

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	<div><input 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 checked="" 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 type="checkbox"/> 现场参观</div> <div><input type="checkbox"/> 其他 （请文字说明其他活动内容）</div>
参与单位名称及人员姓名	投资者网上提问
时间	2025 年 5 月 20 日 (周二) 下午 14:00~17:00
地点	公司通过全景网“投资者关系互动平台”（ <a href="https://ir.p5w.net">https://ir.p5w.net</a> ）采用网络远程的方式召开业绩说明会
上市公司接待人员姓名	1、董事长李晓军 2、副总裁、财务总监王俊波 3、副总裁、董事会秘书唐云 4、董事会办公室副主任、证券事务代表乔莉
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>投资者提出的问题及公司回复情况：</b></p> <p><b>1、业绩持续性如何保证？</b></p> <p>回复：感谢您的关注，公司 2025 年一季度的业绩改善，是基于公司锚定“全产业链打造高品质中药”总体战略，确立以“增长”为核心的经营理念，通过渠道网络优化、产品结构升级、品牌价值强化及运营效率提升“四维联动”实现业绩突破。市场端、产品端、品牌端、运营端多措并举，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，结合公司品牌和产品优势、行业趋势、市场格局对公司经营举措不断优化，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><b>2、董事长您好，公司有计划定增吗？公司持股太少。</b></p> <p>回复：您好，感谢您的关注。公司控股股东神农科技集团已于 2024 年 8 月发布增持公司股份计划，目前该二级市场增持行为尚在执行中。此外，为理顺产权关系，使上市公司管理权与股份产权相统一，神农科技集团通过协议方式受让晋创投资持有公司 71,508,968 股（占广誉远总股本的 14.61%）股份，相关手续已完成。截至目前，神农科技集团直接持有公司股票 74,233,468 股，占公司总股本的 15.17%。</p> <p><b>3、据传路长全老师团队策划的方案即将落地，专业人士的</b></p>

策划值得信赖，下一步就看广誉远的执行力了，但公司目前总裁、营销副总裁等管理层长期缺位，不少股东对广誉远当前的经营管理和执行力也颇有微词。方案再好，执行到位才行。执行有效，人是关键。请问公司专业的总裁、营销副总裁的招聘进展如何？何时能落地？

回复：您好，感谢您的关注。公司各项经营举措均在持续改善，日常经营工作正常开展，经营质量持续向好。公司高级管理人员选聘，需经董事会履行聘任程序后公告，请关注公司公告。

4、去年乌镇健康大会后，著名营销专家路长全老师团队作为顾问为广誉远把脉问诊，请问公司能否介绍一下与路长全团队合作的路径、规划与现状？

回复：您好，感谢关注，公司品牌推广、文化传播、经营提升的工作都在正常推进中，您可关注公司公众号、视频号、公告等官方途径信息。

5、2025年一季度实现开门红，营收净利润都有长足提升，公司经营质量等基本面临明显改善。感谢李晓军董事长为公司的发展做出的巨大贡献！相信广誉远会越来越越好！

回复：非常感谢您的认可，公司的发展离不开股东的关注与支持，我们持续改进工作质量，改善经营业绩，回报投资人。

6、新“国九条”出台后，证监会明确提出了市值管理的要求，央企也都就此做出了积极的回应。广誉远未来公司在做好市值管理方面有何规划？

回复：您好，感谢您的关注。针对市值管理工作，公司积极响应中国证监会关于提高上市公司质量工作部署和市值管理考核相关要求，围绕提升公司经营水平和发展质量开展各项工作，努力提高股东回报能力。公司已按照要求制定了《市值管理制度（试行）》，并将贯彻执行。

7、龟龄集作为公司目前唯一独家生产的国家级保密配方，尤其是加味龟龄集酒是目前药监局核准可以标注“延年益寿”的唯一药酒，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”似乎成为了龟龄集与加味龟龄集酒在养生保健方面需求和宣传的枷锁，公司在龟龄集与加味龟龄集酒 OTC 申请或者破除宣传推广方面有什么样的规划或进展？

