

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	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 （请文字说明其他活动内容）
参与单位名称	中信证券、海通证券、申万宏源证券、长江证券、东方证券、平安证券、华安证券、华西证券、华源证券、兴业证券、东吴证券、信达证券、汇添富基金、易方达基金、华夏基金、中欧基金、嘉实基金、博时基金、富国基金、鹏华基金、东方红、大成基金、银华基金、国联安基金、国联基金、新华基金、摩根基金、摩根士丹利基金、信达澳亚基金、中加基金、博道基金、博衍基金、中信证券资管、招银理财、中邮基金、惠升基金、上海大正投资有限公司、上海顶天投资有限公司、天瓴投资、中银基金、永赢基金、平安新消费基金、红土创新基金、仙人掌基金、明富私募基金、福泽源基金、奇盛基金、青榕资管、瑞业资产、善思投资、朋元资产、广东正圆私募基金管理有限公司、杭州汇升、平安养老、六禾致谦、财信自营、淳厚基金、大笋资管
时间	4月25日-5月9日
地点	现场（公司会议室、客户会议室）、线上一对一
上市公司接待人员	董事会秘书及董事会办公室工作人员
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、近一年来公司经营管理有哪些主要变动？</p> <p>公司上下统一思想，调整经营思路，从“重管控”向“强经营”转变，用发展的思维践行以“增长”促经营的理念，把“增长”作为首要任务和目标，坚持“增长不动摇”的主基调。把“提升经营能力”作为保障增长的重中之重，把“效率”作为重要支撑，树立鲜明的“业绩导向”；围绕经营做好各项服务保障工作，以销售为核心，简政放权，简化流程，限时审结，提高审批效率，增加经营决策及时性；优化销售政策，调整销售组织架构，条线配置更加专业化，增设区域总监，发挥优秀省区和负责人的区域带动作用，激发基层干事创业的积极性；重视稳存量提增量，加大招商和空白市场开发力度，优化渠道，强化与优质客户的深度合作，增设重点客户专人服务职能，同时充分用好学术科研成果和文化优势，开展文化行等回厂溯源行动，增进公司及产品与客户之间的近距离交流；与权威媒体和头部科研机构合作，通过新媒体传播非遗炮制工艺的独特魅力，通过学术科研等合作，梳理产品战略规划和核心产品的发展价值；同时，通过企业公众号和视频号，及</p>

	<p>时发布公司经营重要活动，展示企业品牌和产品的历史变迁和 文化内涵。</p> <p>2、一季报业绩较好原因及可持续性？</p> <p>近半年管理思路方向的调整，以“增长”促发展的理念形 成了方向性共识，将公司放在市场竞争大环境下分析，重新梳 理定位经营目标和方向。通过实施简政放权，提高决策质量和 效率，销售区划重构，提拔区域总监调动队伍积极性，改革绩 效考核政策，加强品牌建设，合作国家权威媒体和研究机构赋 能营销，持续挖掘品牌文化促进营销推广等各项日常经营举措 多管齐下，综合推动，形成合力，带动一季度各条线、各产品 的普遍增长。相关管理举措会持续推进，并不断优化，目前公 司方向明确、举措得当、团结协作态势良好，产品优势凸显， 公司会继续保持脚踏实地，以更高的使命感推动公司各项工作 提质增效，增加公司抗风险能力，健康发展，不断提升经营质 量，提高企业价值。</p> <p>3、经济下滑、行业承压，公司业绩逆势表现良好主要基于 什么营销举措？</p> <p>经济和行业压力的影响公司充分重视，积极研读政策，分 析市场，调整思路，公司业绩表现不仅基于相关管理举措的实 施成效这一内在动力，更得益于良好的产品力，公司四款核心 产品，历史悠久，组方精妙，匠心炮制，疗效确切，“有效” 是作为药品最基本的价值，消费者更愿意把有限的资金花在选择 好的产品上，公司产品卓越的显效性为公司赢得了更多消费者 的青睐。公司始终坚持“修合虽无人见，存心自有天知”的 制药古训，严苛选材，非遗古法炮制，坚守品质第一的质量生 命线，优质的好产品恰好满足对好品质产品的差异化市场需 求。酒香也怕巷子深，好的产品需要专业的学术背书，需要好的 品牌传播，尤其是在结构性老龄化趋势和国民健康意识觉醒 的趋势下，品牌推广上的发力也使更多消费者关注到公司和产 品能够满足高价值、好疗效的精准化需求的特点，对于追求质 价比人群的广阔市场，广誉远产品的机会增加。</p> <p>4、四大事业部及四款核心产品在一季度的增长中各自表 现？</p> <p>四款产品和四个事业部均有增长，安宫系列产品扭转 2024 年下跌态势，企稳向好，龟龄集和定坤丹作为公司核心代表性 产品，增长符合预期，尤其龟龄集已回到代表性核心产品地 位。其他产品均有不同程度增长。医院部加强空白市场开发， 增长良好，团队架构调整后成效显著。OTC 强化终端销售，与 TOP 级客户战略合作有效推进，电商部直播推广及多层次提升 线上营销，精品大力招商，加强培训成果初现，酒类产品全品 规通过医药连锁渠道销售破冰。</p> <p>5、公司产品受医保政策影响程度？公司如何应对？</p> <p>政策影响不容回避，主要是定坤丹产品，该品是基药、医</p>
--	--

