

附件二：投资者关系活动记录表格式

证券代码：002107

证券简称：沃华医药

山东沃华医药科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2020010

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容） <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	通过“鲁力同心 诚实守信 做受尊敬的上市公司——山东辖区上市公司2020年度投资者网上集体接待日”参与本次年度业绩说明会的广大投资者
时间	2020年9月29日 15:00 – 16:55
地点	“全景·路演天下”（ http://rs.p5w.net ）互动平台
上市公司接待人员姓名	副董事长、董事会秘书赵彩霞女士 证券事务代表庞静杰女士

<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>公司于 2020 年 9 月 29 日（星期二）15:00—16:55 参加“鲁力同心 诚实守信 做受尊敬的上市公司——山东辖区上市公司 2020 年度投资者网上集体接待日”活动，问答环节内容如下：</p> <p>1、你好！公司近期为了扩大生产，收购了一个工厂，是可以让产能增加 3 倍，请问，现在是产品供不应求吗，增加 3 倍的产量是一下增加，还是慢慢增加，请问，产量增加，销量能增加，价格会有变化吗？对公司 2021 年业绩会有什么影响？</p> <p>尊敬的投资者您好，骨疏康现有产能已无法满足市场需求，因此收购了康铭实业，使骨疏康的产能扩大 3 倍，产能会随销量增长逐步释放。产量增加，销量会相应增加，价格不会发生变化。2021 年，骨疏康销售收入预期会有明显增长。感谢您的关注！</p> <p>2、你好！公司的业绩的今天取得的增长性是良性的，而股价是真实反映了公司的价格吗？是市场原因还是公司原因呢？我看公司的董秘是一个最称职的董秘，而公司的调研也是很多的，那是什么原因造成的呢？</p> <p>尊敬的投资者您好，股价尚未反应公司业绩的良性增长，与公司近些年相对低调的行事风格有关，也正因为业绩的高速增长引起了机构的关注，近期调研较多，公司将持续与广大投资者沟通交流，分享公司发展的红利。感谢您的关注！</p> <p>3、请问：公司一直没有从银行贷款，是与银行关系不行还是自己公司资金流不想用呢？而前几年公司几个要收购的项目，今天业绩已有好转，也是公司四大支柱产品的方向，为什么还不起动收购计划呢？如启动，最快的是发行公司债，增发股票呢？</p> <p>尊敬的投资者您好，公司没有银行贷款是基于公司稳健的经营策略，始终保持充足的现金流，公司与银行关系非常密切，是很受银行欢迎的客户。资本运营能力是公司竞争优势的重要方面，公司一直在持续关注行业变化及机会，寻找</p>
-----------------------------	--

适宜的收购标的，适时开展企业并购和产品引进。收购企业或引进产品时，将根据具体情况以相对较低的成本选择恰当的融资方式。感谢您的关注！

4、疫情给中药行业带来了一个很好的发展机会，请问公司如何用好这个机会呢？几个建议：收购一两家有声望的中药公司，快速打造一个中药产业链，二是对公司的股权进行股权激励，做到中级人员人人是股东，视公司为家，建设公司的家文化。

尊敬的投资者您好，感谢您中肯的建议，公司不排除使用任何有利于公司发展的工具，促进企业文化建设，打造有凝聚力、执行力、战斗力的团队，推动公司实现高速增长，成为拥有最多独家口服制剂的中药企业！感谢您的关注！

5、你好！请问公司今年的成绩，销量并没有增加多少，主要是控制销售费用来确保业绩的成长，而控制销售费用会碰上一个天花板，公司的长期成长主要还是增加产品性能和销量，请问：公司这方面有什么动作，产品销量有天花板吗？

尊敬的投资者您好，诚如您所说，没有销量增长，利润增长是有天花板的，但是没有精细化管理的费用控制，无法形成高效的营销体系，销量的增长与费用控制必须相辅相成。公司四大独家医保支柱产品、15个独家品种及162个产品构成的产品群拥有巨大的市场空间，公司将持续加大研发投入，不断提升产品工艺和技术水平，确保产品质量，同时不断打磨全终端、全模式的营销体系，完善营销团队的激励模式，主动复制行业内优秀企业的营销策略，实现产品销量的持续增长。医药市场空间巨大，公司产品市场规模还不是很大，随着国内人口老龄化趋势的增强，中老年慢性病患者需求的持续增加，公司产品销量尚未见天花板。感谢您的关注！

6、请问 1 至 9 月净利润同比增长 160%--210%?

尊敬的投资者您好，是的，公司 1 至 9 月净利润能够实现 160%-210%的增长。感谢您的关注！

7、贵公司三季度业绩预增很早就发布消息了！但股价却一跌再跌，是否是出好消息配合机构出货呢！

尊敬的投资者您好，您想多了。公司业绩预告是基于对经营管理的合理预期，与机构是否出货没有任何关系。感谢您的关注！

8、公司一直以来发业绩发的都比较早，三季报如何？

尊敬的投资者您好，公司预计于 2020 年 10 月 16 日公布 2020 年第三季报告，敬请关注！

9、看到公司最近管理层和组织架构都有一些变化，什么考虑呢？

尊敬的投资者您好，公司从 2019 年开始进入“厚积薄发、高速增长”的新阶段，业绩的高速增长对于公司治理提出了新的要求。为了提升公司整体运营效率，提升治理水平，为业绩持续高速增长保驾护航，公司修订了《公司章程》，并对组织架构进行了适配调整。