回复：您好，感谢您的关注。龟龄集作为公司独家产品，其处方、工艺等核心技术目前处于未解密状态，申请 OTC 需公开完整处方并符合相关政策。公司始终关注现行政策并进行多方研判，努力在法律法规及监管规范内争取有利于公司发展的事项。在品牌宣传推广方面，公司已通过高铁冠名、央广战略合作、高铁站和机场广告投放、官方公众号发文、参加行业会议等途径增加公司品牌曝光度，在乌镇大会等重要行业会议上

	<p>展示酒类产品，提供产品影响力。未来，公司也将继续丰富宣传途径，进一步展示公司品牌特色，同时丰富营销渠道和优势渠道的覆盖率，提升目标消费群体的获得感，充分发挥产品适应老龄化趋势，改善身体健康的显著效果的优势，刚好的服务广大消费者。</p> <p>8、龟龄集酒是广誉远一个颇具爆发力的产品，但近几年的营收一直徘徊在三五千万左右。今年广誉远又推出了白酒系列，使得广誉远的酒类有了包括白酒、露酒、保健酒、药酒在内的全系列产品矩阵。保健酒行业的老大劲酒的营收已经稳稳站在了百亿营收之上，近期振东制药也推出了五和养生酒，振东制药养生酒雄心勃勃，剑指“5年百亿”。面对越来越多的强劲对手和他们雄心勃勃的营收规划，广誉远未来有什么样的应对措施和规划？</p> <p>回复：感谢您的关注，公司酒类产品历史悠久、品类齐全，其中加味龟龄集酒为国药准字号品质，产品疗效确切。目前主要通过传统药渠、精品门店、线上等渠道销售。2024年公司对酒类产品提升品质奠定高质量长远发展基础，营销业务组建公司制运营模式专业化经营，已通过乌镇大会等各类行业会议发布酒类产品合作推广招商。目前酒类全品类产品营销，在公司聚焦主责主业和核心产品发展的大形势下，酒类产品的营销突破迫在眉睫，公司已提出各主要产品的发展要求，将整体从品牌推广、学术科研、营销规划、团队建设等角度对每个品类和业务线梳理规划，明确考核指标，细化落地政策，推动各事业部和各品类的整体经营业绩提升，为广誉远未来发展整体目标的达成明确细化分解方案，充分发挥产品优势、品牌优势，实现价值提升。</p> <p>9、回归山西国资后，广誉远的管理层似乎对资本市场敬而远之，出自资本市场机构的关于广誉远的研报也非常鲜见，广誉远与资本市场之间存在着一条深深的鸿沟，欣喜的是最近的公告显示机构自从一季报后已经开始对广誉远密集调研。在资本市场机构对一个企业股价的巨大影响不言而喻，无疑会对公司股价的稳定或长牛起到一个稳定器的作用，对公司的市值管理意义非凡，请问公司对与机构的日常互动有什么样的长远打算和规划？</p> <p>回复：公司重视与广大投资者的互动沟通，作为中证 A500 成份股，已按照要求制定了《市值管理制度（试行）》，公司将贯彻执行。公司将常态化地与机构通过路演、反路演等多种形式进行日常线上线下沟通。同时积极提升经营业绩、改善经营质量、常态化举行业绩说明会、做好舆情管理和日常中小投资者沟通交流等工作。</p> <p>10、广誉远老总，龟龄集酒网上价格不稳定，仅最近一个月 淘宝官网价格就从 378. 到 268 这几天是 235。让消费者体验很</p>
--	---

不好，感觉产品利润很高，产品不是物有所值，伤害品牌信誉。对此公司是如何看来这个问题的？还有今年买了几次远字牌龟龄集酒礼盒，产品生产日期都是 2024 年 8 月，对只有两年保质期的，单品来说，是不是说明龟龄集酒销售情况并不是很好，一直在销售库存？谢谢！

回复：感谢您的反馈，效期内产品您可放心选购。线上价格公司持续关注，并加强与销售渠道的沟通管控。

11、年报显示广誉远目前的未分配利润仍然为负，不具备分红的条件。证监会目前正在鼓励企业分红，来回馈广大投资者，分红也越来越成为投资者衡量一个企业是不是值得投资的一个黄金判断标准，请问公司未来在分红方面有什么样的打算和规划？