	<p>保、非独家品种，主销医院渠道，目前市场份额、产品品质、成本管理均具优势。体培安宫牛黄丸和牛黄清心丸是医保品种，均非独家，随着原料供应正常，公司品质优势增大了市场份额的提升机会。非基药非医保处方药品种，公司产品优势突出，有精准的市场推广和目标受众，在医院端学术影响的带动下，增长空间广阔。围绕核心产品特点，公司会不断优化产品战略，做好市场研究分析，精准营销，充分发挥各产品的优势。</p> <p>经典系列是公司基本盘，医院部是基础，公司坚定医院部树立广誉远国药学术地位，做大做强医院品规，带动 OTC、精品及线上销售；把精品招商和电商业绩提升作为重要方向，增强公司品牌线上线下旗帜作用。龟龄集服务差异化高品质需求，定坤丹做好学术背书拓量，争女性调理领导地位，恢复妇科品类头部地位，天然安宫牛黄丸以品质致胜，争取市场提升份额，牛清心作为突破性产品，做好产品功效和适应症的教育普及业绩破局。</p> <p>6、公司品牌推广如何赋能营收增长及科研投入增加后的预期？</p> <p>持续推进央视、央广合作，从行业专业角度、文化传承角度输出具有较高影响力的内容，营销层面文化行、养生会等常态化开展，从空中、地面，包括社区覆盖等多角度展示品牌。</p> <p>以与中国中医科学院中药研究所合作为牵引，原有研究项目继续推进，增加抗衰、治未病、慢病管理等领域的研究，以及产品二次开发和替代性研究等领域，为现有产品提供更多的学术成果支撑，同时做好未来的产品规划。</p> <p>7、未来业绩指标及市值管理</p> <p>围绕增长考核业绩，围绕投资者关系管理等考核经营质量，围绕市场份额和品牌影响力评价企业价值，以提升公司整体基本面优势和投资价值为宗旨。2025 年经营指标未公开披露，公司仍以保持增长为原则，制定内部分产品和分事业部的考核指标，对标一流，不断精进管理，赋能影响，综合提升公司市场竞争力，争取早日实现营销历史性突破和行业地位提升。</p> <p>对于央国企关于市值管理的相关文件，公司已学习并非常重视，作为中证 A500 成份股，已按照要求制定了《市值管理制度》，公司将贯彻执行，从提升经营业绩、改善经营质量、常态化业绩说明会、加强日常与资本市场沟通、做好舆情管理和日常中小投资者沟通交流等角度持续改善，在公司股价出现异常波动时及时启动应急机制，充分重视市值指标的动态监控。需要履行信息披露义务的相关事项，还请关注公司公告。</p>
附件清单	无