修订后的《公司章程》确定了公司核心理念和核心战略，董事会职权被强化，增设董事会执行委员会为董事会常设工作机构等，治理体系向“董事会中心主义”迈进。

为落实修订后的《公司章程》，提升公司治理水平，公司对既有的组织架构进行了相应的适配优化。董事会负责重大决策和战略管理，执行委员会负责具体部署和组织实施，对日常经营管理活动作出决策。公司全部工作按照专业化分工原则分为六条专业线，遵循扁平化管理原则由执行委员会直接领导，具体为经营类——营销平台、工厂总厂、中药研究院，管理类——财务中心、人事行政中心、董事会办公室。

执行委员会实行集体决策下的分工负责执行制，闭会期间由董事长代表执行委员会负责公司全面经营管理工作。董事长指定两名执行委员会委员分别协调经营类专业线和管理类专业线的日常工作，被指定的执行委员会委员和专业线负责人是两类专业线中重大、关键工作的第一责任人。专业线负责人是本专业线全部工作的第一责任人，每周主持召开议事协调服务会议，充分讨论、争论、辩论，决定本专业线有关工作的具体执行和细节管理。

10、请问贵公司目前还有多少股东？最近贵公司的股价一直温水煮青蛙似的慢跌，是不是后期有什么重大消息要发布？谢谢！

尊敬的投资者您好，截止到2020年9月20日，公司股东人数为47,019户。我们期望股价能够真实反映公司价值，不希望看到股价下跌，是否有重大消息发布，请您及时关注公司公告。感谢您的关注！

11、请问药品集采对公司经营业绩有影响么？

尊敬的投资者您好，公司产品均为中成药，心可舒、骨疏康、荷丹、脑血疏四大独家医保支柱产品均为中成药独家品种，不存在集采导致的相关风险。感谢您的关注！

12、股价一天天跌，这是绩优的表现吗？

尊敬的投资者您好，公司希望股价能够真实反映公司价值，不希望看到股价下跌，公司会始终坚持长期可持续发展，对未来业绩高速增长非常有信心，希望您持续关注！非常感谢！

13、进入秋冬天气转凉，人也更容易得病，季节是不是对公司业绩也有影响？

尊敬的投资者您好，秋冬季心脑血管更容易发病，往年数据来看，通常四季度业绩都会有比较好的增长。具体业绩数据请以公司披露的公告为准。感谢您的关注！

14、骨疏康 OTC 上半年还行，下半年还能继续涨吗？

尊敬的投资者您好，骨疏康 OTC 零售市场上半年取得了同比 83.11% 的增长，公司预计增速仍可持续。从产品来说，骨疏康作为国内骨科领域唯一的处方药与 OTC（甲类）“双跨品种”，由于其针对骨质疏松独特“调节骨代谢 促进骨形成”的治疗原则，以及零售市场慢病管理“黄金单品”的优势，在等级医院市场和 OTC 零售市场均有巨大的增长空间。从团队来说，公司已组建 200 余人的 OTC 市场推广队伍，充分利用区域性营销资源，积极开展骨疏康产品推介、学术传播、患者教育等活动，广泛覆盖各类 OTC 终端。因此，我们对骨疏康下半年的增长非常有信心。感谢您的关注！

15、你好，近期公司的股票价格持续低迷，与公司公告的业绩增涨利好相悖。请问：贵公司是否有未公开的利空消息。

尊敬的投资者您好，公司希望股价能够真实反映公司价值，不希望看到股价下跌，公司始终坚持长期可持续发展，对未来业绩高速增长非常有信心，没有应公开未公开的消息，希望您持续关注！非常感谢！

16、疫情如果反复，公司业绩是否有下滑风险？近期欧洲疫情又爆发了第二波，国内风险也加剧了。

尊敬的投资者您好，如果疫情反复，公司有能力和信心避免业绩下滑的风险。首先，公司已通过数字化转型实现了线上线下营销方式的结合，疫情直接影响线下活动，公司可通过加大线上活动进行产品推广和营销，对冲线下的影响。其次，中医药在抗疫过程中发挥了重要作用，疫情更加彰显中医药的独特价值，提高公众对中医药的认可度和政策的支持度。我们对公司业绩保持持续增长非常有信心，感谢您的关注！

17、公司销售费用率还是有点高，有没有持续降低的

	<p>计划?</p> <p>尊敬的投资者您好，公司目前销售费用率已呈现下降趋势，主要是通过精细化管理、数字化转型等方式调整费用结构、提升费用效率，以及资源共享、协同增效摊薄固定费用。</p> <p>首先，公司通过资源共享、协同增效，使得更多的品种搭载到现有的全终端、全模式的营销体系中，尤其是搭载到预算制专业化临床学术推广的队伍中，显著提升了营销团队的人员效能，摊薄团队固定成本，从而实现了销售费用率的持续降低。</p> <p>其次，公司通过数字化转型等方式调整费用结构、提升费用效率。公司在疫情期间大力推行数字化转型，从之前的线下活动转为线上活动、线上线下结合，扩大活动覆盖面的同时降低了营销费用，成效显著。公司目前统筹推动互联网销售、线上推广、远程诊断及线上处方等应用，加速营销线上、线下资源整合。公司生产、采购、财务及人力资源等现有信息化系统加快融合，打通断点，集约优化，全面提速数字化转型步伐。</p> <p>最后，公司推行精细化管理，从“降费用、降成本、增收入、增利润、提效率、提效果”六个方面入手，开源节流，降本增效，成效显著。2019年开始，公司成立各级审核会，董事长及所有高管人员亲力亲为抓审核，重新评估销售费用对销售收入和利润的贡献，高效动作要一反三、快速复制，错误和无效动作要坚决杜绝，降低了销售费用，提高了费用投入的精准度。综上所述，未来公司将在销售收入高速增长的前提下，实现销售费用率的持续降低，提高营业利润率，增强盈利能力。感谢您的关注！</p>
附件清单（如有）	无
日期	2020年9月29日