回复：您好，感谢您的关注。一方面，公司以发展为核心，以增长为目标，集中精力抓经营、促销售，通过品牌提升、权威科研协作、围绕核心产品市场拓展、优势品种的渠道深耕等举措提升经营质量，使公司早日具备分红条件并夯实分红基础。另一方面，公司密切关注相关的最新政策及规则，将在满足分红条件时及时分红。

12、国资持股比例偏低，有些投资者担心控股股东因为分红比例不高，从而做好业绩的动力和意愿不强，山西国资或者控股股东神农科技集团未来有没有增发或增持规划？如何消除中小股东这方面的焦虑？

回复：您好，感谢您的关注，公司控股股东神农科技集团已于 2024 年 8 月发布增持公司股份计划，目前该二级市场增持行为尚在执行中。此外，为理顺产权关系，使上市公司管理权与股份产权相统一，神农科技集团通过协议方式受让晋创投资持有公司 71,508,968 股（占广誉远总股本的 14.61%）股份，相关手续已完成办理。截至目前，神农科技集团直接持有公司股票 74,233,468 股，占公司总股本的 15.17%。虽然持股比例不高，但并不影响国资对提升上市公司高质量发展所有相关工作的开展。

13、有职业是医师的广誉远股东提出，广誉远的产品比如定坤丹对于女性的痛经和备孕都有很好的疗效，但医师好多人不知道，不清楚相关产品的适应症、疗效、使用方法等详细信息，因此推荐的很少，对于广誉远产品的推广不太有利，医师的推荐对患者的影响不言而喻，请问公司未来会采取什么样的措施来更好地发挥医师这个群体在广誉远核心产品推广上的作用？

回复：公司核心产品定坤丹已有 300 年历史，具有滋补气血、调经舒郁的功效，适应症比较广，属于基药、医保乙类非独家产品，主要在医院渠道销售。因目前产品覆盖率仍有待提升，很多医生，尤其是非妇科或非中医医师不了解定坤丹产品的情况。未来公司将持续以医院渠道为根本，高举学术大旗，

不断提升学术推广和品牌营销力度，提高产品终端覆盖率，继续加大空白市场开发力度，充分发挥医生的学术背书作用，推动定坤丹产品的科普教育、市占率提升，触达更多的适应人群。

**14、公司白酒、远字牌龟龄集酒和露酒等计划何时进入商超、宾馆饭店等销售渠道呢？越快越好哈**

回复：您好，公司酒类产品包括国药准字号加味龟龄集酒、远字牌龟龄集保健酒、露酒和白酒。目前公司结合团队配置等实际情况，主要通过公司有资源优势的线下药渠、精品门店和线上官旗开展营销工作，商超、餐饮、私域、社交平台等渠道尚未全面开展，未来，公司将综合考虑投入产出比开展相关工作，感谢您的关注。

**15、新公司法规定公积金可弥补往年亏损，公司操作的障碍是什么？**

回复：您好，感谢您的关注。《公司法》已于2024年7月1日起生效实施，取消了原来资本公积金不得用于弥补公司亏损的法定限制。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，在合法合规的前提下使公司早日具备分红条件。

