁军、构筑长期增长动力，公司的主要举措包括：把“增长”作为首要任务，提升经营能力；把“营销”作为关键所在，优化销售政策；把“效率”作为重要支撑，推行简政放权；把“考核”作为根本保证，强化管理赋能；保持战略定力，树立底线思维，以融入市场的经济思维抓经营、拓市场、优结构、提质效，不断在发展中解决问题。  **37.大多数广粉已经熬了四五年，最少也三年了。对公司的悲观失望，导致一部分铁粉已经割肉离场，更有不少粉转黑了，感觉真是人心散了。公司利用粉丝营销、宣传的机会越来越少，重建信任更加困难，也需要更多的时间。请问公司有没有针对目前的现状留住广粉并发展广粉的举措和规划？**  答:您好，感谢您的关注。公司的发展离不开广大股东的支持与帮助，特别是长期陪伴的广粉家人们的信任，公司及领导团队高度重视大家关注的问题，愿意倾听大家的声音。在遵守信披原则的基础上，我们会进一步加强与投资者进行互动，除热烈欢迎大家通过热线电话、公开邮箱、业绩说明会、互动平台及股东大会等方式与公司交流外，我们会增加公开交流的机会，比如本次业绩说明会，增加公司日常经营相关信息的传播，比如在官网、官方公众号发布新闻简讯等形式，也欢迎大家来公司参访调研，共谋发展。  **38.终端药店盈亏情况如何**  答:您好，OTC终端门店经营情况，请关注各连锁的公开信息。  **39.请问公司与路长全老师团队是否签约？在品牌建设和产品规划宣传方面有什么举措？**  答:您好，感谢关注。公司严格遵守相关法律法规履行信息披露义务，目前无应披未披事项。  在品牌建设和宣传推广方面，公司坚持巩固核心优势，不断提升品牌形象和市场口碑，提高服务质量，围绕满足消费者需求，提供专业化服务。  公司系以处方药产品为核心的中医药企业，在品牌宣传策略上，主要包括在药店端，与下游连锁药店联动，积极参与相关展会、活动，建立渠道品牌；在医院端，加强学术研究，建立学术品牌；在精品店端，通过各类型圈层活动，建立终端品牌。在开展上述工作的同时，公司通过与专业营销策划机构合作，以广告、活动、新媒体等方式进行企业品牌的打造。今年以来，公司与国家级主流媒体深化合作，全面深刻讲好广誉远故事。一方面，公司通过与央视国际频道《健康中国》系列节目的战略合作，聚焦品牌历史文化的推广，提升品牌影响力；另一方面，公司与央广传媒携手，共同就广誉远近500年的历史文化进行挖掘和讲述，以“广誉远500年，‘一丹一丸一杯酒’”等主题，推广品牌历史文化与核心产品，并借助央广传媒融媒体渠道，实现宣传上的多渠道并进和全方位覆盖。  **40.您好，广誉远分红这块是怎么考虑的**  答:您好，公司密切关注相关的最新政策及规则细则，目前财政部关于相关事项的通知正面向社会征求意见。为了确保相关会计处理的严谨性，公司将持续跟踪主管部门关于资本公积金弥补亏损的具体细则，同时多措并举提升经营质效，在合法合规的前提下，使公司早日具备分红条件并夯实分红基础。  **41.网传公司计划在福建设立特区，打造全国营销的样板，请介绍一下相关的情况和进展？**  答:您好，感谢关注。公司严格遵守相关法律法规履行披露义务，目前无应披未披事项。公司会结合企业和市场实际情况，精准部署相关营销工作，以提高经营业绩，培育增长动能。  **42.最近同仁堂也来分延年益寿的蛋糕了，这样以岭药业八子补肾胶囊、达仁堂寿桃丸、同仁堂防衰益寿丸已与龟龄集同场竞争，以后会有更多的企业加入，更不用提外企西药了，再不抓紧，延年益寿的蓝海会逐渐趋向红海，其它的品牌一旦深入人心，路老师说的“第一和唯一”再要夺回来，难度可就大得多了，龟龄集再不发力，难免丢失先机。请问公司在应对延年益寿方面越来越多的竞争有什么规划和措施？**  答:您好，感谢您的关注与反馈。公司对行业市场竞争保持高度关注，老龄化的现状和趋势，必然是市场竞争的关注方向。