

证券代码：600422

证券简称：昆药集团

昆药集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-005

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩沟通会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他
参与单位及人员	红塔证券及投资者、富国基金、嘉实基金、鹏华基金、国投瑞银、金百睿投资、中欧基金、盘京投资、人保养老、惠理基金、圆合资本、中信证券、平安证券、中泰证券、中金公司、华源证券、国金证券、东吴证券、华泰证券等
时间	2025年6月19日-6月20日
地点、方式	现场交流
上市公司接待人员	副董事长、总裁颜炜先生，财务总监孙志强先生，副总裁、董事会秘书张梦珣女士，投资者关系总监王沛先生，投资者关系管理主任谢晨先生，投资者关系管理主任陆锴馨女士
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司战略聚焦银发健康，目前在这方面有哪些布局？</p> <p>答：公司紧抓银发经济带来的新发展机遇，结合公司资源优势、产业优势、品牌优势、研发优势，以“银发健康产业的引领者”为愿景，聚焦精品国药、老龄健康-慢病管理两大核心业务领域，重点打造三七系列产品为核心的慢病管理以及昆中药参苓健脾胃颗粒、舒肝颗粒等重点品类为核心的精品国药两大平台，致力于成为“老龄健康-慢病管理领域领导者”和“精品国药领先者”，同时在关注老龄健康的大健康业务领域也有一定的布局。</p> <p>2、公司应收账款较高的原因？目前是否有相应措施保障回收？</p> <p>答：公司业务板块分为医药工业和医药商业板块，两个业务板块的客户群体不同，医药工业的主要客户为医药商业公司，医药商业的主要客户为医疗机构及大型连锁药店。一季度，公司商业收入占比上升，医药流通</p>

板块加大等级医院的覆盖，等级医院信用较好、应收账款风险较小，但账期较长，相应部分的应收账款规模有所扩大。医药工业板块，公司积极推进商销渠道的开发，加强对中小连锁及单体门店的覆盖力度，相应部分的应收账款有所增加。公司对应收账款工作高度关注，在全面排查应收账款风险的基础上，定期跟踪重点客户，积极跟进销售回款，建立健全持续管理措施，保障公司资金链稳定与资产健康。

3、公司十五五规划是否有初步想法？

答：2025年作为“十四五”规划的收官之年，公司持续以“银发健康产业引领者”为战略核心，全力锻造“精品国药领先者”与“老龄健康-慢病管理领导者”双战略支点，在传承精品国药精髓的同时，深度布局三七全产业链发展。面对银发经济所带来的战略机遇，公司将结合“智慧、绿色、科技、陪伴”，做好“十五五”战略规划的制作工作，目前相关工作正在准备阶段。

4、在目前的市场环境下，如何提高改革成效？今年以来的营销改革情况？

答：营销改革的核心是建立中长期价值观，公司与商业的关系强调以信任为基础的长久合作。今年以来，公司在渠道建设方面进行了深度变革。在渠道模式方面，将原先代理商转型为“品牌推广商”，聚焦品牌推广和终端动销，同时以核心价值观为基础，按达标率对品牌推广商进行优胜劣汰，同步提升KA的自营比例。在动销体系方面，公司逐步建立起等级医院、大型连锁、中小连锁、单体药店的多元化渠道布局。同时，借鉴三九商道的成功做法，公司建立起商业配送加动销的昆药商道体系，转化核心商业资源推动纯销和覆盖，全力冲刺渠道改革进度。

5、舒肝颗粒未来的市场空间？

答：根据数据显示，当前中国青少年及成年人的轻/中度抑郁或焦虑发病率不低但就诊率不高，焦虑、抑郁等情绪问题逐渐从个体困扰演变为社会性议题，这其中蕴含着广阔的潜在市场。今年，昆中药联合京东健康发布《2025年国民情绪健康白皮书》，构建“情绪健康管理生态体系”的新

尝试，对情绪治疗品类的规划是公司重点拓展的治疗领域，其中，昆中药舒肝颗粒凭借在情绪健康市场重点布局，不断提升产品院内外覆盖率，积极拓展产品成长空间。

6、如何提升院内、院外的渠道覆盖？

答：医疗端，公司紧抓中成药集采新标落地执行的机遇，积极推进执标工作开展，提升公司产品在各级医疗机构的开发覆盖，同时以“品牌+学术”的模式拓宽产品使用人群基数。零售端，通过顶层设计，打通线上+线下交易闭环，运用线上与患者沟通交流的形式，提升终端动销效率。同时，通过商销模式提升零售药店覆盖率，筛选高覆盖的商业客户，匹配公司产品画像的药店，逐步锁定与核心目标门店的长期合作。

7、外延并购方面有何目标和方向？

答：对于新产品的开发模式有多种选择，包括自主研发、产品引进、对外合作，也不排除外延并购的计划。在外延并购方面，公司整体战略十分明确，主要集中在老龄化和慢病管理，以三七产业链延伸为重点方向。在治疗领域方面，则关注心脑血管、肌肉骨骼、神经精神以及抗疼痛等为目标。

8、商业板块未来的安排？

答：公司医药流通业务与华润医药商业集团有一定重叠，对此，华润三九在收购过程中就同业竞争问题出具了承诺函，计划在5年内解决同业竞争问题。目前，昆药商业在明晰发展战略的基础上持续优化现有业务结构，提升、强化核心竞争力。未来华润三九将结合市场情况确定解决同业竞争的具体方案和启动时机。如有后续进展，公司将严格按照有关法律法规的规定及时履行信息披露义务。

9、理洙王和络泰分别的经营侧重是什么？如何展望 2025 年血塞通口服产品的经营情况？

答：2025 年公司将持续推进血塞通口服产品在纯销端实现有效增长。理洙王和络泰血塞通软胶囊将按照各自侧重的人群进行划分，以“患者、

	<p>消费者、主动健康者”三者为核心构建老年慢病管理模式。除继续夯实院内外渠道优势外，理洩王将重点在基层医疗、社区门诊和等级医院针对基础人群进行广泛布局；络泰则将针对高端人群和需求明确的人群进行重点打造。</p> <p>10、目前集采的执行情况，预计血塞通产品的增长空间？</p> <p>答：根据湖北省医保局 4 月公布的中选品种供应清单，目前已有 20 个以上省份陆续确定集采结果执行日期，其中湖北、江西自 4 月 30 日起执行，多数省份计划在 5-7 月落地。凭借多剂型和多品规优势，公司将充分利用集采中标的契机，积极推进执标工作，以确保中标产品在执行前送达相关省份的医院，进一步拓展销售渠道，提升血塞通系列产品在各级医疗机构的覆盖率。同时，强化院内准入与院外市场的协同联动，通过“学术赋能+品牌建设”双引擎提升市场渗透率；以 777 品牌为核心，持续打造“三七就是 777”的品牌认知，从“患者、消费者、主动健康者”三个维度构建终端消费者服务体系，实现院内院外覆盖率的双向提升。</p>
附件清单 (如有)	无