

哈药集团股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2024-004

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"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场调研 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	红思客资产管理（北京）有限责任公司、宁波知远投资管理有限公司及尉衍等个人投资者
时间	2024年5月30日 9:30-11:30
地点	现场会议
上市公司接待人员姓名	证券事务代表：马昆宇先生
投资关系活动主要内容介绍	<p>公司证券事务代表马昆宇先生从公司发展历程、控股股东股权结构变更、管理团队及公司2023年度、2024年第一季度财务状况、经营情况等方面与来访人员进行了充分沟通与交流，主要沟通内容如下：</p> <p>1. 公司经历“三项制度改革”后，现在的员工数量是否稳定，公司关于人才建设与培养方面采取何种措施？</p> <p>答：截止2023年年度报告，公司在职工数量为9,853人。公司根据战略规划及业务发展需要，进行人员的部署与变动。在人才队伍建设方面，公司建立了科学有效的人才选拔任用机制，不断完善人才发展体系，通过人才盘点，发掘内部潜力人才，搭建起生产、营销、研发、职能等各体系、各层级人才梯队；开展校园招聘，培育年轻化人才队伍，为公司储备新生力量；加强内部人才培育，分层级、分专业体系开展员工培训工作，初步建立针对各层级、各专业、各通道的人才培养体系。</p> <p>2. 根据公司发展战略，公司未来产品的重点布局领域？</p> <p>答：公司以国家医药产业政策为导向，结合公司战略规划，聚焦心脑血管</p>

血管、消化代谢、呼吸、抗感染和抗肿瘤等五大领域，聚焦老年人用药、儿童用药、大健康产品三个方向。

3. 面对日益激烈的保健品市场，公司的竞争优势是什么？

答：公司经过多年的品牌经营与维护，拥有多个公众认知度高的品牌。同时，公司不断优化品牌定位，通过差异化打造全新品牌形象，并通过多维度整合营销、专业的学术推广以及线上线下相结合的方式全方面提升公司各品牌的知名度、渗透率，持续提升公司品牌影响力。

此外，公司拥有丰富的产品资源，形成了从化学原料药到化学制剂、中成药、生物制药、保健食品、医疗器械等产业链布局。公司重点产品涵盖大健康、抗感染、慢病、呼吸、消化等五大治疗领域，为患者提供从预防到治疗的全周期健康解决方案，多元化产品研发、生产及销售链条，形成公司的核心竞争优势。

4. 保健品方面，公司未来的销售计划？

答：在保健品销售方面，公司 2024 年主要计划为线上与线下并举、国内与跨境并进。哈药健康科技将进一步发展线上品牌声量、完善品类品种布局，夯实公司在液体营养保健品市场和钙制剂市场的领导地位并引领品类发展，聚焦电商全渠道建设，提升铺货率和渗透率及渠道质量，传统电商和兴趣电商协同实现高效触达转化和拉新；同时挖掘线下机会，提高下沉市场铺货及渗透。GNC 中国业务计划持续由自有团队经营核心渠道，进一步释放 GNC 品牌势能，完成 GNC 九大产品管线核心品种布局，不断收获跨境细分品类领导地位，从而实现线上跨境保健品的市场份额的增长和行业地位的提升。通过上述经营计划的落实，公司将在健康品领域不断赢得品牌、品类、品种、渠道、与消费者，从而赢得未来更广阔的增长空间。

5. 公司针对期间费用，是否采取相应的控制措施？

答：在销售费用方面，通过强化销售团队建设，优化销售团队考核，实现基层区域覆盖成本的降低，在保证品牌影响力、电商全渠道建设的基础上，公司积极挖掘商业合约推广潜力，多举措积极推进降本增效工作，降低销售费用投入，提高费用投放的精准性，不断加强销售费用精细化管理。在管理费用方面，公司全面推进精益管理，制定合理的费用预算以及标准，优化组织结构，完善员工薪酬考核体系，提升管理效率。在财务费用方面，公司通过优化回款结构，增加现金回流，进而增加利息收入，降低财务费用；此外，公司通过优化贷款结

构，实现低成本融资，降低财务费用支出。

6. 公司在研发领域的未来规划？

答：在公司发展战略的引领下，公司产品研发方面计划采取下列措施：一是聚焦心脑血管、消化代谢、呼吸系统、抗感染、抗肿瘤等主要疾病领域，大力发展中药、生物药、化药仿制药开发，加强新药探索性研究，逐渐向创新药过渡，为公司输送更多有市场竞争力的产品。二是持续推进仿制药一致性评价工作，全面提升现有产品的安全性和有效性，焕发老产品的新活力。三是打造专精化技术平台，最大限度提升研发技能和水平，逐步在相关领域实现技术突破。四是继续优化研发体系建设，实现研发多领域发展，全面推进研发项目进展，提高研发效率和质量，助推新产品快速上市。

7. 面向多元的新媒体形式，公司在电商领域采取什么样的销售策略？

答：公司电商销售主要以平台为主，子公司哈药健康科技（海南）有限公司基于重点品种优势发展有竞争力的全面的产品组合，持续在线上渠道布局多元化电商平台，包括布局兴趣电商等重点新渠道，实现长期稳定增长。GNC 中国通过 GNC 品牌势能，加强跨境产品创新，不断收获跨境细分品类领导地位，增长跨境保健品的市场份额，并通过调整管理团队，重新布局业务模式，增强盈利能力。

8. 关注到公司资产负债率，未来公司是否会考虑降低负债以改善上述指标？

答：公司将通过不断加强生产经营管理等工作，推动公司持续稳定发展、不断创造价值。同时，公司通过多元化融资方式筹备资金，以满足公司经营发展需要，进一步提升公司的市场竞争力，助公司实现较好的经营业绩增长。未来公司将继续以高质量发展为战略目标，保持健康的财务结构，控制资产负债率水平，进一步提升公司的核心竞争力和可持续发展能力。

9. 根据公司利润分配相关公告，公司母公司未分配利润为负，公司未来的分红规划是什么？

答：公司 2023 年度母公司实现净利润-145,490,768.91 元，依照《公司法》和《公司章程》的规定，本年未提取法定盈余公积，加上年初未分配利润-2,072,271,729.60 元，2023 年可供分配利润为-2,217,762,498.51 元。因 2023 年度母公司可分配利润为负，所以 2024 年度公司不实施利润分配，也不进行资本公积金转增股本。

	<p>为维护投资者合法权益，增强投资者回报水平，未来公司在实现母公司和子公司共同高质量发展的同时，提升母公司的利润分配能力，争取早日满足现金分红的条件，实现利润分配。公司控股子公司计划实施 2023 年度利润分配预案，向母公司实施利润分配，具体计划如下：哈药集团人民同泰医药股份有限公司、哈药集团三精制药有限公司、哈药集团生物工程有 限公司、哈药集团中药有限公司等公司按最近三年实现的年均可分配利润的百分之三十对母公司实施利润分配。除上述控股子公司外的其他子公司不进行利润分配。</p>
附件清单（如有）	