公司龟龄集产品具有“强肾补脑，固肾补气，增进食欲”的功能主治，其组方、炮制工艺、广泛的适应症较好地体现了祖国中医药文化的博大精深，尤其对于中老年抗衰方向的确切作用，我们将严格遵守国家对药品管理的相关法律法规及规范性要求，在合法合规的前提下，不断改进品牌推广工作质量，做好品牌宣传和产品推广工作。主要从以下几个方面开展：  1、持续从基础实验到临床试验积累大量的证据，已累计发表16篇权威SCI，研究表明龟龄集可改善老年痴呆患者的认知障碍，保护中枢神经系统，延缓神经元衰老，改善记忆功能减退，对提高免疫力、改善生殖健康、保护肝脏等有一定的积极作用。  2、重点方向集中在改善认知、增强记忆、延缓衰老、延缓疾病进程（治未病）等老年人非常关注的几个方面，专注于产品学术化推广，精确地定位并服务我们的目标消费群体。  3、持续加强“品牌建设”，提高客户认同感，实现销售良性循环。  **43.一个高管都是药剂师的会计师事务所，肯定没有业务；一个高管都是会计师的制药企业，业务能好到哪里去呢？请李董事长三思！**  答:感谢关注。  **44.李子柒最近复出，做非遗流量很大，内容与广誉远的古法炮制非常契合，是破圈的好机遇，可以酌情演绎一下广誉远特有的某个制药环节，比如制作醋膏、九蒸九制地黄、豆腐蒸珍珠、定坤丹的姜碳用当地山下的阳土、阴土进行炮制等等，借用当下顶流的网红宣传公司，建议公司想办法接洽。**  答:您好，感谢您的关注和建议。李子柒作为顶流网红，她的复出确实为传统文化和非遗项目带来了巨大的流量和关注。公司产品龟龄集、定坤丹、安宫牛黄丸的制作技艺先后入选国家级非物质文化遗产名录，六味地黄丸传统制作技艺及姜炭制作技艺入选晋中市非物质文化遗产名录。药品的制造受国家严格的监管规范管理，生产需在符合GMP规范的环境下由专业人员进行，生产过程不仅包括药材的前处理，公司公开的炮制工艺也只是部分制作工艺，成品的完成还有复杂的过程，非专业人员较难开展涉及药品的相关活动。  公司会在合法合规的前提下，不断改进品牌推广工作质量，做好品牌宣传和产品推广工作。  **45.公司最近做了一些小视频，质量很是不错，建议公司广泛发动广誉远的员工、经销商、门店、股东等到处传播这些视频，并为大家传播这些视频提供方便。**  答:感谢关注！公司将持续加强新媒体建设，探索符合医药企业发展实际的新媒体传播方式。今年以来，公司加大了在微信公众号、视频号等新媒体渠道的宣传力度，未来将充分总结经验，持续优化宣传策略。  **46.关于分红，能不能分红是一回事，能不能创造分红条件是另一码事，至少表明管理层对股东们关心问题的态度。李晓军董事长此前表示，公司将积极推动根据新公司法，用资本公积弥补未分配利润的历史亏损，以尽快达成分红的基本条件。请问进展如何？**  答:您好，公司密切关注相关的最新政策及规则细则，目前财政部关于相关事项的通知正面向社会征求意见。为了确保相关会计处理的严谨性，公司将持续跟踪主管部门关于资本公积金弥补亏损的具体细则，同时多措并举提升经营质效，在合法合规的前提下，使公司早日具备分红条件并夯实分红基础。  **47.龟龄集作为公司目前唯一独家生产的国家级保密配方，在老龄化不断加深的当下，养生保健已成为人们越来越重要的刚需，但“处方药”似乎成为了龟龄集在养生保健方面需求和宣传的枷锁，请问公司在龟龄集OTC方面有什么样的规划和打算？**  答:龟龄集是否可以申请OTC产品，公司始终高度关注，这不仅与产品组方原料特点有关，与国家政策直接相关。非处方药（OTC）需要在说明书中完整公开处方，处方药转换非处方药申报时，也需要提交处方和各药味质量标准。龟龄集处方、工艺等核心技术曾被有关部门审定为秘密级国家保密技术，目前处于未解密状态，尚不宜公开完整处方。公司也会慎重考虑，综合研判，所有法律法规及监管规范内有利于公司发展的事项，公司都会努力争取。  **48.历史应收账款问题是否已经解决？未来公司还会对应收账款计提坏账吗？**  答:您好，公司应收账款余额经过近几年持续加大清收力度，加强终端纯销和资金回笼，您从现金流向数据可以验证，目前各项指标风险可控，坏账计提遵循既定的会计政策，应提尽提。  **49.请问本月公司定增情况**  答:您好，若涉及应依法依规披露的事项，公司会及时履行信息披露义务。公司目前无应披未披事项。  **50.三季度营收同比略下降，是什么原因导致的？对四季度的经营情况有怎样的展望？**  答:您好，2024年前三季度营业收入较上年同期下降7.93%，主要影响因素为市场增量需求不足，行业竞争压力加剧，公司产品政策调整和收入结构变化所致。公司将紧密结合内外部环境、市场竞争格局、公司发展规划、企业实际情况和产品特点，充分统筹，制定切实可行的市场规划和营销方案，提升经营业绩，提高公司经营水平和发展质量，感谢您的关注。  **51.公司产品，独特，但很少有人知道，如何让大众接受和知道？**  答:您好，公司品牌影响力仍需不断提升，公司会通过专业学术带动、央视央广传媒露出、高铁等更多人群接触得到的形象展示、利用自媒体平台传播、深入基层社区等开展宣传等多种形式提高消费者获得感。  **59.您好，作为公司经营层对于3年及以上的应收账款、其他应收账款有无形成催款计划，若有是否落实到责任人，以此降低国有资产流失的风险？**  答:您好，感谢您的关注。公司对应收账款按照金额、账期、形成原因、清收难度等方面细致梳理，区分不同情况，逐个制定专项计划和应对策略，全面对接欠款企业，采取限期催收、确定回款计划、专人负责、停止或限制供货等多项举措积极清收，力争做到应收尽收。对故意拖欠、拒绝沟通的企业，公司将综合利用法律等手段清收。同时强化考核，把清欠考核结果与岗位调整、绩效工资结合起来，并针对应收账款形成的历史原因，总结经验教训，完善销售体系各项管理制度和应收账款责任考核，为全方位推动广誉远高质量发展打下坚实基础。  **60.你好董秘，下一步对广誉远在市场竞争中有什么更好的策略**  答:您好，作为一家五百年老字号中药企业，面对当下的市场竞争格局，我们将从以下几个方面开展工作：首先要研读政策，紧跟国家战略方向，做好研判和布局；其次充分依靠公司优势的文化传承和产品实力，坚守品质致胜的经营理念，打造企业长久的生命力；第三紧盯市场变化，关注消费群体和社会发展新变化，拥抱变化，接受挑战，做好市场分析，通过不断提升经营业绩来提高公司品牌影响力和盈利能力。  **61.请问公司安宫牛黄丸销售团队是否已更换？**  答:您好，公司团队稳定，各项工作按照目标推进，未发生重大调整。  **62.请问公司有增持回购股票计划吗？**  答:您好，若涉及应依法依规披露的事项，公司会及时履行信息披露义务。公司目前无应披未披事项。  **63.请问李晓军董事长，管理层采取了哪些措施，把一家500年的老字号企业搞得营收不断萎缩，市场份额逐年下降？如果搞不好一家企业，你们有没有勇气集体引咎辞职以谢股东？**  答:您好，感谢您的关注，公司经过近三年的内部整固，各项业务逐渐良性运转，但是距离大家的预期尚有较大差距，我们已经深刻认识到需要改进的工作，公司全员目标明确，思想统一，已经不断变革、优化各项经营行为，近期，我们加大改革力度，把“增长”作为首要任务，提升经营能力；把“营销”作为关键所在，优化销售政策；把“效率”作为重要支撑，推行简政放权；把“考核”作为根本保证，强化管理赋能；保持战略定力，树立底线思维，以融入市场的经济思维抓经营、拓市场、优结构、提质效，不断在发展中解决问题。  **64.请问公司在中央人民广播电台和中央电视台的宣传什么时候能接收到？**  答:您好，相关工作按照既定进度开展，后续请关注公司公开信息。  **65.公司那么多个高管都有会计背景，请问是出于什么考虑？**  答:您好，感谢您的关注，公司目前各位高管，无论第一学历和专业是什么背景，经过多年的职业历练，均能满足目前的岗位工作要求，能够胜任本职工作。  **66.公司产品力强大且具有消费属性，但是酒香也怕巷子深，公司淘宝及京东旗舰店粉丝数较少且变化不大，大体说明公司近几年营销策略不够成功，请问公司接下来有何计划将产品信息传达给更多精准顾客？