

证券代码：000989

证券简称：九芝堂

## 九芝堂股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20230808006

投资者关系活动类别	<input 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 type="checkbox"/> 路演活动 <input 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、人员姓名、时间	2023年8月8日：开源证券、华安证券、天风证券、东北证券、兴业证券、西部证券、华创证券、申万宏源证券、华泰证券、国盛证券、国海证券、平安证券、国金证券、安信证券医药行业分析师以及多家机构投资者投资经理、分析师、研究员等
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	财务总监张梁彬、董事会秘书韩辰骁
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b><u>Q1：介绍公司半年度经营情况：</u></b></p> <p>2023年上半年公司实现营业收入18.19亿元，比上年同期下降3.72%，同比下降的原因主要是去年公司完成九芝堂医药51%股权转让后不再将其纳入公司合并报表范围，上年同期纳入合并报表范围的九芝堂医药营业收入为4.41亿元；实现归属于上市公司股东的净利润2.45亿元，比上年同期下降33.55%，也是由于去年转让九芝堂医药获得了投资收益，属于非经常性损益；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润2.36亿元，比上年同期上升77.40%，主要是因为公司产品销量的增加，综合毛利率上升、管理费用和投资亏损减少。因此，实际从公司经营情况来看，上半年取得了较好的增长。</p>

**Q2: 近期的中药材涨价对公司有何影响, 公司有什么应对措施?**

中药材涨价对公司毛利率有一定影响。首先, 公司一直重视对重点大宗物料及价格波动较大的小品种的市场监测, 适时进行战略储备和库存管理, 以平抑原材料价格波动风险。其次, 公司内部不断提高生产技术水平, 优化产品生产工艺, 控制生产成本。

**Q3: 公司产品是否有季节性?**

健康是人类的基本需求, 且药品是一种特殊商品, 需求刚性大, 受宏观经济的影响较小, 因此医药行业是典型的弱周期性行业, 不存在明显的季节性特征。公司品种较多, 品类覆盖心脑血管、补肾、补血、妇儿、五官科等各个领域, 具体的药品品种受适应症的高发季节等情况的影响, 相应的药物市场存在一定的季节性特征。比如公司主要的管线是补血补气补益类管线, 一般是秋冬季服用人群相对夏季会多一些, 公司处方药主要品种疏血通注射液主要针对缺血性脑卒中, 该病的主要高发期也是在秋冬季节。

**Q4: 公司后续的研发管线有哪些比较看重的品种, 进展如何?**

公司研发分为干细胞、创新药以及存量药品二次开发以及经典名方。干细胞主要是北京美科的治疗缺血性脑卒中进入 II a 期临床试验, 治疗自身免疫性肺泡蛋白沉积症的临床试验申请获得默示许可。创新药主要是 YB209 项目已正式启动临床试验, YB211 项目已向国家药品监督管理局药品审评中心递交临床试验申请并获正式受理。中药经典名方 YB106、YB107 按项目研发计划正常推进。另外, 存量产品中有计划地对疏血通注射液、天麻钩藤颗粒、补肾固齿丸、阿胶、安宫牛黄丸、六味地黄丸、驴胶补血颗粒等重点产品开展药学研究、药理毒理、临床有效性再评价项目研究等工作, 提升产品的临床价值数据支持。

	<p><b><u>Q5: 公司在 OTC 市场如何发力? 渠道扩张的做法和成效是什么?</u></b></p> <p>公司的 OTC 产品主要是补益类以及慢病调理类, 在中药发展的大背景下, 其实是比较受益的, 公司作为老字号品牌也有发展的基础和良好的预期。OTC 在文化营销的带动下进行渠道的扩展和渠道的下沉, 加上品牌影响力的提升, 带动公司整个管线的增长。一方面主打品种进入较早的传统强省下沉渠道, 深入县域市场, 继续提升占有率, 另一方面开拓非成熟省份和市场的头部连锁、经销商, 核心品种带动潜力品种的销售, 上半年取得良好的效果。</p> <p><b><u>Q6: 子公司主要的销售品种有哪些, 产销一体化后自主的销售团队的搭建进度如何?</u></b></p> <p>子公司友搏药业主营疏血通注射液。成都金鼎药业主营天麻钩藤颗粒、桂枝茯苓丸、健肺丸、苏合香丸、喉炎丸等中成药特色品种。海南药业主营裸花紫珠片、裸花紫珠栓、裸花紫珠胶囊。斯奇生物主营斯奇康(卡介菌多糖核酸注射液)。子公司主要做院内品种, 今年是产销一体化深入实施的一年, 销售团队已经基本搭建完成了, 在具体的线条上会有相应的人员的补充和调整。</p> <p><b><u>Q7: 公司产品下半年是否有提价规划?</u></b></p> <p>公司将针对不同产品, 综合考虑成本变动情况、政策情况、产品受众群体以及市场环境等, 适时的采取不同的定价策略。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	记录整理日期 2023 年 8 月 8 日