**16、建议：做为一个广誉远的股民，我认为广誉远的业绩增长空间巨大，只要把龟龄集酒的业绩做起来，广誉远的业绩翻番不成问题。所以要加大龟龄集酒的宣传示范。**

回复：感谢您的反馈，公司努力提升酒类产品的营收占比。

**17、公司和路长全团队合作进展如何了？公司与央视下步合作有啥打算，比如广告宣传、《非遗中国》节目组、《中医药大会》节目组等等**

回复：您好，各项品牌推广、文化传播、经营提升的工作都在正常推进中，您可关注公司公众号、视频号、公告等官方途径信息。

**18、建议公司在合适时候推出普通龟龄集30粒礼品装，方便亲朋好友之间馈赠，健康又有面子，谢谢！**

回复：您的建议已收到，感谢反馈，龟龄集产品是处方药，请您根据症状遵医嘱选购。

**19、公司总裁、营销副总裁还在招聘吗？如果招聘不到内部挖掘呢？股权激励计划何时推出？**

回复：您好，感谢您的关注。总裁、副总裁均为公司高管，需经董事会履行聘任程序后披露；股权激励等涉及应依法依规披露的事项请关注公司公告。

**20、对广誉远还是只有关注，不能正式投资价值，或者更不能期待有所回报。前面的走势已经把我们磨砺清场。只是基于传出日本企业收购很多中药公司，关注你们的发展，还是希望广誉远能把老祖宗的东西守护好，发扬好。毛利挺高，净利**

那么少，管理还是没有到位，其他也一样。还是祝福你们能做到真正的光鲜亮丽，真正的独树旗帜。

回复：感谢您的关注与反馈，公司目前统一思想，深耕中医药行业，奋力打造具有一流产品力、品牌力、组织力和创新力的中药旗舰企业，努力提升经营质量，回报投资人。

21、广誉远老总，龟龄集酒网上价格不稳定，仅最近一个月淘宝官网价格就从 378. 到 268 这几天是 235。让消费者体验很不好，感觉产品利润很高，产品不是物有所值，伤害品牌信誉。对此公司是如何看来这个问题的？还有今年买了几次远字牌龟龄集酒礼盒，产品生产日期都是 2024 年 8 月，对只有两年保质期的，单品来说，是不是说明龟龄集酒销售情况并不是很好，一直在销售库存？谢谢！

回复：感谢您的反馈，效期内产品您可放心选购。线上价格公司持续关注，并加强与销售渠道的沟通管控。

22、您好，李晓军董事长，我想了解线上大电商平台广誉远旗舰店物流时效的改进有什么规划吗？深圳购买北京发货 4 天才能到。另外就是线上的销售目标有什么计划吗？

回复：您好，线上物流时效公司将结合仓储、物流协同效率提升，加强精细化管理，不断改进消费者体验感。线上消费已成为主要的消费途径，公司非常重视线上业务的拓展上量，对应的数字经济事业部的工作考核也提出更高的目标，提高线上品规的供应，服务质量和效率的改进，扩大产品覆盖人群，作为业绩提升新的突破性增长点匹配资源。

23、广誉远老总，龟龄集酒网上价格不稳定，仅最近一个月淘宝官网价格就从 378. 到 268 这几天是 235。让消费者体验很不好，感觉产品利润很高，产品不是物有所值，伤害品牌信誉。对此公司是如何看来这个问题的？还有今年买了几次远字牌龟龄集酒礼盒，产品生产日期都是 2024 年 8 月，对只有两年保质期的，单品来说，是不是说明龟龄集酒销售情况并不是很好，一直在销售库存？谢谢！

回复：感谢您的反馈，效期内产品您可放心选购。线上价格公司持续关注，并加强与销售渠道的沟通管控。

24、请问广誉远向东盛科技追讨 9.34 亿元的承诺补偿款有进展没？追回的可能性有多大？

回复：您好，感谢您的关注。该重大诉讼事项的进展公司已于 2024 年 12 月 13 日披露临 2024-041 号公告，相关情况也在 2024 年年度报告中进行了披露。最终追偿情况以法院生效裁判结果和相应的执行情况为准。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。请您关注公司公告。

25、广誉远今年能不能分红了，加强给投资者信心和回报！

回复：您好，感谢您的关注。一方面，公司以发展为核心，以增长为目标，集中精力抓经营、促销售，通过品牌提

升、权威科研协作、围绕核心产品市场拓展、优势品种的渠道深耕等举措提升经营质量，使公司早日具备分红条件并夯实分红基础。另一方面，公司密切关注相关的最新政策及规则，将在满足分红条件时及时分红。

**26、和东盛的诉讼进展如何了？资产保全1年有效期都快到了还没开庭呢？**

回复：您好，感谢您的关注。该重大诉讼事项的进展公司已于2024年12月13日披露临2024-041号公告，相关情况也在2024年年度报告中进行了披露。最终追偿情况以法院生效裁判结果和相应的执行情况为准。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。请您关注公司公告。