**  答:您好，感谢您的反馈，公司将总结线上线下营销工作的经验和不足，精准施策，解决问题。公司的目标服务人群已有较为详细的分析，接下来分条线分渠道制定营销策略，加强推广工作执行效率和效果的实施与考核，提升品牌和产品的空中和地面覆盖广度和深度。  **67.公司那么多个会计出身的副总裁，能否说明各自的分工与职责？**  答:您好，公司各项工作均有明确分工，各位高管能够胜任目前工作，公司各项业务均能正常开展。  **68.请问李晓军总，几个月又过去了，路长全老师与公司的合作有没有具体方案落地，目前销售颓势有没有针对性的措施？**  答:您好，感谢关注。公司严格遵守相关法律法规履行披露义务，目前无应披未披事项。公司经营一切正常，各项工作均在推进中。  **69.公司龟酒重塑，请问做了哪些方面的努力？还是只停留在李董事长的报告里？**  答:您好，感谢您的关注。目前酒类产品的运营已由事业部制改为公司制，以更专业化和精细化的营销管理，统筹管理公司酒类产品从采购、生产到销售的全业务流程，主要开展的工作包括包装设计改造，以统一品牌形象和辨识度；开展基酒品质升级设计，以提升品质和口感；开展规范统一产品技术标准，以精准确定药材标准、基酒酒体标准、成品技术标准和品规分级管理；重新确立产品矩阵，梳理产品价格体系及消费群体定位，以开展精细化市场布局。  **70.李董您好！公司目前的市场推广情况与当年茅台的困境有点相似，茅台下决心组建了销售公司，从内部公开选拔了一批骨干员工派赴各地，喝了壮行酒就去卖酒，培养了一批忠实的经销商，帮茅台打开了市场销路。因此，经销商也成为了茅台的恩人，茅台也至今没有忘却他们的贡献，这个在吴晓波的《茅台传》里有详细描述。公司请路长全老师团队把脉培训非常正确，明确了龟龄集的主攻方向，聚焦再聚焦，方向对了剩下的就是看运营执行。建议公司也要把出厂价定合理让利给经销商（甚至不惜降低毛利率），给与足够的利益鼓励经销商积极去推广龟龄集（可以参考茅台定价900元左右，指导价1499元，同时加大品牌宣传投入），与公司风雨同舟共同成长。请问，接下来公司在市场营销建设方面有什么大的举措？总裁和营销副总裁招聘的进度如何？谢谢！**  答:您好，感谢您反馈和建议，公司目前内部管理不断改善，我们把“增长”作为首要任务，提升经营能力；把“营销”作为关键所在，优化销售政策；把“效率”作为重要支撑，推行简政放权；把“考核”作为根本保证，强化管理赋能；保持战略定力，树立底线思维，以融入市场的经济思维抓经营、拓市场、优结构、提质效，不断在发展中解决问题。公司高级管理人员选聘，需经董事会履行聘任程序后公告，目前无应披未披事项。  **71.董事长好，山西省国资委是重视中医药发展的，省内未IPO的中医药资源应该不少，国家现行政策也鼓励上市公司并购重组，提高国有资产的证券化率，广誉远是否正在进行这方面的工作？广誉远确实需要提高国有持股比例，首先要做大，其次要做强，几百年老祖宗留下来的东西不能没落了。能不能请董事长本人直接回答？**  答:您好，公司控股股东神农集团已于2024年8月发布增持计划，目前仍在履行中。若涉及应依法依规披露的事项，公司会及时履行信息披露义务。公司目前无应披未披事项。  **72.建立药材基地，怎么一点动静也没有，龟速？**  答:您好，您关注的事项不属于公司应该公开披露的事项，相关原料储备和供应工作有序开展。  **73.为什么不请患者来讲述他/她与广誉远的故事？这样是不是宣传效果更好！**  答:您好，感谢您的建议。 |
| **关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明** | 本次活动不涉及未公开披露的重大信息。 |
| **附件清单**  **（如有）** |  |
| **日期** | 2024年11月25日 |