**27、请问向东盛科技追讨9亿元的承诺补偿款有何进展？追回的可能性有多大？**

回复：您好，感谢您的关注。该重大诉讼事项的进展公司已于2024年12月13日披露临2024-041号公告，相关情况也在2024年年度报告中进行了披露。最终追偿情况以法院生效裁判结果和相应的执行情况为准。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。请您关注公司公告。

**28、与东盛的官司目前进展怎样？有评估东盛的偿还能力吗**

回复：您好，感谢您的关注。该重大诉讼事项的进展公司已于2024年12月13日披露临2024-041号公告，相关情况也在2024年年度报告中进行了披露。最终追偿情况以法院生效裁判结果和相应的执行情况为准。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。请您关注公司公告。

**29、请问公司2025年营业收入增长预计多少**

回复：您好，感谢您的关注，公司始终坚持“全产业链打造高品质中药”的发展战略，秉承“修合虽无人见，存心自有天知”的制药古训，围绕核心产品价值提升，深耕高品质中药行业，努力创建一流产品力、品牌力、组织力和创新力的中药旗舰企业。未来经营数据请关注公司定期报告。

**30、请问与东盛的官司的最新情况？**

回复：您好，感谢您的关注。该重大诉讼事项的进展公司已于2024年12月13日披露临2024-041号公告，相关情况也在2024年年度报告中进行了披露。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。请您关注公司公告。

**31、李董事长：您好。我想问下，贵公司今年能实现给股东**

**分红的目标吗？贵公司去年说招聘总裁，为何到现在还没到位，请问新总裁何时能到位履职呢？**

回复：您好，感谢您的关注。一方面，公司以发展为核心，以增长为目标，集中精力抓经营、促销售，通过品牌提升、权威科研协作、围绕核心产品市场拓展、优势品种的渠道

深耕等举措提升经营质量，使公司早日具备分红条件并夯实分红基础。另一方面，公司密切关注相关的最新政策及规则，将在满足分红条件时及时分红。关于总裁的选聘，需经董事会履行聘任程序，相关事项请关注公司公告。

**32、广誉远能否百尺竿头，更进一步？**

回复：您好，感谢您对公司的关注。公司已持续结合产品特点，在市场开拓、品牌宣传、学术科研等方面开展系列举措，致力于提高公司品牌知名度，提升公司经营质量。未来，公司将继续坚定“增长”为第一要务，围绕高品质中药深耕，努力成为具有一流产品力、品牌力、组织力和创新力的中药旗舰企业。

**33、当年广誉远龟龄集渠道高企的库存的去化，热情的 10 多万股东的贡献功不可没。近几年，一方面客观上股价持续下跌，股东们的消费热情随之消减，另一方面公司也没能很好地利用好股东消费这个已在的优质且坚定的资源。目前仍然有 6 万多股东在坚守广誉远的股票，其中不少都是广誉远坚定的铁粉，请问公司未来有什么样的规划或措施来善用这些资源，挑动并重燃股东们的消费热情？**

回复：产品以卓越的产品品质和功效获得较好的市场口碑，也称为广大股东优先选购的健康产品。公司经营质量的持续改善将带给广大股东对公司的“放心”、“信心”和“决心”，在符合药品销售相关规范的前提下，公司积极汇报股东。

**34、问广誉远公司现在最主要是哪些事情，来改善公司的业绩与发展。**

回复：您好，感谢关注，公司品牌力、产品力优势显著，有时是在当前经济大形势和行业政策大趋势下，公司高品质产品价值凸显，回归国资以后三年多的夯基固本，目前我们思想统一，目标明确，围绕发展、增长、业绩提升要效益。具体从经营层面简政放权、优化流程、提升效率、改进管理等举措的效果已经显著，当前重要工作主要为落实目标的路径和举措进一步细化，团队建设和凝聚力提升及考核激励机制的不断完善，市场渠道优化和空白市场开发及精准招商的深入推进，同时不断完善内控提升合规经营质量。

**35、广誉远 25 年一季报在中药行业来说算是比较亮眼的，取得这一亮丽业绩的背后公司主要是采取哪些得力措施的结果？为一季报高兴的同时，股东们又担心这样的好成绩能不能持续下去，请问公司未来有哪些措施或规划来保持业绩增长的可持续性？**

回复：您好，感谢您的关注。公司 2025 年第一季度实现营收同比大幅增长，主要原因包括面对市场环境变化，公司锚定“全产业链打造高品质中药”总体战略，确立以“增长”为核



	<p>心的经营理念，通过渠道网络优化、产品结构升级、品牌价值强化及运营效率提升“四维联动”实现业绩突破。市场端深化与全国 TOP 级连锁战略合作，加大医学存量市场深耕和空白市场开发，精品门店招商增长显著，普药商销渠道体系实现突破，综合推动销售收入实现增长；产品端始终坚守质量红线，降本增效行动有效施行，产品供应流通顺畅，市场响应及时，良好的产品力有效促进了市场份额的稳步提升；品牌端持续强化学术与品牌赋能，与中国中医科学院中药研究所等国内一流科研院所开展科研合作，与中央电视台联合推出《智药传承■广誉远扬》优质节目，品牌溢价效应显著；运营端服务保障能力提升，重构优化销售政策及考核体系，优化审批流程，常态化开展市场秩序整治，内控提质赋能经营，费效比显著提升。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，结合公司品牌和产品优势、行业趋势、市场格局对公司经营举措不断优化，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><b>36、广誉远的核心技术有了，能否到西南地区来，西部大开发各省，有钱</b></p> <p>回复：您好，感谢您对公司的关注。目前西南地区各省均有公司的销售团队，公司将在西南地区持续深耕现有销售渠道，并不断拓展空白市场。</p> <p><b>37、今年的股东大会何时召开？</b></p> <p>回复：您好，感谢您的关注。公司将按照相关规定在 6 月 30 日前召开年度股东大会，并将提前 20 天发布通知公告，敬请关注公司公告。</p> <p><b>38、广誉远 25 年一季报在中药行业来说算是比较亮眼的，取得这一亮丽业绩的背后公司主要是采取哪些得力措施的结果？为一季报高兴的同时，股东们又担心这样的好成绩能不能持续下去，请问公司未来有哪些措施或规划来保持业绩增长的可持续性？</b></p> <p>回复：您好，感谢您的关注。公司 2025 年第一季度实现营收同比大幅增长，主要原因包括面对市场环境变化，公司锚定“全产业链打造高品质中药”总体战略，确立以“增长”为核心的经营理念，通过渠道网络优化、产品结构升级、品牌价值强化及运营效率提升“四维联动”实现业绩突破。市场端深化与全国 TOP 级连锁战略合作，加大医学存量市场深耕和空白市场开发，精品门店招商增长显著，普药商销渠道体系实现突破，综合推动销售收入实现增长；产品端始终坚守质量红线，降本增效行动有效施行，产品供应流通顺畅，市场响应及时，良好的产品力有效促进了市场份额的稳步提升；品牌端持续强</p>
--	---

	<p>化学术与品牌赋能，与中国中医科学院中药研究所等国内一流科研院所开展科研合作，与中央电视台联合推出《智药传承■广誉远扬》优质节目，品牌溢价效应显著；运营端服务保障能力提升，重构优化销售政策及考核体系，优化审批流程，常态化开展市场秩序整治，内控提质赋能经营，费效比显著提升。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，结合公司品牌和产品优势、行业趋势、市场格局对公司经营举措不断优化，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><b>39、普龟的包装设计太烂了，所有龟酒的包装也不好看，让人一看就不想买，可不可以找专业团队重新设计</b></p> <p>回复：您好，感谢反馈，产品包装是否更新，公司会充分考虑消费者反馈、专业机构意见、药品包装规范等信息，进行综合研判，充分展示产品品牌非遗文化特色，更贴合产品品质和消费者感受。</p>
附件清单（如有）	
日期	2025-05-20